A mídia esportiva e as Copas do Mundo do Futebol de Mulheres: da invisibilidade à visibilidade

Sports media and the Women's Football World Cups: from invisibility to visibility

Soraya Barreto Januário
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil
Recife, PE
soraya.barreto@ufpe.br
https://orcid.org/0000-0002-0405-6381

Recebido em: 2 de junho de 2025
Aceito em: 3 de fevereiro de 2026

Resumo:

O artigo propõe uma análise comparativa da cobertura midiática brasileira dedicada às Copas do Mundo de Futebol de Mulheres da FIFA, nas edições de 2015, 2019 e 2023. O objetivo é identificar permanências e rupturas nos achados de pesquisa relativos aos espaços de visibilidade, às temáticas mobilizadas e às formas de representação das jogadoras, da modalidade e do evento. O referencial teórico articula os estudos de gênero e futebol, com base nas contribuições de autoras como Silvana Goellner, Ludmila Mourão, Márcia Morel, Mariane Pisani e Aira Bonfim. A metodologia adotada é a análise comparativa, conforme proposta por Odília Fachin. Os resultados apontam avanços significativos na visibilidade e na representação das jogadoras, na construção da memória da modalidade e na ampliação da diversidade de personagens e discursos presentes na cobertura esportiva. Todavia, observam-se também a persistência de práticas e narrativas sexistas ainda enraizadas no universo futebolístico.

Palavras-chave: Futebol das Mulheres. Copa do Mundo. Cobertura Midiática.

Abstract:

This article proposes a comparative analysis of Brazilian media coverage dedicated to the FIFA Women's World Cups in 2015, 2019, and 2023. The objective is to identify continuities and ruptures in research findings related to spaces of visibility, themes addressed, and forms of representation of the players, the sport, and the event. The theoretical framework articulates gender and football studies, based on the contributions of authors such as Silvana Goellner, Ludmila Mourão, Márcia Morel, Mariane Pisani, and Aira Bonfim. The methodology adopted is comparative analysis, as proposed by Odília Fachin. The results point to significant advances in the visibility and representation of the players, in the construction of the memory of the sport, and in the expansion of the diversity of characters and discourses present in sports coverage. However, the persistence of sexist practices and narratives still rooted in the football world is also observed.

Keywords: Women's Football. World Cup. Media Coverage.

Introdução

No Brasil e em várias regiões do mundo, a trajetória do futebol foi moldada e consolidada dentro de estruturas que privilegiam premissas de masculinidades dominantes, frequentemente associadas a atributos como força física e virilidade (Goellner, 2005; Connell, 2020; Pisani, 2018; Bonfim, 2019). O percurso do futebol praticado por mulheres foi historicamente marcado por proibições, permissões pontuais, atos de resistência, enfrentamentos e conquistas, desde sua origem até sua consolidação em âmbito global (Bonfim, 2019; Goellner, 2005; Pisani, 2018).

Entre 1941 e 1979, algumas modalidades esportivas não poderiam ser praticadas por mulheres no Brasil. Essa interdição foi iniciada através do Decreto-Lei nº 3.199, de 14 de abril de 1941, assinado pelo então presidente Getúlio Vargas, que refletia normas sociais conservadoras, discursos médicos e jurídicos que afirmavam que "Às mulheres não se permitirá a prática de desportos incompatíveis com as condições de sua natureza, devendo, para este efeito, o Conselho Nacional de Desportos baixar as necessárias instruções às entidades desportivas do país".

Esse decreto criou a base para as resoluções do Conselho Nacional dos Esportes, que posteriormente veio a vedar especificamente o futebol e outras modalidades esportivas. Segundo Westin (2023, s/p) "A partir de então, foram frequentes os jogos femininos cancelados por ordem do Conselho Nacional de Desportos (CND), repartição subordinada ao Ministério da Educação. Houve até partidas encerradas à força pela polícia". Tal fato teve impactos profundos e duradouros na visibilidade midiática e na própria mercantilização da modalidade até os dias de hoje (Barreto Januário, 2022). Mesmo com avanços recentes, o futebol de mulheres ainda enfrenta barreiras estruturais resultantes desse longo período de invisibilização e marginalização.

A memória é uma construção moldada por contextos familiares, sociais, políticos, culturais e econômicos. Nesse sentido, as formas de dominação, hierarquização e estratificação social se estendem a mecanismos simbólicos (Bourdieu, 2007). A memória, portanto, é um campo de disputa política, onde diferentes grupos lutam para impor suas formas de recordar o passado como as mais legítimas (Munslow, 2006). A visibilidade de certos eventos em detrimento de outros não é inerente aos fatos em si, mas resultado de complexas operações políticas e sociais que privilegiam a capacidade de grupos hegemônicos ou regiões em detrimento de outros.

A mídia desempenha um papel crucial na construção da memória, especialmente a institucional e a coletiva, ao participar ativamente do processo de atribuição de significado aos acontecimentos. Ela não apenas legitima memórias do passado, como contribui para a construção de memórias voltadas para o futuro (Gensburger, 2016).

A sociedade contemporânea, com sua complexidade, individualismo, tecnologia e excesso de informação, enfrenta uma crise de memória (Simson; Giglio, 2001). Para combater o esquecimento, é crucial preservar o passado, mas também estar atenta à história que está sendo contada, especialmente em temas interditados, propositalmente, por uma cultura midiática e patriarcal. No caso do futebol de mulheres, certos silenciamentos são tão significativos quanto os discursos explícitos, influenciando a institucionalização de uma memória hegemônica e moldando o imaginário social (Rial; Almeida, 2024; Dos Santos; Fernandes, 2020).

