

NARRATIVAS DA IMPRENSA SOBRE A PARTICIPAÇÃO DA SELEÇÃO FEMININA NOS MUNDIAIS DA FIFA¹

Leda Maria da Costa²

Ronaldo George Helal³

Gustavo Fernandes⁴

Resumo: Este artigo analisa as transformações nas narrativas midiáticas sobre as derrotas da seleção brasileira feminina de futebol, tomando como marco comparativo as Copas do Mundo de 2007 e 2023 e os Jogos Olímpicos de 2008. Parte-se da compreensão de que a Copa do Mundo de 2023 ocupa um lugar singular na história da relação entre mídia e futebol feminino no Brasil, em razão da ampla cobertura promovida por grandes conglomerados de comunicação, especialmente o Grupo Globo. O estudo tem como objetivo examinar como os significados atribuídos às derrotas da seleção feminina foram construídos e modificados ao longo do tempo. Para tanto, analisa-se a cobertura dos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*, veículos tradicionais de circulação nacional, considerando aspectos como enquadramentos narrativos, acionamento das emoções e a valorização do talento individual das jogadoras, em especial de Marta. Os resultados indicam que, em 2007 e 2008, as derrotas foram predominantemente narradas a partir de uma perspectiva denunciativa, associada à precariedade estrutural do futebol feminino no país, mobilizando sentimentos como medo e desalento. Já em 2023, observa-se uma recepção menos tolerante diante do insucesso esportivo, sugerindo mudanças nos significados atribuídos à seleção feminina e à própria modalidade no contexto da cultura esportiva brasileira.

Palavras-chave: Seleção feminina de futebol; Copas do Mundo Fifa; Narrativas da imprensa

Press Narratives on the Participation of Women's National Teams in the FIFA World Cups

Abstract: This article analyzes the transformations in media narratives surrounding the defeats of the Brazilian women's national football team, using the 2007 and 2023 FIFA Women's World Cups and the 2008 Olympic Games as comparative milestones. It argues that the 2023 World Cup occupies a singular position in the history of the relationship between media and women's football in Brazil, due to the extensive coverage promoted by major media conglomerates, particularly Grupo Globo. The study aims to examine how the meanings attributed to the national team's defeats were constructed and modified over time. To this end, it analyzes coverage by the newspapers *O Globo* and *Folha de São Paulo*, two traditional national outlets, focusing

¹ Este artigo é parte do projeto do projeto Prociência/UERJ

² Professora Adjunta da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

³ Professor Titular da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

⁴ Graduando da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Bolsista de Estágio Interno Complementar do Laboratório de Estudos em Mídia e esporte (LEME)

on narrative framings, the mobilization of emotions, and the valorization of players' individual talent—especially that of Marta. The findings indicate that, in 2007 and 2008, defeats were predominantly narrated from a denunciatory perspective, associated with the structural precariousness of women's football in Brazil and marked by emotions such as fear and despair. In contrast, in 2023, a significant defeat was met with less tolerance, suggesting important changes in the meanings attributed to the women's national team and to women's football more broadly within Brazilian sporting culture.

Keywords: Women's national football team; FIFA World Cups; Media narratives

Copa do Mundo de Futebol Feminino 2007 e Jogos Olímpicos de 2008: a denúncia, o medo e o talento

No que diz respeito a história da relação entre mídia e futebol feminino, a Copa de 2023 ocupa um lugar singular, no Brasil. Esse evento contou com uma robusta cobertura midiática, sobretudo, por parte do Grupo Globo, o maior conglomerado de comunicação do país, que transmitiu, em canal aberto, jogos não somente da seleção brasileira, mas, também, das etapas eliminatórias da competição.⁵ Além de ser exaustivo, não há espaço aqui para se empreender um profundo estudo sobre as coberturas realizadas pelo jornalismo esportivo das participações da seleção brasileira feminina em Copas do Mundo e em Jogos Olímpicos, as duas principais competições das quais a seleção nacional participa.⁶ O Brasil esteve presente em todas as nove edições da Copa do Mundo Feminina da Fifa e em todas as edições dos Jogos Olímpicos, desde que a modalidade foi inserida nesse evento. Em ambas as competições, o Brasil nunca conquistou o título de campeã, mas algumas de suas derrotas foram marcantes e ganharam repercussão midiática, sendo que os significados atribuídos a essas derrotas sofreram uma significativa mudança notável na Copa de 2023. Até então, havia uma convivência pacífica diante de relevantes derrotas da seleção feminina, por isso uma mudança nas formas de se narrar esse tipo de resultado apontam para alterações dos significados da seleção e do próprio futebol feminino, no Brasil. É sobre esse fenômeno que trata este artigo, que objetiva fazer uma breve análise sobre as narrativas das derrotas da seleção brasileira feminina de futebol nos Jogos Olímpicos de 2008 e nas Copas de 2007 e 2023. Para esse fim será enfocada

⁵ A Rede Globo realizou uma cobertura multiplataforma para a Copa de 2023, envolvendo a TV aberta, TV fechada e os canais digitais. Durante o evento, a emissora formou uma equipe de cerca de 200 profissionais dentre os quais repórteres, narradores, comentaristas, produtores e cinegrafistas atuando fora e dentro dos seus estúdios. Na Copa de 2019, a Rede Globo transmitiu em tv aberta somente os jogos da seleção brasileira.

⁶ A seleção também participa da Copa América, competição em que foi campeã oito vezes, das nove edições realizadas, e dos Jogos Pan-americanos, no qual conquistou oito medalhas de ouro.

a cobertura dos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*, escolhidos por serem veículos tradicionais de circulação nacional e de acesso possível a seus acervos disponíveis na internet.⁷ O critério de escolha das referidas competições é norteado por motivos que se relacionam à, já mencionada, singularidade da Copa de 2023 e ao fato de a seleção ter chegado às finais das respectivas competições de 2007 e 2008⁸, questão relevante se considerarmos algumas especificidades da cultura esportiva no Brasil.

A possibilidade de conquista de títulos é um fator relevante para que a mídia esportiva, no Brasil, conceda atenção a outras modalidades que não somente o futebol masculino (GUEDES, 2023). Em 2007 e 2008, a seleção feminina de futebol chegou consecutivamente à final de um mundial e à disputa de uma medalha de ouro, o que se configurou como um valor-notícia que levou a seleção a ocupar mais espaço do que de costume, na época, nas páginas esportivas de jornais como *O Globo* e *Folha de São Paulo*. Em 2007, a expectativa de uma inédita conquista se sustentava, sobretudo, após o Brasil vencer a seleção dos EUA na semifinal da Copa do Mundo. Derrotar uma das maiores potências do futebol feminino, por um elástico placar de 4 x 0 fez a *Folha de São Paulo* usar tons superlativos para construir a manchete “Seleção brilha e humilha as americanas” (28/09/2007). *O Globo* atribuiu à jogadora Marta o papel de regente de uma vitória considerada espetacular pelo jornal (28/09/2007). Porém, a seleção perdeu a final da Copa para a Alemanha.