Historicamente negligenciado pela grande mídia esportiva, o futebol de mulheres passou a ser abordado sob uma perspectiva mais ampla na preparação da cobertura da Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2023. O resgate de registros audiovisuais de edições anteriores da Copa do Mundo, de partidas icônicas da Seleção Brasileira e de momentos decisivos na trajetória de jogadoras como Sissi, Fanta, Marta e Formiga, por exemplo, tem desempenhado um papel essencial na construção de uma memória coletiva da modalidade. Essa abordagem tem permitido ao público acessar referências que, por muito tempo, permaneceram dispersas ou pouco documentadas nas mídias hegemônicas. Cabe lembrar o alerta de Mariane Pisani (2018) que, ao analisar como o futebol funciona como um campo simbólico fortemente masculinizado na sociedade brasileira, apontou a existência de um *gênero da bola*. A autora afirma que, desde a infância, meninos são incentivados a jogar bola, enquanto meninas são desencorajadas, num processo que ajuda a construir o futebol como um espaço *natural* dos homens e reforça desigualdades de gênero.

Pretende-se neste artigo observar e analisar de forma comparativa os resultados de três pesquisas realizadas no âmbito do projeto *Observatório do Futebol de Mulheres*, realizado pelo Grupo de Pesquisa Obmídia UFPE. As análises concentram-se na forma como os portais de notícia esportivos contribuíram, por meio de suas coberturas midiáticas das Copas do Mundo de Futebol de Mulheres, para a construção de uma memória coletiva sobre a modalidade.

Nesse contexto, são destacadas três edições recentes da Copa do Mundo Feminina da FIFA: a edição de 2015, realizada no Canadá, entre os dias 6 de junho e 5 de julho; a edição de 2019, sediada na França, entre 7 de junho e 7 de julho; e, por fim, a edição de 2023, que teve como sedes a Austrália e a Nova Zelândia, ocorrendo entre 20 de julho e 20 de agosto. Ao observar a maneira como essas competições foram noticiadas, busca-se compreender não apenas os enquadramentos jornalísticos utilizados, mas também as estratégias narrativas que contribuíram para a consolidação, ou apagamento, da trajetória do futebol praticado por mulheres no imaginário esportivo brasileiro.

Segundo Renata Mendonça (2019), em reportagem publicada no portal Dibradoras, Ellen Wille, representante do Comitê de Mulheres da Noruega, durante uma reunião de executivos da FIFA realizada às vésperas da Copa de 1986, no México, exigiu maior atenção ao futebol feminino. Havia uma demanda reprimida: a prática do futebol por mulheres havia sido proibida por anos no Reino Unido, na Holanda, na Alemanha e no Brasil; em países como a França, embora as mulheres pudessem jogar, eram impedidas de se filiar às federações locais. Para Wille, era urgente investir na modalidade.

O discurso de Willie impressionou o então presidente da FIFA, o brasileiro João Havelange, resultando na realização de um Mundial experimental em 1988, na China, com 12 seleções. O sucesso do evento levou a FIFA a definir a primeira Copa do Mundo feminina oficial para dali a três anos, em 1991, também na China. Todavia, a entidade ainda hesitava em usar o nome do torneio masculino para a competição de mulheres. Optou, então, por batizar o campeonato com a marca do principal patrocinador. Dessa forma, nascia a *M&M's Cup*, a Copa do Chocolate.

Desde então, a Seleção Brasileira esteve presente em todas as edições do torneio. Os melhores desempenhos foram em 2007, com o vice-campeonato, e em 1999, com o terceiro lugar. Porém, a cobertura midiática brasileira foi historicamente limitada. Segundo Barreto Januário *et. al* (2020), as transmissões ocorreram de forma esparsa: ESPN Brasil exibiu jogos em 2003, TV Bandeirantes em 2007, e, em 2015, o torneio foi transmitido pela TV Brasil, Bandeirantes e SporTV. Cabe ressaltar que foi só em 2019, durante a Copa da França, que todos os jogos da Seleção Brasileira foram televisionados em TV aberta, pela Globo. Naquele torneio, o jogo contra a França, em

23 de junho, alcançou mais de 35 milhões de telespectadores, estabelecendo um recorde para o futebol de mulheres no Brasil.

Sobre o crescimento da competição, cabe ressaltar que a sétima (Canadá) e oitava (França) edições do torneio contaram com 24 seleções, sendo a principal mudança a transição do gramado artificial para o natural, um tema controverso na edição do Canadá. O uso do gramado sintético afeta a qualidade do jogo e aumenta o risco de lesões, sendo um fator que evidencia a desigualdade entre as modalidades masculina e feminina. Esse debate reforçou as críticas ao tratamento diferenciado dado às mulheres no esporte.

A nona edição, de 2023, trouxe a ampliação para 32 seleções e ainda maior visibilidade midiática. A cobertura expandida reflete o crescimento da modalidade e a luta por condições mais equitativas. A TV Globo, maior emissora de televisão aberta do Brasil, anunciou a transmissão não apenas da Copa do Mundo de 2023, mas também do Campeonato Brasileiro e da Supercopa do Brasil de Futebol Feminino, ampliando o espaço do esporte na mídia.

Esta análise busca compreender as manutenções e transformações na cobertura midiática da Copa do Mundo Feminina, identificando avanços e desafios. O crescente agendamento midiático da modalidade aponta para mudanças no reconhecimento e valorização do futebol de mulheres no cenário esportivo e midiático.

Metodologia

Este estudo realizou uma revisão comparativa de três pesquisas sobre a Copa do Mundo de Futebol Feminino, abordando as edições de 2015, 2019 e 2023. Para sistematizar os resultados, foram elaborados resumos das pesquisas analisadas, destacando convergências e divergências entre os temas e unidades de análise.

Conforme Fachin (2001), o método comparativo permite estudar fenômenos a partir de suas semelhanças e diferenças, possibilitando a análise de dados concretos e a identificação de padrões e variações. Segundo a autora, a análise segue seis etapas essenciais para a análise de fenômenos, objetos ou fatos.