A despeito desse resultado negativo, a seleção feminina conseguiu escapar ao duro tratamento dado pela mídia esportiva às equipes que são derrotadas em finais de competições de futebol, o que é frequente quando se trata da seleção masculina (COSTA, 2020)⁹. As análises feitas sobre a derrota para a seleção alemã postulavam que o resultado em campo era reflexo das condições desfavoráveis que o futebol feminino enfrentava no Brasil. Ambos os jornais adotaram uma perspectiva denunciativa, alertando para a falta de cuidado pelo qual a seleção feminina – e a

⁷ O acesso a esses arquivos se dá mediante assinatura de ambos os jornais. Vale destacar a importância de estudos que enfocam as narrativas midiáticas produzidas por veículos exclusivamente voltados para o futebol feminino ou que não estejam vinculados às principais corporações midiáticas do Brasil. (SOUZA, EUGENIO, VIMIEIRO 2023; JANUÁRIO, 2020; FON, 2022)

⁸ Vale mencionar uma derrota historicamente importante da seleção que foi a ocorrida na semifinal dos Jogos Olímpicos de 2016, no estádio Maracanã. Mas optamos pelo enfoque em derrotas acontecidas em finais de campeonatos e, pela de 2023 devido ao ineditismo do contexto dessa competição.

⁹ As derrotas da seleção masculina de futebol em Copa do Mundo costumam provocar polêmica e longas análises que procuram a resposta para a pergunta “Por que o Brasil perdeu”. Esse questionamento geralmente é respondido com a escolha de um vilão, ou seja, algum jogador ou técnico considerados culpados pela derrota.

modalidade como um todo - era tratada pela Confederação Brasileira de Futebol. No dia seguinte à partida contra a Alemanha, a *Folha de São Paulo* declarou: "Alemanha faz brasileiras acordarem", essa manchete apontava para a necessidade de se olhar para a realidade do futebol feminino, no Brasil, marcado pela falta de apoio e de estrutura esportiva para a modalidade (*Folha de São Paulo*, 01/10/2007). Enquanto, segundo o jornal, a Alemanha investia no futebol feminino, no Brasil, o que se via era o descaso e o abandono por parte das autoridades esportivas. O periódico *O Globo* fortaleceu o enfoque denunciativo ao noticiar a derrota do seguinte modo "Meninas pedem socorro", frase que faz referência a uma faixa produzida pelas próprias jogadoras e que foi exibido ao público quando elas subiram ao pódio para receberem a medalha de vice-campeãs mundiais. Nessa faixa estava escrito "Brasil, precisamos de apoio" (*O Globo*, 01/10/2007).¹⁰

Para além do objetivo de alertar o público e as autoridades, a ênfase da precariedade do futebol feminino, também, pode ser compreendida como parte integrante de um tipo de abordagem que viabilizou o acionamento das emoções na construção do discurso jornalístico, o que aliás é prática comum de grande parte da imprensa esportiva, no Brasil (OSELAME, 2013). Alguns teóricos da comunicação têm chamado a atenção para o fato de que há interferência de estruturas narrativas no processo de conversão de um acontecimento em notícia (SCHUDSON, 2010; TRAQUINA, 1999). Como afirmou Gaye Tuchman "ser um repórter que lida com factos e ser um contador de "estórias" que produz contos não são atividades antitética (1999). Com isso não se deseja equiparar os relatos jornalísticos à ficção, mas somente atentar para a possibilidade de se pensar a prática jornalística enquanto uma atividade que faz uso frequente de fórmulas narrativas, já que noticiar algo implica a seleção de fatos que precisam ser ordenados em uma sequência que lhes confira sentido. No Brasil, esse processo de seleção e ordenamento segue a tendência de se produzir efeitos de dramatização dos fatos narrados obtidos a partir estratégias narrativas que recorrem à emoção para, também, provocá-la nos leitores e consumidores de notícias esportivas (COSTA, 2020).

¹⁰ Esse episódio foi relembrado na matéria "A Copa em que o Brasil encantou o mundo, mas implorou por apoio" assinada pelas jornalistas Laís Malek e Tatiana Furtado e publica no portal GE.com. Essa matéria relata que a faixa erguida pelas jogadoras gerou mal-estar na CBF, gerando consequências diretas na trajetória da zagueira Daiane Bagé que só seria convocada novamente para a seleção quatro anos mais tarde (disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/noticia/2023/06/relembre-a-copa-em-que-o-brasil-encantou-o-mundo-mas-implorou-por-apoio.ghtml>)

No caso do futebol feminino o medo e desespero foram emoções basilares às narrativas das duas marcantes derrotas em questão e se articularam muito bem ao cenário de mazelas trazido em forma de denúncia pelos jornais, como mostrado acima. Tais sentimentos foram representados por imagens de choro, especialmente, o de Marta, a principal jogadora da seleção. Em 2008, a falta de apoio financeiro foi destaque nas análises sobre a derrota do Brasil para a seleção dos EUA, na disputa pela medalha de ouro, nos Jogos Olímpicos realizados na China. Na época, o flagrante de Marta com as mãos no rosto e uma expressão corporal de desespero muito semelhante ao da figura do quadro *O Grito* de Edvard Munch foi estampada na primeira página de *O Globo* (22 de agosto de 2008) e reproduzida na seção de esporte da *Folha de São Paulo* (22 de agosto de 2008). De acordo com esses jornais, aquele gesto indicava não apenas a tristeza pela derrota em si, mas, também, o fato de Marta ter declarado, em diferentes ocasiões, que conquistar tal título seria fundamental para a seleção feminina obter legitimidade e maior apoio da Federação Brasileira de Futebol.

Ainda em relação à derrota de 2008, na seção de esporte de *O Globo*, uma matéria assinada por Gilberto Scofield Jr., correspondente desse jornal em Pequim, descreve o momento em que Marta, logo após o apito final do jogo contra os EUA, teria levantado a cabeça na direção do céu e perguntado a Deus o que ela teria feito de errado e que justificasse a perda da medalha de ouro (*O Globo*, 21/08/2008). Para o repórter tratava-se de uma evidente demonstração do desalento da jogadora diante de mais uma derrota em uma final de campeonato. Uma foto de Marta estirada no gramado e chorando acompanha a referida reportagem (*O Globo*, 21/08/2008). A goleira Bárbara que, na época, atuou pela seleção sem possuir vínculo com clube algum, desabafou afirmando que no Brasil, o futebol não oferecia condições de sobrevivência às jogadoras (*Folha de São Paulo*, 22/08/2008, D3). Mais do que tristeza pela derrota, as lágrimas das jogadoras representavam o medo de um futuro incerto, como podemos ver na primeira página da *Folha de São Paulo* que anuncia a medalha de prata da seleção mostrando a fotografia das jogadoras Maycon e Pretinha chorando de cabeça baixa no pódio (*Folha de São Paulo*, 22/08/2008). Esse medo seria em relação ao futuro do futebol feminino no Brasil, um sentimento absolutamente justificável se considerarmos que a cultura esportiva no Brasil – excetuando-se no futebol masculino – é muito dependente da conquista de títulos expressivos (GUEDES, 2023). Esportes

que não possuem uma tradição vitoriosa costumam cair no esquecimento ou mesmo na indiferença do público e da mídia esportiva.¹¹ Essa questão será retomada adiante.