A primeira fase é a definição do objeto de estudo, que se deu através da escolha dos resultados das três pesquisas mencionadas. A segunda é a coleta de dados, que reuniu as informações das pesquisas estudadas, por meio dos artigos publicados nas

edições de 2015 e 2019 e os primeiros achados da edição de 2023, visto que a pesquisa está em andamento. Posteriormente, partimos para a identificação de semelhanças e diferenças, no qual foram analisados os dados coletados nas duas primeiras edições citadas, para encontrar convergências e divergências entre os fenômenos comparados, que apresentaremos à frente. Em seguida, foi realizada a etapa de classificação e categorização, que resultou na organização dos dados em categorias temáticas para facilitar a comparação. A quinta etapa foi a análise comparativa, que examinou os padrões encontrados, interpretando os resultados e verificando conexões entre os elementos comparados. Por fim, chegamos à etapa das conclusões e interpretação dos achados, na qual se deu a elaboração de sínteses a partir da análise comparativa, destacando implicações e possíveis inferências.

Copas do mundo de futebol de mulheres na mídia esportiva: edições 2015 e 2019

A primeira pesquisa a compor nosso *corpus* foi publicada em 2016, no periódico científico Eptic (2016), intitulada: *Mulher, Mídia e Esportes: A Copa do Mundo de Futebol Feminino sob a ótica dos portais de notícias pernambucanos*. O estudo tinha como objetivo examinar a cobertura da mídia nos portais de notícias a partir de uma perspectiva alinhada à economia política feminista. Nesse sentido, os objetos de análise selecionados foram os seguintes veículos: Leia Já, Pernambuco.com, Folha de Pernambuco, NE10 e G1 Pernambuco.

Embora as pesquisadoras inicialmente tivessem como proposta uma abordagem regional, a investigação acabou assumindo um alcance nacional. Isso se deve ao fato de dois dos portais com maior número de publicações estarem vinculados a grandes conglomerados de mídia nacionais: o portal G1 é parte do Grupo Globo, enquanto o NE10 fazia parte do portal UOL. Os demais sites analisados produziram conteúdos provenientes de agências de notícias de abrangência nacional

Na pesquisa, o percurso metodológico selecionado foi o estudo de caso descritivo e interpretativo, por meio da análise qualitativa dos discursos e narrativas. A coleta dos objetos a serem estudados foi realizada através da busca pautada em palavras-chaves, tais como: *mundial de futebol feminino*, *Copa do Mundo Feminina*, *futebol de mulheres*, *futebol feminino, Copa do Mundo e mulher* etc. O estudo se centrou na abordagem teórica alinhada aos estudos de gênero e à teoria crítica feminista

na análise das 69 matérias identificadas, que foram organizadas e classificadas em quatro categorias. De acordo com as autoras (2016), essas categorias são as seguintes:

1. *Notícias Padrão*: Relatos sobre os jogos, focando em resumos das partidas e lances importantes, sem entrevistas ou aprofundamento (Figura 1).

Figura 1 - Matéria Uol Esporte sobre as semifinais da Copa do Mundo de 2015



Fonte: Portal Uol - redirecionada pelo NE10. Disponível em: https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/efe/2015/06/27/eua-vencem-china-e-enfrentam-a-alemanha-nas-semifinais-do-mundial-feminino.htm Acesso: 21 ago. 2015

2. *Notícias Marta e Cia*: Essa categoria foi regida pelo uso da imagem de Marta como protagonista das notícias, seja em entrevistas com a atleta ou pelo uso da expressão *Marta e cia* substituindo o termo Seleção Brasileira. Isso pode ser percebido em um trecho da matéria do Blog de Primeira: "[...] A situação é diferente da que Marta e companhia encontraram diante da Coreia do Sul, que jogou de forma mais retrancada" (FolhaPE.com, 2015). Pode ser percebida uma tendência de utilizar a jogadora como estrela da seleção. No composto geral das matérias, percebe-se que apenas Marta e o então técnico Vadão falam em nome da seleção.

Figura 2 - Notícia Globo Esporte sobre Marta.



Fonte: Ge.com redirecinado pelo G1PE Disponível em: https://ge.globo.com/sp/sorocaba/futebol/noticia/2015/06/com-marta-confiante-no-titulo-selecao-viaja-para-copa-do-mundo-feminina.html Acesso: 20 ago. 2015

3. *Notícias Destaque Positivo*: a categoria apresenta matérias de cunho positivo, ou seja, aquelas que se propuseram a destacar o bom desempenho das jogadoras, suas vitórias, bem como toda e qualquer exaltação positiva em relação ao Mundial Feminino. A matéria publicada no dia 06 de julho de 2015 pelo portal UOL - Obama elogia vitória da seleção dos EUA em mundial feminino de futebol - ilustra bem esta categoria. A notícia destaca os comentários do presidente americano sobre a vitória da seleção no Mundial, bem como as falas do esportista Tiger Woods[2], também comemorando a vitória estadunidense.

Figura 3 - Matéria Uol sobre elogio do ex-presidente Obama à seleção dos EUA



Fonte: UOL - redirecionado pelo NE10 - Disponível em : https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/afp/2015/07/06/obama-elogia-vitoria-da-selecao-dos-eua-em-mundial-de-futebol-feminino.amp.htm Acesso em: 20 ago. 2015.

4. *Notícias Desvalorização do gênero feminino*: Trazem textos, falas ou expressões que, de certo modo, inferiorizam a mulher e/ou a prática de futebol por mulheres. Tais situações decorrem de comparações com o masculino ou associação da imagem feminina muito ligada a aspectos de beleza e graciosidade, reforçando sexismo e as construções sociais de papéis de gênero. Como exemplo disso, a reportagem: "Estilo Beckham: EUA investem na imagem de Alex Morgan no Mundial", veiculada no Globoesporte.com (2015), percebemos que o texto compara o desempenho da atleta com o do jogador David Beckham. Outro ponto importante é a evidência dada às características físicas de Morgan. Ao iniciar o texto com *Bonita e boa de bola*, a reportagem descreve, inclusive, o equipamento utilizado pela atleta: "*Outdoors* em Nova York, campanhas de moda e até chuteira especial do mesmo 'calibre' da usada por Neymar" (Figura 4).

Figura 4- Matéria do Globo Esporte sobre o investimento na imagem da seleção dos EUA



Fonte:GE.com redirecionado pelo G1PE - Disponível em : https://ge.globo.com/futebol/mundial-feminino/noticia/2015/06/estilo-beckham-eua-investem-na-imagem-de-alex-morgan-no-mundial.html Acesso em: 12 jul. 2015

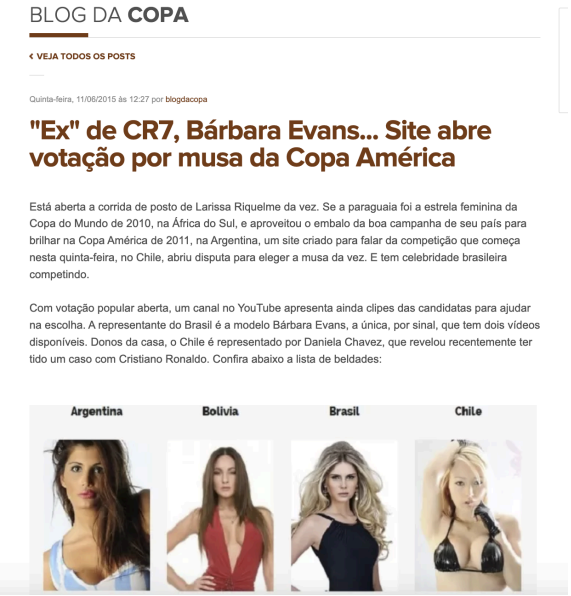
A análise realizada evidencia de forma clara a invisibilização e o descaso da mídia em relação à competição, perceptíveis pela quantidade reduzida de matérias publicadas e pelas escassas temáticas abordadas. O apagamento do futebol praticado por mulheres e sua exclusão da agenda midiática (McCombs, 2004) tornam-se aspectos centrais.

Outro elemento fortemente destacado pelas autoras é a presença de um sexismo sutil nas reportagens, que frequentemente estabelece comparações inadequadas e desproporcionais entre as e os atletas, como a jogadora Marta ser *Pelé de saias*. Mesmo que aparentemente seja elogiosa a comparação, ela ignora as profundas desigualdades em termos de infraestrutura, treinamentos e investimentos. Nesse sentido, a ênfase na aparência física e na sexualização dos corpos das atletas aparece como um padrão recorrente, refletindo os valores de uma sociedade ainda marcada pela misoginia. Termos como *musa* e *bela* são comumente utilizados para se referir às jogadoras, reforçando estereótipos que esvaziam sua competência esportiva.

Chamou nossa atenção uma matéria sobre a Copa América de Futebol Masculino, incluída na amostra em razão dos critérios de recorte e das palavras-chave utilizadas. No mesmo período, enquanto a cobertura sobre o futebol de mulheres e a

Copa do Mundo de mulheres era escassa, circularam matérias que destacavam a disputa pela *torcedora mais bonita*, evocando a figura da paraguaia Larissa Riquelme, celebrada como *a sensação* da edição da Copa América de 2010. As imagens hipersexualizadas dessas mulheres, exibidas ao lado dos nomes de seus países e marcadas por forte apelo sexual, revelam a forma recorrente de representação feminina no contexto do futebol masculino, uma abordagem que reforça o olhar *voyeurista* e a objetificação das mulheres (Figura 5).

Figura 5 - Blog da Copa do Globo Esporte sobre ex-namoradas do jogador português Cristiano Ronaldo



Fonte: Globo esporte redirecionado pelo G1PE - Disponível: https://ge.globo.com/blogs/especial-blog/blog-da-copa/post/ex-de-cr7-barbara-evans-conmebol-abre-disputa-por-musa-da-copa-america.html Acesso: 13 jul. 2015

No que diz respeito à representação midiática das atletas, destaca-se a centralização da narrativa na figura da jogadora Marta. Apesar de seus feitos notáveis, como as seis conquistas do prêmio de melhor jogadora do mundo, a cobertura tende a focar exclusivamente nela, silenciando outras atletas igualmente relevantes, como Formiga, Cristiane, Andressa Alves, que também compunham a seleção brasileira e possuem trajetórias de destaque. Essa característica nos evoca o conceito do *perigo da história única*, popularizado pela escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie

(2019), que refere-se à ideia de que, quando uma só perspectiva ou versão de um evento ou realidade é contada repetidamente, ela passa a ser vista como a única possível, ignorando outras histórias, vivências e perspectivas. Isso leva a uma visão unidimensional de pessoas, grupos e culturas, o que pode perpetuar estereótipos, injustiças e até uma noção equivocada de representatividade.

A segunda etapa da pesquisa foi concebida como uma continuidade do estudo anterior e publicada no periódico científico Observatorio (OBS*) (2020), intitulada: *Futebol de mulheres na agenda da mídia: uma análise temática da cobertura da Copa do Mundo de 2019 em sites jornalísticos brasileiros*. O foco foi ampliado para uma observação de caráter nacional. Para isso, foram selecionados cinco dos principais portais de notícias esportivas do Brasil: UOL Esporte, Globo Esporte, ESPN e Torcedores.com. A seleção teve como critério o *ranking* da Similarweb de maio de 2019 dos jornais esportivos mais acessados do Brasil, considerando aqueles que publicaram matérias sobre futebol de mulheres na Copa do Mundo.