Além do medo, a questão do talento das jogadoras recebeu destaque. De acordo com os jornais aqui selecionados, o talento de jogar bola é o que teria possibilitado a chegada da seleção em importantes decisões. Em 2007, esse aspecto foi ressaltado no jornal *O Globo* que atribui à habilidade das jogadoras o único motivo de terem conquistado o 2º lugar em uma Copa do Mundo, considerando que, no Brasil, sequer havia campeonatos devidamente organizados e capazes de ocupar o calendário esportivo de um ano inteiro (01/10/2007). Nessa competição, a seleção tinha em sua formação Marta, que no ano anterior havia sido eleita a melhor jogadora do mundo pela Fifa e Cristiane que ficara em terceiro lugar nessa mesma premiação¹². Como explicação para a derrota, a *Folha de São Paulo* enfatizou que o jogo coletivo da Alemanha havia superado a habilidade individual da seleção brasileira (*Folha de São Paulo*, 2007). Em 2008, a *Folha de São Paulo* seguiu a mesma lógica de pensamento e publicou uma matéria na qual enfatizava que a derrota da seleção para os EUA, na final da competição, se devia à capacidade de a seleção estadunidense jogar de modo coletivo e defensivamente o que teria impedido que o talento individual das jogadoras brasileiras levasse a seleção à vitória (*Folha de São Paulo*, August, 22, 2008).

O talento atribuído às jogadoras é um fator relevante na representação da imprensa sobre a seleção feminina e, nesse sentido, Marta é aquela quem consegue capitalizar grande parte dos elogios (MOREIRA, 2013). Exaltar a habilidade das jogadoras aponta para a possibilidade de se construir narrativas de superação das atletas que chegam a importantes competições mesmo sem o apoio necessário. Em 2006, quando Marta foi pela primeira vez premiada pela Fifa como melhor jogadora do mundo, *O Globo* descreveu essa conquista como sendo “Vitória sobre o machismo de um país. A melhor do mundo saiu de casa aos 14 anos para poder jogar bola” (RODRIGUES, 2006). No dia seguinte, seguiu-se o mesmo rumo narrativo, “Número 1 em superar barreiras [...]” “Por trás da figura frágil de 1,61m está a força da mulher brasileira pobre, desfavorecida que só conta com o próprio talento e suor” (GUEIROS, 2006).

¹² Marta foi eleita a melhor jogadora pela Fifa em 2007 e Cristiane Rozeira de Souza Silva, ou simplesmente Cristiane, ficou em 3º lugar. No ano seguinte as duas repetiram a mesma premiação.

Porém, mesmo que não seja necessariamente, o objetivo da mídia esportiva, a exaltação do talento permite a possibilidade de desconstrução da pressuposição de que o futebol, no Brasil, seria feito unicamente para homens. Embora não tenham ainda alcançado um título de relevância internacional, como o campeonato mundial ou o ouro olímpico, grande parte da mídia esportiva corrobora a opinião de que a seleção brasileira feminina é capaz de encarnar o "futebol-arte", uma categoria tão cara à identidade do futebol brasileiro.¹³ Nesse quesito da habilidade de jogar o futebol-arte, é preciso reiterar que as atenções se voltam para Marta, sobretudo após suas consecutivas conquistas do prêmio de melhor jogadora do mundo¹⁴. Em 2018, quando Marta ganhou esse prêmio pela sexta vez, o jornalista Juca Kfouri afirmou em crônica que não há “Ninguém que jogue futebol e tenha nascido no Brasil com o domínio de todos os fundamentos do jogo como Marta. Ninguém!” (KFOURI, 2018. p. B7).

Mesmo sem ser titular, Marta foi a protagonista da cobertura da Copa de 2023, competição para a qual a seleção pode contar com um forte incentivo da Confederação Brasileira de Futebol. Era a última Copa do Mundo de Marta e, mais uma vez, a seleção feminina não conquistou o título de campeã, saindo precocemente da competição. Porém, diferentemente de anos anteriores, uma significativa derrota foi recebida de um modo menos paciente. Esse tipo de recepção pode apontar para mudanças importantes nos significados atribuídos a seleção e ao futebol feminino de um modo geral.

Copa de 2023, expectativa e decepção

Nas últimas décadas, muitos são os questionamentos e protestos direcionados ao machismo no ambiente futebolístico nacional que reverberam nas redes sociais e são frequentemente apoiados por ações de marketing de diversos clubes brasileiros (BERTONCELLO, 2022). Em nível organizacional, destaca-se a ex-jogadora Aline Peregrino, que se tornou diretora da modalidade na Federação Paulista de Futebol, conseguindo, durante sua gestão, desenvolver um trabalho de revigoramento dos campeonatos e das equipes. Podemos destacar a atuação de grupamentos de torcedoras que pelas redes sociais e nas arquibancadas reivindicam respeito e segurança contra o assédio (BANDEIRA, 2019; PINTO, 2022). O mesmo tipo de gesto pode ser notado nas redações esportivas em ações como o vídeo manifesto "Deixa Ela

¹³ Sobre a categoria futebol-arte ver (HOLLANDA, 2004; HELAL, SOARES, 2003.)

¹⁴ Marta venceu o prêmio de melhor jogadora do mundo em 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 e 2018.

Trabalhar", uma iniciativa que uniu, em 2018, 52 jornalistas que trabalham com esporte, entre as quais apresentadoras, repórteres, produtoras e assessoras (MEIRELES, 2022). É de se destacar o surgimento de canais de comunicação voltados exclusivamente para notícias sobre o futebol feminino, como é o caso portal ESPNW, de 2016, e do portal brasileiro Dibradoras criado em 2015 (GONÇALVES, 2021; FON, 2022). Na mídia tradicional televisiva é notável uma maior presença de mulheres narrando, comentando e atuando como repórteres em campeonatos variados de futebol. Muitas dessas mudanças elencadas, portanto, são derivadas de demandas surgidas na sociedade brasileira. Não seria exagero falarmos que uma espécie de "feminismo futebolístico" tem se manifestado, no Brasil, nos últimos 10 anos, o que significa dizer que o futebol tem sido uma importante arena de debates, visibilidade e promoção de ações vinculadas a pautas sobre equidade de gênero e seus aspectos interseccionais, não restritas ao esporte, mas que ressoam na sociedade como um todo.¹⁵

A Copa de 2019 foi a primeira a ser transmitida pela Rede Globo, a principal emissora de televisão do país e que durante alguns anos manteve um monopólio dos direitos de transmissão do futebol no Brasil (SANTOS, 2013). Porém, essa mesma emissora pouco concedia espaço ao futebol feminino na sua grade de programação, o que é um aspecto que tem mudado. Os possíveis motivos dessa transformação se inserem em amplo contexto de significativas alterações no cenário dos direitos de transmissão esportiva no Brasil, no qual a Rede Globo se vê diante da ameaça da perda de sua hegemonia (SANTOS, 2021).¹⁶ Além disso, plataformas como Youtube e Twitter vem reconfigurando o mapa das transmissões esportivas no Brasil. A Copa de 2023, por exemplo, foi transmitida pela Cazé TV, um canal de *streaming* que é fenômeno de popularidade, no Brasil, e tem conseguido o direito de transmissão de importantes campeonatos (BALACÓ, 2023).¹⁷ Nesse contexto, a Rede Globo busca se adaptar as

¹⁵ Faz-se uso do termo feminismo em seu sentido amplo para abranger as demandas relacionadas a lutas pela equidade de gênero em diversas instâncias da sociedade. Muitos movimentos de mulheres no futebol não se autodenominam de feministas, até mesmo porque se trata de uma palavra que se tornou alvo de negativas, sobretudo, após a ascensão da extrema-direita, no Brasil, com o governo de Jair Bolsonaro (2018-2022).