De acordo com Barreto Januário et al. (2020), os dados revelaram um crescimento expressivo tanto em quantidade quanto em qualidade no volume de notícias analisadas. A pesquisa utilizou uma abordagem metodológica que combinou análise de conteúdo qualitativa e quantitativa. No aspecto quantitativo, o avanço foi notável, com um aumento de 533% no número de matérias – passando de 69 para 437 textos únicos, desconsiderando duplicações em ambas as amostras.

Diante desse novo cenário, torna-se importante compreender as categorias de análise propostas. O estudo identificou onze categorias distintas para examinar a cobertura midiática da Copa do Mundo de Futebol Feminino, sendo que algumas delas se mantiveram iguais ou bastante semelhantes às já apresentadas na investigação anterior. Iremos exemplificar através de imagens das matérias apenas as novas categorias:

1. Notícia Padrão: Informações padrão do jornalismo esportivo sobre partidas, resultados, escalações e contexto geral do torneio, sem aprofundamento de cunho mais crítico; 2. Mídia sobre mídia: A atenção inédita da mídia ao torneio foi tratada como notícia, destacando impacto e surpresa (Figura 6); 3. Efeito Marta: Matérias que enfatizam a relevância da jogadora Marta, conferindo-lhe protagonismo e explorando seu reconhecimento global (Figura 7); 4. Desempenho do Brasil: Análises críticas e

opinativas sobre a atuação da Seleção, com foco na tática, organização e talentos individuais (Figura 8); 5. Manifestações e militância: Notícias sobre protestos e posicionamentos de jogadoras em defesa da igualdade de gênero e outras pautas políticas (Figura 9); 6. A Copa em números: Reportagens sobre recordes, público nos estádios e impacto financeiro do evento (Figura 10); 7. Perspectivas para a modalidade: Discussões sobre o futuro do futebol de mulheres com base nos resultados da Copa (Figura 11); 8. Trajetória de profissionais: Histórias de vida e desafios de atletas e técnicas, frequentemente enquadradas sob a ótica da superação (Figura 12); 9. Campanha de outras seleções: Cobertura de seleções estrangeiras e debates sobre o futebol de mulheres em outros países (Figura 13); 10. Polêmica: Notícias envolvendo controvérsias relacionadas ao evento (Figura 14); 11. Outros: agrupou conteúdos que não se encaixavam nesses padrões, mas eram relevantes para a análise.

Figura 6 - Matéria do Globo Esporte sobre a Semifinal da Copa do Mundo



Fonte: Globo Esporte - GE - Disponível em: https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/semifinal-entre-inglaterra-e-eua-e-o-evento-televisivo-mais-assistido-do-ano-no-reino-unido.ghtml. Acesso em 03 jul. 2019

Figura 7- Matéria sobre a decisão de jogar sem patrocínio da jogadora Marta



Fonte: Uol - Disponível em: https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/06/14/por-opcao-marta-joga-sem-patrocinio-esportivo-e-carrega-recado-em-chuteira.htm Acesso em: 15 jun. 2019

Figura 8 - Matéria da ESPN sobre o recorde da jogadora Cristiane



Fonte: ESPN Brasil - Disponível em: https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_/id/5713944/cristiane-supera-recorde-de-cristiano-ronaldo-em-copas-do-mundo Acesso em: 20 jul 2019

Figura 9 - Reportagem do Globo Esporte sobre a crítica da jogadora Megan Rapinou ao calendário das finais da Copa do Mundo



Rapinoe detona calendário com três finais e pede mais respeito da Fifa: "Não sei como permitiram"

Em coletiva marcada por discurso forte, atleta vê Copa histórica, mas faz questão de apontar o tratamento desigual da entidade. Capitã americana se diz pronta para atuar contra a Holanda

Por Amanda Kestelman — Lyon, França
06/07/2019 11h07 · Atualizado há 5 anos

Fonte: Globo Esporte - GE - Disponível em: https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/rapinoe-detona-calendario-com-tres-finais-e-pede-mais-respeito-da-fifa-nao-sei-como-permitiram.ghtml Acesso em: 20 jul 2019

Figura 10 - Matéria do Globo Esporte sobre o número de ingressos vendidos na competição



Copa do Mundo Feminina na França chega a um milhão de ingressos vendidos

São 14 das 52 partidas com lotação esgotada, incluindo semifinais e final

Por GloboEsporte.com — Paris, França
11/06/2019 09h26 · Atualizado

Fonte:Globo Esporte - GE - Disponível em: https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/copa-do-mundo-feminina-na-franca-chega-a-um-milhao-de-ingressos-vendidos.ghtml Acesso em: 21 jul 2019

Figura 11 - Matéria da ESPN sobre a possível saída de Marta e Formiga da seleção brasileira



Há vida pós-Marta, Formiga e Cristiane na seleção feminina? Brasil dá passos, mas renovação pode demorar

Igor Resende e Mariana Spinelli

23 de jun, 2019, 21:57

Compartilhar

"Não vai ter uma Formiga para sempre, não vai ter uma Marta para sempre, não vai ter uma Cristiane, e o futebol feminino depende de vocês para sobreviver".

Fonte:Globo Esporte - GE - Disponível em: https://www.espn.com.br/espnw/artigo/_/id/5763947/ha-vida-pos-marta-formiga-e-cristiane-na-selecao-feminina-brasil-da-passos-mas-renovacao-pode-demorar Acesso em: 12 jul 2019

Figura 12 - Matéria do Uol sobre Ludmila, atacante da seleção brasileira



Fonte: Uol - Disponível em: https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/08/25/atacante-da-selecao-conta-como-superou-overdose-da-irma-e-abandono-dos-pais.htm Acesso em: 28 ago. 2019

Figura 13- Matéria do Uol sobre a seleção jamaicana



Fonte: Uol - Disponível em: https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/06/09/jamaica-faz-historia-na-copa-com-torcida-de-bolt-e-ajuda-de-filha-de-marley.htm Acesso em: 10 jul. 2019

Figura 14 - Matéria do Torcedores.com sobre fala da técnica Emily Lima



Fonte: Torcedores.com - Disponível em: https://onefootball.com/pt-br/noticias/emily-lima-prega-respeito-mas-polemiza-o-que-marta-cristiane-e-formiga-conquistaram-26234120 Acesso em: 10 jul. 2019

Do ponto de vista qualitativo, observa-se um avanço encorajador, especialmente pela ampliação da diversidade temática identificada, refletida na expansão de quatro para onze categorias de análise (Barreto Januário, 2020). Além disso, destaca-se o crescimento expressivo de reportagens com um viés mais crítico e reflexivo sobre o futebol de mulheres, assim como de conteúdos que conferem visibilidade a pautas relevantes para o fortalecimento da modalidade. Essas matérias também evidenciam as lutas protagonizadas por mulheres em busca de melhores condições e maior equidade no cenário do futebol mundial.

Identificamos uma necessidade crescente de narrar com mais profundidade a trajetória da modalidade e da seleção brasileira, buscando historicizar a modalidade, especialmente nas matérias veiculadas pelo Globo Esporte às vésperas da Copa do Mundo de 2019[1]. Nesse contexto, observa-se o início, mesmo que diminuto e tímido, de uma atenção mais consciente à escrita da história do futebol de mulheres na mídia, com o resgate e uso de arquivos históricos como recurso narrativo.

Copa do Mundo de 2023: uma análise comparativa das Copas

Adentrando de forma mais consistente na terceira pesquisa, cujos primeiros achados apresentamos a seguir, utilizamos a mesma metodologia do segundo estudo sobre a Copa de 2019. O *corpus* de análise sofreu algumas alterações, mesmo utilizando a mesma metodologia de escolha dos veículos de comunicação da pesquisa anterior, isto é, o *ranking* dos jornais esportivos mais acessados do Brasil,[2] dessa vez associado ao critério de diversidade de audiências.

Foram selecionados o Globo Esporte, enquanto veículo de maior audiência vinculado a um grupo de TV aberta; ESPN, o maior portal especializado associada a TV paga; Lance!, por ser o portal nacional mais acessado dos jornais esportivos; e Dibradoras, um canal brasileiro de jornalistas feministas e independentes, que cobre apenas modalidades esportivas praticadas por mulheres, por ter o conteúdo alternativo de maior audiência, em termos de material especializado em futebol e esportes de mulheres no Brasil. Resultando em 626 unidades de análise e no aumento de 43,7% em

[1] Disponível em: https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino Acesso em: 30 jul 2019

[2] Ranking de maio de 2023 da Similar Web. Disponível em: https://www.similarweb.com/pt/top-websites/sports/ Acesso em 02 jun 2023.

relação ao número de notícias em portais da edição de 2019.

Mesmo que ainda em curso, a pesquisa sobre a Copa de 2023 já identificou as categorias temáticas proeminentes no *corpus*: São elas: 1. Notícia Padrão: assim como nas pesquisas anteriores, as publicações desta categoria são informações básicas sobre partidas, resultados, escalações e contexto geral do torneio, sem aprofundamento analítico. Porém, nesta edição, esta categoria apresentou três subcategorias: a. Notícias do pré-jogo e pós-jogo, com informações gerais da partida; b. Resumão do dia: um formato padrão do jornalismo esportivo que condensa todas as partidas do dia, com curiosidades sobre os jogos, atletas e times; c. Serviços e notas: com notas rápidas e serviços sobre partida, escalação de maneira bem breve e diminuta.

As categorias Efeito Marta; Desempenho do Brasil; Manifestações e militância; A Copa em números; Perspectivas para a modalidade, Polêmica e Outros; seguem com premissas iguais às apresentadas na Copa de 2019. Já a categoria Trajetória de profissionais tem as mesmas inferências, porém, apresenta três subcategorias: a. Trajetória do percurso profissional da atleta: falando das histórias e currículo das atletas no futebol; b. Trajetória de vida pessoal da atleta: contando sobre desafios, dificuldades e curiosidades da vida pessoal das atletas e c. Trajetórias de outras mulheres ligadas ao futebol: árbitras, técnicas e comentaristas foram personagem de matérias e reportagens de forma mais sistemática e presente.

A categoria Campanha de Outras Seleções sofreu uma ampliação de cobertura, com dados mais críticos e amplos das campanhas das demais seleções. Dela emergiram duas subcategorias: a. Perfis das jogadoras de outras seleções: perfilando também atletas de outras seleções, como já acontecia com a seleção nacional; b. Notícias sobre a campanhas das equipes estrangeiras*:* com dados, números e curiosidades sobre as seleções estrangeiras.

Além disso, surgiram duas categorias novas. A primeira, Memória e História do Futebol de Mulheres, engloba matérias e reportagens que recuperam a história do futebol de mulheres, trazendo, por exemplo, as pioneiras na seleção nacional, a história do troféu da competição e a história das equipes e jogadoras. Muitas se utilizam de acervos fotográficos de museus e do acervo pessoal das equipes e das jogadoras (Figura 15 e 16), o que sedimenta de forma mais contundente a preocupação da mídia em historicizar a modalidade e suas personagens. Já a categoria Violações dos Direitos Humanos traz denúncias e abordagens sobre assédio sexual e homofobia para a

centralidade do debate (Figura 17 e 18), como foi o caso do beijo forçado à Jenni Hermoso, dentre outros. Assim, a terceira pesquisa perfaz um total de 12 categorias de análise.