¹⁶ Esse fenômeno vem se desenvolvendo desde o início da pandemia de covid-19, impulsionado, entre outros motivos, pela explosão do consumo de streaming no Brasil e pela alteração na legislação dos direitos de transmissão esportiva, com a aprovação da Lei 14.205 (BRASIL, 2021), conhecida como Lei do Mandante, que impulsionou a pulverização direitos de transmissões esportivas.

¹⁷ A Cazé TV é derivada da parceria entre a LiveMode (empresa de mídia e marketing esportivo que gerencia diversos direitos esportivos no Brasil) e o streamer Casimiro Miguel, o Cazé. Atualmente, a Cazé TV conta com mais de 8 milhões de inscritos no Youtube.

demandas de um público, sobretudo jovem, desejoso de consumir esportes variados e não mais restrito ao futebol “malestream” (MOREIRA, 2014) com o qual estávamos acostumados. Por outro lado, essa emissora também mostra-se estar atenta às demandas da sociedade brasileira em geral e do feminino futebolístico.

Outro aspecto é a gradativa demonstração da potencialidade do futebol feminino enquanto espetáculo esportivo que atrai torcedores e consumidores, fato evidenciado no Pan-Americanos de 2007 quando a seleção feminina foi campeã vencendo os EUA em uma Maracanã com um público estimado em 67.788 pessoas.¹⁸ Em 2016, nesse mesmo estádio cerca de 72 mil pessoas assistiram à partida válida pela semifinal do futebol feminino nos Jogos Olímpicos, entre as seleções brasileira e Sueca.¹⁹ Em 2022, a final do campeonato brasileiro feminino levou um público de 41.070 ao estádio do clube Corinthians um recorde superado em 2023, no mesmo estádio que recebeu 42.566 pessoas²⁰. Em 2019 o jogo Brasil e França obteve uma audiência recorde de 35 milhões de telespectadores, e simbolicamente foi relevante ao ser narrada por Galvão Bueno, um dos mais populares narradores esportivos do Brasil (JANUÁRIO, LINA, LEAL, 2020). A participação da emissora nesse processo foi – e é - muito relevante por tratar-se da tv aberta mais assistida no país e que faz parte do maior conglomerado de mídia e comunicação não só do Brasil, mas da América Latina. Com isso o futebol feminino ganhou em visibilidade tanto na publicidade, quanto nos programas jornalísticos do Grupo Globo, incluindo os canais exclusivamente esportivos em TV fechada. A Copa de 2019 representou um valioso momento de inserção do futebol feminino brasileiro em um complexo esportivo-midiático-comercial já consolidado no futebol masculino (MAGUIRE, 2011).

Tais fatos certamente não significam que a Rede Globo tenha construído um jornalismo que privilegie a equidade na participação de homens e mulheres nas coberturas esportivas (NUNES, MARQUES, 2020). Além disso, o machismo e a

¹⁸ De acordo com a matéria de Debora Gares publicada no jornal *O Globo*: ‘Gols e emoção no Maracanã em dia histórico. Campeãs são desarmadas por um público de 67 mil pessoas, terceiro maior do futebol feminino’ (*O Globo*, Rio2007, 27 de junho de 2007, p.9)

¹⁹ Fonte: (<http://rededoesporte.gov.br/pt-br/noticias/brasil-para-na-marcacao-da-suecia-perde-nos-penaltis-e-adia-o-sonho-do-ouro>)

²⁰ Em 2002 a final foi entre Corinthians (de São Paulo) e Internacional (Rio Grande do Sul) e Fonte: Fabbri, Beatriz. Corinthians feminino campeão brasileiro 2022: como foi a conquista (24/09/2022 disponível em: (<https://www.dci.com.br/esporte/brasileirao/corinthians-feminino-campeao-brasileiro-2022-como-foi-a-conquista/272942/>)). Em 2023 a final foi Corinthians (de São Paulo) x Ferroviária (de São Paulo) e o público foi de 42.566 (Fonte: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-brasil/2023/09/10/corinthians-vence-ferroviaria-e-leva-o-brasileiro-feminino-pela-5-vez.htm>)

misoginia estão longe de sair da cena futebolística no Brasil como mostram dados do Observatório de Discriminação Racial e do coletivo Canarinhos LGBTQ1.²¹ É válido lembrar que de acordo com dados do Anuário brasileiro de segurança pública, em 2022, por exemplo, houve o assassinato de uma mulher a cada seis horas²². É nesse contexto - e apesar dele - que o futebol feminino segue uma trajetória, ainda cercada de dificuldades e preconceito, porém é preciso reconhecer que há importantes e promissoras mudanças para as quais devemos atentar. Esse aspecto se evidencia na cobertura dos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo* da participação da seleção na Copa de 2023.

Foi necessário esperar até 2023 para que a seleção feminina tivesse um teto todo seu, para fazermos referência à celebre frase de Virgínia Woolf (2014). Além de contar com uma robusta estrutura midiática, a Copa de 2023 não precisou disputar atenção com outro torneio de relevância do qual, também, participasse a seleção masculina, como costuma acontecer nos Jogos Olímpicos e como ocorreu na Copa do Mundo de 2019.²³ Além desse aspecto, desde 2020, a CBF equiparou o valor de cotas de diária e premiação recebidos pelas seleções masculina e feminina enquanto estiverem à serviço da seleção brasileira. Em 2023, a seleção feminina foi disputar a mais importante competição do futebol, contando com a parceria de 19 marcas distribuídas em três categorias de patrocínio²⁴. Marta foi a protagonista de várias ações de marketing e pela sexta vez foi convocada para atuar naquela que provavelmente seria sua última Copa do Mundo.

Até então, a real vulnerabilidade da modalidade que havia passado quarenta anos proibida, viabilizava uma narrativa pautada pelas lágrimas da derrota e o medo provocado pelas dúvidas a respeito do futuro não somente da seleção, mas do próprio futebol feminino. A esse tipo de perspectiva, se somava à exaltação da habilidade em jogar bola, elogio que permitia o enfoque na superação de tantos obstáculos

²¹ Relatório da discriminação racial no futebol 2021. 8º relatório da discriminação racial no futebol (acesso em [RELATORIO DISCRIMINACAO RACIAL 2021.pdf \(observatorioracialfutebol.com.br\)](#)).
²² 10 Clubes foram a julgamento por homofobia no STJD em 2022 (disponível em <https://canarinhoslgbtq.com.br/10-clubes-foram-a-julgamento-por-homofobia-no-stjd-em-2022/>)

²³ Anuário brasileiro de segurança pública 2022 (Disponível em <https://forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2023/07/anuario-2023.pdf>)

²⁴ Em 2019, quase que concomitantemente à Copa Feminina, foi realizada a Copa América masculina, sediada no Brasil.