Figura 15 - Matéria do Globo Esporte sobre o primeiro gol da seleção feminina em Copas

\



Fonte: Globo Esporte - GE - Disponível em: https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/2023/07/20/historico-veja-o-primeiro-gol-da-selecao-brasileira-feminina-em-copas.ghtml Acesso em 21 jul. 2023

Figura 16 - Matéria do Globo Esporte sobre a Taça da Copa do Mundo



Fonte: Globo Esporte - GE - Disponível em: https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/2023/08/09/taca-da-copa-do-mundo-feminina-como-e-peso-historia-e-mais.ghtml Acesso em 21 ago. 2023

Figuras 17 - Matéria do Globo Esporte sobre coletiva encerrada



Fonte: Globo Esporte - GE - Disponível em: https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/2023/07/25/zambia-tem-coletiva-encerrada-apos-perguntas-sobre-abuso-sexual.ghtml Acesso em 21 ago. 2023

Figura 18 - Matéria do Globo Esporte sobre o assédio sofrido por Jenni Hermoso na entrega da taça



Fonte: Globo Esporte - GE - Disponível em: https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/2023/08/20/jenni-hermoso-da-espanha-leva-beijo-na-boca-durante-entrega-da-taca-da-copa-veja-video.ghtml Acesso em 23 ago. 2023

A permanência da maioria das categorias de análise nos sugere a ideia de continuidade da visibilidade e de temas de importância já observados na Copa de 2019, quando ocorre o que chamamos de *boom do futebol de mulheres na mídia esportiv*a. A emergência de subcategorias nos remete a um aprofundamento do debate em torno da modalidade, dando visibilidade a outras personagens do universo do futebol, sejam atletas, técnicas ou árbitras, e evidenciando a preocupação em construir a memória da modalidade.

Ao analisarmos as categorias temáticas identificadas nas três edições da pesquisa, foi possível organizar os dados em cinco unidades de análise, dando continuidade a comparações inicialmente publicadas sobre as copas de 2015 e 2019 no periódico Mosaico (2023), intitulada: *Copa do Mundo e Futebol das Mulheres: a cobertura midiática nas edições de 2015 e 2019, numa perspectiva de gênero.* Todavia, a nomenclatura e características de algumas categorias sofreram atualizações mediante os achados da Copa de 2023.

A primeira delas diz respeito às *Manutenções*, ou seja, categorias que se repetem nas diferentes edições, mantendo o mesmo enfoque ou apresentando similaridades significativas entre as duas pesquisas. A segunda unidade refere-se aos *Avanços de visibilidade da modalidade*, evidenciando uma cobertura midiática mais abrangente e detalhada do futebol de mulheres e das campanhas de outras seleções que não apenas a brasileira. Observa-se, nesse caso, a presença de matérias que acompanham todos os jogos do campeonato, diferente do que foi visto nas copas de 2015 e 2019, com descrições mais elaboradas dos aspectos técnicos e táticos, além de, como dito, a inclusão de informações sobre outras seleções, recordes e estatísticas que ampliam a compreensão da prática esportiva de mulheres em nível global.

A terceira unidade analítica contempla os *Avanços na visibilidade das jogadoras e mulheres profissionais do futebol*, com destaque para a ampliação das vozes de autoridade ouvidas pela mídia. Nesse aspecto, nota-se a emergência de uma maior diversidade de personagens, com atenção às trajetórias, desafios e conquistas de diferentes atletas e profissionais, indo além das figuras já consagradas.

O quarto eixo refere-se a *Transformações e avanços sociais no futebol de mulheres*. Essa categoria reúne matérias que trazem à tona discussões de relevância social, mobilizadas a partir das falas de jogadoras, comissões técnicas e demais pessoas envolvidas no espetáculo esportivo. Essas vozes, por vezes, confrontam discursos históricos marcados por sexismo e estereótipos, ainda presentes em parte da cobertura da grande mídia.

A última unidade temática dialoga com a *Espetacularização do futebol de mulheres pela e para a mídia*, processo que evidencia uma dinâmica de retroalimentação (Nöth, 2001), em que o espetáculo midiático é construído e legitimado de forma reiterada e contínua pelos próprios veículos de comunicação. É importante destacar que essas categorias não são excludentes e podem coexistir em uma mesma

matéria, uma vez que cada unidade de análise reúne conteúdos que frequentemente abordam múltiplas dimensões e permitem diferentes interpretações.

Na categoria das *Manutenções*, observamos que três das unidades temáticas se perpetuam ao longo das edições estudadas, e apresentam recortes e linhas temáticas semelhantes. A primeira diz respeito às *Notícias padrão*, que mantêm a mesma estrutura conceitual nas três pesquisas. Trata-se, essencialmente, da mesma unidade de análise em todos os estudos, com a diferença principal do surgimento de subcategorias na edição de 2023, que revelam uma maior variedade de formatos jornalísticos e modos de abordagem da informação, como exemplo os resumões do dia, com placares, principais lances e curiosidades naquele dia da competição. É pertinente ressaltar que este formato, que já era comum na cobertura do futebol praticado por homens, é novidade na cobertura da Copa das mulheres.

A segunda unidade, que em 2015 foi nomeada *Marta e Cia* e nas Copas de 2019 e 2023 aparece como *Efeito Marta*, mantém fundamentos bastante semelhantes. Em todas as edições, a jogadora Marta se destaca como figura central em um volume expressivo de matérias, seja por suas conquistas individuais, seja por sua atuação decisiva nas partidas. Com efeito, ela é a personagem constantemente procurada pela imprensa como porta-voz da equipe, consolidando sua posição de protagonismo. Nesse contexto, é importante destacar o processo de celebritização da atleta. Douglas Kellner (2004:6), afirma que para que uma pessoa seja reconhecida como celebridade é necessário que seja "reconhecida como uma estrela no campo do espetáculo, seja no esporte, no entretenimento ou na política". Com o aumento da visibilidade do futebol de mulheres, outras jogadoras, como a norte-americana Megan Rapinoe, também começam a despontar na cobertura midiática, aspecto que será aprofundado adiante.