²⁴ Patrocinadores másteres: Nike, Guaraná Antarctica, Vivo, Itaú e Neoenergia; Patrocinadores oficiais: Cimed, Free Fire, Gol, Kavak, Kwai, Mastercard, Pague Menos, Rappi, Semp TCL e Zé Delivery.

Apoiadores: Três Corações, Technogym, StatsSports e Globus Italian Excellence.

enfrentados pelas jogadoras. Porém, em 2023, seria narrativamente inverossímil persistir nesse tipo de interpretação porque, embora o futebol feminino esteja em processo de construção, a seleção contou com tempo de treinamento e preparação para a Copa, tendo Pia Sundhage, com histórico vencedor em seu currículo, à frente da comissão técnica. O futebol feminino vinha sendo gradativamente fortalecido, no Brasil, contando com competições organizadas e com a adesão de importantes clubes do país, com é o caso do Corinthians. Certamente que há muito que se melhorar, porém, não temos mais aquele cenário de terra arrasada de 2007 e 2008.

Com maior apoio financeiro, acompanhada de um inédito aparato midiático (JANUÁRIO, LIMA, LEAL, 2020), as expectativas foram grandes em relação a um bom desempenho na competição. Porém, a eliminação veio antes do que se imaginava e, desta vez, a derrota foi recebida de modo diferente. No lugar de um tom comprehensivo, as narrativas da derrota da Copa de 2023 foram tecidas a partir de questionamentos e críticas voltadas para o desempenho em campo. Como afirmado, narrativas do jornalismo esportivo, no Brasil, costumam ser norteadas pela expressão de emoções, e se, até então, o medo dava a tônica das recepções de marcantes derrotas, como as de 2007 e 2008, no caso da eliminação da seleção da Copa de 2023 a emoção que pautou a recepção midiática foi a decepção. Além disso, pela primeira vez, desenhou-se uma figura vilânica, encarnada na técnica Pia Sundhage, sobre a qual se buscou atribuir a responsabilidade da eliminação da seleção daquela Copa.

A eliminação do Brasil ocupou aproximadamente um quarto da primeira página de *O Globo* que destacou a imagem da jogadora Marta acenando com a mão como se estivesse se despedindo, abaixo segue a manchete “No adeus de Marta, anatomia de uma decepção” (03/08/2023). Na seção de esportes, uma página quase inteira é dedicada a contar a trajetória da carreira de Marta a partir de um infográfico ilustrado com a reprodução de cenas emblemáticas da jogadora atuando pela seleção. Partindo de sua primeira participação uma Copa do Mundo, o infográfico ressalta as conquistas dos prêmios de melhor jogadora do mundo, os recordes obtidos como, em 2019, quando se tornou a maior artilheira das Copas do Mundo, chegando a 2023, o momento do “adeus melancólico” assim chamado pelo jornal por ter ocorrido após a eliminação da seleção, ainda na primeira fase da competição. Uma derrota que, entretanto, de acordo com o jornal, não teria sido suficiente para apagar a história da jogadora na seleção (03/08/2023).

Na última página da seção em questão, aparece em destaque no topo, a foto das jogadoras Adriana e Debinha flagradas com um semblante que transparecia o sentimento de incredulidade diante da eliminação contra a Jamaica. Na legenda dessa imagem, a palavra escolhida para descrever a situação foi “Desilusão” (03/08/2023). Destacou-se a saída prematura da Copa e criticou-se a pouca qualidade do futebol das brasileiras como fator determinante para a derrocada (03/08/2023). Segundo a matéria, apesar de obstáculos que ainda poderiam pesar, aquela havia sido uma derrota ocorrida no campo, de ordem técnica, em que a seleção teria jogado mal, sem nenhuma demonstração de talento individual²⁵. Nessa mesma matéria, a técnica Pia Sundhage, nas palavras do *Globo*, teria sido a responsável por grande parte dos problemas apresentados pela seleção, afinal desde sua contratação, em 2019, a sueca não havia conseguido fazer a seleção atuar de modo seguro e convincente (*O Globo*, p.31). O jornal reitera essa opinião, recorrendo à declaração da jogadora Rafaelle que afirmara: “Se tiver alguém com mais condição, com mais qualidade, o futebol feminino merece isso” (03/08/2023). Ao final da página, são mostradas algumas breves considerações de Carlos Eduardo Mansur, Marcelo Barreto e Martin Fernandez, colunistas fixos do jornal e renomados jornalistas esportivos do Brasil. O primeiro menciona de modo alarmante o fato de que o Brasil havia sido eliminado por uma seleção, a Jamaica, que precisou recorrer a um *crowdfunding* para ir à Copa (03/08/2023).²⁶ Marcelo Barreto mostrou-se surpreso com a eliminação, especialmente diante de uma adversária inferior em várias questões, o que se fazia refletir no fato de a Jamaica ocupar o 43º lugar no ranking da Fifa (03/08/2023). Por último, Martín Fernandez afirmou que a campanha da seleção no mundial foi decepcionante, e a comparou com o desempenho de outras seleções sul-americanas e africanas, cujas estruturas em seus países são inferiores às do Brasil, mas que conseguiram a classificação em seus respectivos grupos (03/08/2023).

Na *Folha de São Paulo*, a eliminação do Brasil foi noticiada na primeira página do jornal com a manchete “Brasil cai e perde Marta” como uma referência ao fato de a jogadora ter atuado pela última vez em uma Copa do Mundo (03/08/2023). Na seção “Copa 2023” a fotografia de Marta acenando adeus, é colocada acima da manchete “Marta se despede da seleção com Brasil eliminado da Copa.” (03/08/2023). O subtítulo destaca o que considera aquela que teria sido a campanha mais

²⁵ Importante lembrar que Marta ficou como reserva em grande parte dos jogos

²⁶ (Disponível em <https://theathletic.com/4652279/2023/06/29/jamaica-womens-world-cup/>)

decepcionante das brasileiras em Copas desde 1995²⁷. Assim como ocorre, nas narrativas da derrota do jornal *O Globo*, Marta é a figura predominante nas imagens e nos textos da *Folha de São Paulo* no decorrer da cobertura da competição e, especialmente, no último jogo da seleção. Na seção “Copa 2023”, Marta é a protagonista da análise que se fez sobre a partida contra a Jamaica. Nela se enfatiza a dedicação da jogadora que mesmo tendo atuado somente a partir do segundo tempo, nos minutos em que esteve em campo, Marta havia tentado de tudo, jogando em diversas posições diferentes e sendo excessivamente procurada pelas suas companheiras. O jornal oferece uma relação das conquistas da jogadora na seleção, como o número de gols pelo Brasil, o número de gols em Copas do Mundo, as medalhas olímpicas e panamericanas (03/08/2023). Nessa mesma edição, é de se destacar as duas colunas escritas por dois renomados jornalistas esportivos do país, Paulo Vinícius Coelho e Juca Kfouri.

Segundo Paulo Vinícius Coelho a eliminação da seleção feminina se deu por motivos técnicos e, sobretudo, emocionais. Para o jornalista, a seleção jogou mal, porém o componente psicológico teria sido preponderante no jogo contra a Jamaica, já que todas as atletas sabiam que estavam sendo observadas pelo Brasil inteiro, diferentemente das Copas anteriores (*Folha de São Paulo*, 03/08/2023). Trata-se de uma interpretação que aponta para as possíveis consequências de uma alta visibilidade midiática no estado psicológico das atletas, uma preocupação que tem chamado a atenção para algumas pesquisas desenvolvidas no Brasil (VERSANI, 2017; RUBIO, 2000; MORÃO, 2020). Aqui, vale ressaltar que a Copa de 2023 foi a primeira em que a seleção brasileira feminina recebeu acompanhamento psicológico profissional, entretanto ao longo da formação atlética esse tipo de apoio especializado não é comum. Recentes estudos mostram alta incidência de *burnout* nas categorias de base do futebol feminino brasileiro e parte desse fenômeno se relaciona ao aumento da quantidade de treinos e competições as quais jogadoras têm sido expostas, sem o devido acompanhamento de uma equipe de psicólogos (RINALDI, 2020).

Juca Kfouri, por sua vez, optou por uma crítica mais contundente, enfatizando o sentimento de deceção provocado pela eliminação da seleção. De acordo com o jornalista a seleção feminina teria frustrado as expectativas da torcida que esperava muito mais do que foi feito (03/08/2023). Para Juca Kfouri, a treinadora Pia Sundhage havia errado na montagem do esquema tático da seleção, sobretudo, ao não privilegiar

²⁷ Em 1995, a seleção brasileira ficou em 9º lugar na Copa do Mundo da Suécia

a presença de Marta que, segundo ele, em sua última copa mereceria uma despedida mais honrosa. Ao final do artigo, o jornalista afirma que um empate contra a Jamaica era algo “impensável” e que a eliminação havia sido igualmente dolorosa como fora a da seleção masculina em 2022 (*Folha de São Paulo*, 03/08/2023). Aqui cabe algumas observações. Embora Juca Kfouri tenha demonstrado revolta com a eliminação da seleção, cabe ressaltar que esse jornalista – bastante renomado no Brasil – pouco abordou a Copa do Mundo de 2023, pelo menos nas crônicas publicadas entre 19 de julho a 03 de agosto, justamente o período que engloba a participação da seleção nacional na competição.

Na véspera da estreia da seleção brasileira, sua coluna foi dedicada ao jogo dos clubes São Paulo e Corinthians, válido pela semifinal da Copa do Brasil, uma competição masculina.²⁸ No dia 24 de julho, estreia da seleção brasileira, Juca Kfouri escreveu sobre o desempenho do Botafogo, clube do Rio de Janeiro que, na época, era líder do principal campeonato de futebol masculino do país.²⁹ Para comentar sobre a derrota do Brasil para a França, Juca Kfouri recorreu às lembranças das derrotas da seleção masculina para os franceses no decorrer da história em Copa do Mundo. O referido jornalista dedicou atenção exclusivamente à Copa de 2023 e à seleção feminina em apenas duas oportunidades, no dia 20 de julho quando a competição teve início e dia 03 de agosto, após a eliminação da seleção. No caso dessa última, como dito, houve fortes críticas relativas ao desempenho da seleção no empate contra a Jamaica e avaliação de que o resultado havia sido decepcionante. Porém, fica a pergunta de como é possível construir um juízo a respeito da participação da seleção feminina em uma Copa se raras são as vezes em que essa seleção e a competição da qual participa são objeto de análise.

Sobre esse aspecto, Juca Kfouri não é uma exceção pelo menos no que diz respeito à cobertura da *Folha de São Paulo* sobre a Copa de 2023. Esse jornal, um dos de maior circulação do Brasil, fez a pequena seção “Copa 2023” que não chegava a ocupar uma página inteira, mesmo em dias de jogos da seleção. A *Folha* adotou um modo menos econômico do que na cobertura da Copa de 2019, para a qual sequer uma seção especial foi criada para noticiar o evento e a participação da seleção. Seria, entretanto, incorreto afirmar que o referido jornal costuma negligenciar a seleção

²⁸ KFOURI, Majestáticos Majestosos. Faltam superlativos para os jogos que classificação Corinthians ou São Paulo à final da Copa do Brasil (*Folha de São Paulo*, 23/07/2023)

²⁹ KFOURI, Botafogo, Botafogo, campeão desde (*Folha de São Paulo*, 24/07/2023)

feminina de futebol, afinal nos Jogos Olímpicos de 2016, a *Folha* concedeu mais espaço ao futebol das mulheres do que a dos homens, o que é de se ressaltar em se tratando de uma competição, realizada no Brasil e que contava com a presença do jogador-celebridade Neymar e na qual a seleção masculina conquistou a medalha de ouro (COSTA, 2019). Porém, quando se trata de Copa do Mundo, pelo menos desde 2019, a *Folha de São Paulo* dispensa pouca atenção a essa competição. E essa afirmativa tem como parâmetro outro jornal de circulação nacional que é *O Globo*.

Há um fator que muito provavelmente influenciou esse fenômeno. A partir de 2019, a Copa do Mundo Feminina teve seus direitos de transmissão comprados pela Rede Globo. A detenção dos direitos de transmissão é fator que, em grande medida, explica a farta atenção dada pelo jornal *O Globo* – que integra o mesmo conglomerado daquela televisão – às Copas de 2019 e 2023, esta última objeto desta análise. Em 2023, o jornal publicou, na véspera da partida de estreia do Brasil, um caderno especial exclusivamente dedicado à Copa do Mundo. Nele se anunciava “A maior copa da história. Projeto em construção. Brasil ruma por um futuro promissor no mundial feminino! (23/07/2023) e ao longo de suas 8 páginas são mostrados dados e expectativas em torno da competição, das principais seleções e jogadoras. Obviamente, a seleção brasileira é quem desperta maior interesse, cabendo destacar a publicação de anúncios da seleção protagonizadas por jogadoras, incluindo uma página inteira dedicada à propaganda do banco Itaú um dos principais patrocinadores da Confederação Brasileira de Futebol. O jogo de estreia da seleção ocupa considerável espaço na primeira página do jornal, onde se destaca uma sequência de quatro imagens que mostram os lances de um dos gols da jogadora Ary Borges ao qual o jornal denomina de “obra-prima” (24/07/2023).³⁰

A cobertura de um modo geral traz informações relativas a outras seleções, assim como levanta temas importantes como as denúncias de abuso sexual tendo como vítimas, algumas jogadoras de Zâmbia e Haiti de assédio nas seleções³¹ As jornalistas Tatiana Furtado e Lais Melek ficaram à frente da produção de matérias variadas e, também, de artigos opinativos, o que significa que as narrativas ficaram a cargo não

³⁰ A foto é relativa ao terceiro gol do Brasil na vitória sobre o Panamá por 4 a 0. O gol foi derivado de uma jogada bonita, em que a bola passar de pé em pé - Debinha, Adriana, Debinha de novo, Ary Borges e Bia Zaneratto

³¹ O jornal inglês "The Guardian", traz novos elementos à acusação de abuso sexual contra o treinador Bruce Mwape, levada à Fifa em setembro do ano passado. Em abril de 2020, o jornal britânico The Guardian denunciou: Dadou, apelido de Yves Jean-Bart, presidente da federação de futebol do Haiti desde 2000, teria abusado sexualmente de várias jogadoras.

somente de homens que pouco falam sobre futebol feminino ao longo do ano. A matéria principal sobre a eliminação da seleção para a Jamaica é assinada por Tatiana Furtado que investe na opinião de que a seleção havia jogado mal em campo, sem variação tática e incapacidade de vencer o esquema defensivo da Jamaica. De acordo com a jornalista, a responsabilidade recairia sobre Pia Sundhage, que não teria conseguido conferir um padrão tático de jogo à seleção (*O Globo*, 03/08/2023). Já Laís Malek faz uma avaliação do desempenho das jogadoras na Copa visando, assim, a lançar uma projeção sobre quais atletas poderiam permanecer ou não no elenco da seleção. Diferentemente das derrotas de 2007 e 2008, o futuro não mais provoca medo e angústia com a possibilidade do fim da modalidade, mas sim alimenta especulações de renovação. A presença de mulheres atuando como aquelas que constroem matérias e análises é um forte diferencial da cobertura do jornal o Globo.

Considerações provisórias

No Brasil, o único esporte que consegue sobreviver às derrotas é o futebol. Há derrotas da seleção masculina como as ocorridas na Copa de 1950 e 1982 que se transformaram em momentos míticos do futebol brasileiro e são revisitados em um processo contínuo de manutenção e reelaboração de suas memórias. Esportes que não o futebol, sobretudo o masculino, dependem de um evento vitorioso para se manterem como foco de interesse da mídia esportiva e do público em geral. Quando Gustavo Kuerten foi tricampeão de Roland Garros, o tênis alçou uma incrível popularidade no Brasil, mas assim que os resultados vitoriosos foram escasseando, aquela modalidade esportiva caiu em um quase esquecimento (GUEDES, 2001).

O imperativo da vitória era algo que de fato poderia provocar medo em jogadoras como Marta que viam nas derrotas da seleção um empecilho à legitimação e apoio ao futebol feminino. Esse sentimento foi a base das narrativas da derrota da seleção feminina nos anos de 2007 e 2008, quando chegou às decisões da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos. Entretanto, a perda da taça de campeã e do outro olímpico foram recebidos com compreensão pela mídia esportiva que optou por dar um tom denunciativo, ao enfatizar os diversos problemas que cercavam o futebol feminino, no Brasil. Em 2023, a recepção da eliminação da seleção brasileira para a Jamaica, ainda na fase de grupos da Copa do Mundo, mostrou-se, muito diferente daquelas importantes derrotas anteriores.

Obviamente que a distância temporal que separa as derrotas pode parecer como uma evidente explicação para a diferença de tratamento dado pelo jornalismo esportivo. Porém, uma rápida visita à recepção da derrota da seleção em 2019, dá mostras de que há um certo movimento de acolhimento à seleção brasileira que se desenha na narrativa dos jornais aqui selecionados. A eliminação para a seleção francesa foi assim noticiado pelo jornal *O Globo* em sua página principal “Na derrota, o recado vitorioso de Marta” (24 de junho de 2019). No caderno de esportes, o referido periódico reitera o pedido da jogadora Marta no que diz respeito à necessidade de apoio ao futebol feminino, mas desta vez o pedido de Marta vai na direção das jogadoras que deveriam se comprometer de modo mais efetivo com o futuro do futebol feminino:

A craque da seleção [Marta] fez um apelo para que mais uma geração não seja desperdiçada no momento de maior visibilidade da categoria. Em 2007, no vice-campeonato mundial para a Alemanha, a camisa 10 ajudou a erguer uma faixa que pedia mais investimento no futebol feminino. Agora que eles começam a chegar de fato, com mais de uma década de atraso, ela exige mais compromisso de todos. Sem citar ninguém especificamente, exigiu mais profissionalismo em um recado às meninas da nova geração” (*O Globo*, 24/06/2023)

Em 2023, Marta novamente foi protagonista da cobertura da participação da seleção em uma Copa do Mundo, mesmo não sendo titular na maioria dos jogos. Essa seria a última Copa da carreira de uma jogadora cuja trajetória se confundia com a da própria seleção. Tratava-se de uma competição única em termos de visibilidade midiática e investimento no futebol feminino, o que fez com se criasse uma atmosfera de expectativa em relação ao desempenho da seleção. A isso se soma o investimento na despedida de Marta e o resultado foram narrativas em que a decepção deu a tônica das considerações feitas sobre a derrota da seleção para a Jamaica. Por sua vez, a técnica Pia Sundhage foi apontada como responsável por não conseguir dar ao Brasil um padrão tático eficaz e capaz de levar a seleção às fases finais da Copa do Mundo. Pela primeira vez, uma figura vilânica foi traçada nas narrativas da derrota da seleção feminina, figurando como a antítese da heroína Marta.

A recepção da derrota na Copa de 2023 aponta para um futebol feminino que no Brasil não é mais o mesmo, que tem se mostrado mais organizado em termos de estrutura esportiva. Daí a impaciência com a derrota e uma expectativa ainda maior pela conquista de um título de repercussão. As cobranças notáveis nas narrativas do jornalismo, especialmente, no jornal *O Globo* são, em parte, derivado do próprio investimento que a mídia esportiva tem feito nesse produto chamado futebol feminino que, por sua vez, vem sendo inserido na lógica mercadológica e globalizada do esporte.

Em grande medida, o que se evidencia é o crescimento da importância dessa modalidade como espetáculo esportivo e da aposta na seleção como elemento fundamental de um novo cenário de possibilidades para o futebol feminino. Resta o desafio de não contar com Marta a jogadora que teve papel fundamental na manutenção do interesse midiático sobre a seleção feminina, mesmo sem a conquista de um título importante. Porém, trata-se de uma oportunidade para se ampliar e diversificar o alcance dos holofotes midiáticos e do público na direção de outras jogadoras.

Apesar do medo, a verdade é que a seleção sobreviveu as derrotas, o que dá mostras de que, antes de tudo, está em jogo a força do esporte mais popular do país e que historicamente se tornou um dos elementos basilares da construção da própria ideia de Brasil. A derrota passou a incomodar, o que implica dizer que há uma demonstração de que a seleção feminina importa. A construção e manutenção dessa importância se deve a atuação em campo de jogadoras que no decorrer da história do futebol feminino no Brasil de fato lutaram contra o preconceito e a precariedade (GOELNNER, 2022). Se deve também a uma ampla agenda que não é restrita ao futebol, mas se integra às lutas diárias das mulheres em busca de direitos. Faz parte dessa luta a necessidade de as mulheres fincarem sua presença na conformação concreta e imaginária do “país do futebol”. Trata-se de um processo que é longo e exige permanente cuidado no cultivo de um futebol que não se permita mais ser veículo de exaltação do machismo.

Referências Bibliográficas

- BALACÓ, Bruno. No embalo da Cazé TV, Youtube se consolida como plataforma de transmissão esportiva. **Ludopédio**, São Paulo, v. 169, n. 16, 2023.
- BANDEIRA, Gustavo. **Uma história do torcer no presente: elitização, racismo e heterossexismo no currículo de masculinidade dos torcedores de futebol**. Curitiba: Appris, 2019.
- BERTONCELLO, Soraya Damasio. O futebol enquanto instância midiática da publicidade social: Uma análise do discurso das campanhas do esporte clube Bahia. Dissertação de Mestrado. Escola De Comunicação, Artes e Design – Famecos - Programa De Pós-Graduação Em Comunicação Social Mestrado Em Comunicação Social, 2022.
- BUENO, Noemi Correa, MARQUES, José Carlos. Jornalismo Esportivo e Relações de Gênero: O Espaço para a Participação Feminina. **Comunicação & Inovação**, v.21, n. 45 [110-128], jan-abr 2020

COSTA, Leda Maria da. Marta versus Neymar. A “Guerra dos Sexos” nos Jogos Olímpicos 2016. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belém (PA), 2 a 7/09/2019. (disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1423-1.pdf>)

COSTA, Leda Maria da. **Os vilões do futebol. Jornalismo esportivo e imaginação melodramática.** Curitiba, Appris, 2020.

FON, Pei Shung Bezerra Alves. **Caiu na rede é Dibradoras: análise sobre a importância das redes sociais para o fortalecimento do futebol feminino no Brasil**, Monografia (Trabalho de Conclusão do Curso em Relações Públicas) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências, História, Comunicação e Artes. Maceió, 2022.

GOELLNER, Silvana Vilodre; CABRAL, Juliana. **As pioneiras pedem passagem: Conhecer para reconhecer.** São Paulo: Editora Ludopédio, 2022.

GONÇALVES, Eduarda dos Passos. **O futebol de mulheres na mídia: a cobertura jornalística da Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA2019 nos portais Globoesporte.com e Dibradoras.** Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação, Florianópolis, 2021.

GUEDES, Simoni. Discursos autorizados e discursos rebeldes no futebol brasileiro. **Esporte e Sociedade**, Ano 6, n.16, Nov.2010/Fev, 2001.

GUEDES, Simoni. **O Futebol brasileiro. Instituição zero.** SP: Editora Ludopedio, 2023.

GUEIROS, P. M.. Número 1 em superar barreiras. **O Globo, Esportes**, 20 de dezembro de 2006, p. 42.

HELAL, Ronaldo e SOARES, Antônio Jorge. O Declínio da Pátria de Chuteiras: futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002. In: Associação Nacional Dos Programas De Pós-Graduação Em Comunicação, XII, 2003, Recife. **Compós.** Congresso: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2003.

HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de. **O descobrimento do futebol: Modernismo, regionalismo e paixão esportiva em José Lins do Rego.** Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 2004.

JANUÁRIO, Soraya Barreto, LIMA, Rodrigues Cecília Almeida, LEAL, Daniel. **Futebol de mulheres na agenda da mídia: uma análise temática da cobertura da Copa do Mundo de 2019 em sites jornalísticos brasileiros.** Observatório (OBS*) Journal, vol14, no4, 2020.

KFOURI, J. . Marta Fenômeno. **Folha de São Paulo**, Esporte, 27 de setembro de 2018, p. B7.

MAGUIRE, J. A. The global media sports complex: key issues and concerns. In: **Sport in Society: Cultures, Commerce**, Media, Politics. 2011.

MEIRELLES, Rebeka Vaz da Costa. **Sexismo no jornalismo esportivo: como as mulheres jornalistas vivenciam e lidam com a cultura patriarcal organizacional do esporte**. Niterói, 2022. 158 f. Dissertação (mestrado)-Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2022.

MORÃO, Kauan Galvão, BAGNI, Guilherme; VERZANI, Renato Henrique et all. Os perigos das mídias digitais: alterações psicológicas em futebolistas brasileiros. **Revista Brasileira de Futsal e Futebol**. São Paulo. v.12. n.47. p.67-74. Jan./Fev./Mar./Abril. 2020.

MOREIRA, R. P. Marta past Messi: (re)definitions of gender and masculinity, patriarchal structures and female agency in international soccer. **Soccer & Society**, 15(4), 013, 503-516.

OSELAME, Mariana Corsetti. **Fim da notícia: o “engraçadismo”. No campo do jornalismo esportivo de televisão**. Diss. (Mestrado). Faculdade de Comunicação Social, Pós-Graduação em Comunicação Social. PUCRS, 2013.

RINALDI, Igor Malinosqui. **Estresse, humor e Burnout em atletas de futebol feminino**. 2020. 60 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Faculdade de Ciências, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2020.

RODRIGUES, J. L. Vitória sobre o machismo de um país. A melhor do mundo saiu de casa aos 14 anos para poder jogar bola. **O Globo**, Esportes, 19 de dezembro de 2006, p. 36.

RUBIO, Katia. K. RUBIO (org.) **Encontros e desencontros: descobrindo a Psicologia do Esporte**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2000.

PINTO, Maurício. Rodrigues. Corinthianas todo-poderosas: a trajetória do Movimento Toda Poderosa Corinthiana. In: Kessler, Claudia Samuel; Costa, Leda Maria da; Pisani, Mariana da Silva. (Org.). **As mulheres no universo do futebol brasileiro**. 1ed.Santa Maria: Editora UFSM, 2022. p. 123-138.

SANTOS, Anderson David Gomes dos. **A Consolidação de um Monopólio de Decisões: A Rede Globo e a Transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol**, f. 271. 2013 Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2013.

SANTOS, Anderson David Gomes dos. **Um modelo para regulação dos direitos de transmissão de futebol**. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade de Brasília, Brasília, 2021

SCHUDSON, Michael Descobrindo a notícia: Uma história social dos jornais nos Estados Unidos. SP: Vozes, 2010.

SOUZA, R. C. de; EUGÊNIO, F. R.; VIMIEIRO, A. C. Elas por elas: a cobertura noticiosa do futebol de mulheres em podcasts brasileiros de 2018 a 2022. **FuLiA/UFMG** [revista sobre Futebol, Linguagem, Artes e outros Esportes], [S. l.], v. 8, n. 2, p. 101–129, 2023. DOI: 10.35699/2526-4494.2023.45281. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/fulia/article/view/45281>. Acesso em: 26 nov. 2023.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

TUCHMAN, Gaye. Contando histórias. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999.

VERZANI, Renato Henrique. **Novas mídias sociais, atletas e o coping: relações impertinentes**, Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro, 2017.

WOOLF, Virgínia. **Um teto todo seu**. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2022.