A terceira unidade ligada às *Manutenções* refere-se às categorias *Destaque Positivo* (Copa de 2015) e *Desempenho do Brasil* (Copa de 2019), ambas caracterizadas por uma abordagem crítica e analítica sobre os jogos e as atletas, tanto sob uma ótica qualitativa quanto quantitativa. Já a categoria *Violações dos Direitos Humanos*, surgida na análise da Copa de 2023, aponta para a permanência de práticas abusivas e desrespeitosas em relação aos corpos e aos direitos das mulheres no futebol. O diferencial aqui é a forma mais explícita e direta com que esses temas são abordados, com denúncias que, muitas vezes, partem das próprias mulheres e/ou seleções, contrastando com o caráter mais velado das narrativas anteriores.

A segunda categoria da análise comparativa, que nomeamos como *Avanços na visibilidade da modalidade,* revela um interesse crescente da mídia, que passa a cobrir o torneio de forma mais abrangente e aprofundada, oferecendo um panorama mais completo do futebol de mulheres. Categorias como *Copa em números*, *Perspectivas para a modalidade* e *Campanhas de outras seleções* ilustram esse movimento, com a mídia promovendo um agendamento mais consistente do tema (McCombs, 2004). Tais dados contrastam com a cobertura da Copa de 2015, em que elementos semelhantes apareciam de forma tímida, agrupados na categoria *Destaque Positivo*. A ampliação da variedade de matérias — com foco em estatísticas, desempenho das seleções, históricos e conquistas — reflete um avanço importante em relação à cobertura das edições anteriores do torneio.

A terceira unidade comparativa, *Visibilidade das Jogadoras e Mulheres Profissionais do Futebol*, evidencia ampliação da diversidade de personagens representadas e maior complexidade na abordagem de suas trajetórias. Em comparação com edições anteriores, é possível observar que a cobertura da mídia em 2023 passou a dedicar mais espaço à vida das atletas fora das quatro linhas, evidenciando seus percursos pessoais, lutas, conquistas e contextos sociais. Esse movimento marca uma inflexão importante na forma como o futebol de mulheres é representado: deixa de se restringir ao campo esportivo e passa a abarcar dimensões políticas, culturais e afetivas.

As matérias jornalísticas passam a destacar não apenas os feitos técnicos das jogadoras, mas também suas histórias de superação, sua atuação como líderes e porta-vozes de causas sociais e de igualdade de gênero, além de sua inserção em lutas por direitos no esporte. Esse processo é evidenciado, por exemplo, por atletas como a brasileira Marta, a estadunidense Megan Rapinoe, a espanhola Alexia Putellas e a australiana Sam Kerr, que são apresentadas à opinião pública não apenas como estrelas do futebol, mas como símbolos de resistência, diversidade e empoderamento das mulheres, em mais uma evidência do processo de celebritização já mencionado.

Para Douglas Kellner (2004), a celebridade moderna é construída a partir da visibilidade constante nos meios de comunicação de massa, onde a figura pública passa a encarnar valores culturais, disputas simbólicas e narrativas ideológicas. No caso do futebol de mulheres, esse processo se entrelaça com a crescente atenção da mídia e da sociedade para pautas relacionadas aos feminismos, à diversidade e aos direitos humanos, conferindo às atletas um *status* de heroínas contemporâneas, debate que

traçaremos à frente.

A quarta categoria é mobilizada pelas *Transformações e Avanços Sociais no Futebol de Mulheres*. Nessa dimensão, observam-se categorias que se contrapõem e revelam transformações importantes na forma como a modalidade vem sendo representada. Apesar da permanência de diversas desigualdades, os avanços conquistados nos últimos anos são significativos. Um exemplo disso é a comparação entre a categoria *Desvalorização do Gênero,* identificada na pesquisa sobre a Copa de 2015, e a unidade de análise *Manifestações e Militância*, que emerge com força nas edições de 2019 e 2023. A partir dessa contraposição, destacam-se elementos fundamentais para compreender essa transição.

Importa ressaltar primeiramente o maior espaço que a mídia confere à discussão sobre igualdade de gênero nos meios de comunicação de massa. Embora esse debate tenha se intensificado nas ruas e redes sociais, fenômeno que estudiosas como Brito (2017) definem como *primavera feminista* e Hollanda (2018) como *explosão feminista*, a mídia tradicional passou a reverberar essas pautas de maneira mais constante e estruturada, num reflexo do agendamento midiático descrito por McCombs (2004). Como resultado, verifica-se uma queda nos episódios explícitos de sexismo e desrespeito, como as chamadas *piadinhas* e analogias depreciativas antes comuns na cobertura esportiva.

Apesar disso, a edição de 2023 da Copa do Mundo de Mulheres de Futebol, mesmo ficando marcada na história do esporte em termos de visibilidade, audiência e desempenho técnico da competição, ficou profundamente associada ao episódio de violência física e simbólica (Bourdieu, 2007) e a concretude da violação do corpo de Jenni Hermoso: o beijo não consentido dado na jogadora por Luis Rubiales, então presidente da Federação Espanhola de Futebol, durante a cerimônia de premiação da seleção campeã.

O dirigente, em entrevistas posteriores, chamou o gesto de inadequado e impulsivo, numa expressão de como opera o sistema patriarcal, que persiste mesmo em espaços de suposta celebração da conquista das mulheres. O corpo de Hermoso, naquele momento, foi reduzido a um objeto de apropriação simbólica por uma figura masculina em posição de poder, reiterando dinâmicas históricas de dominação e controle sobre o corpo das mulheres. O episódio explicita como, mesmo diante do sucesso esportivo e da veiculação mundial em TV aberta, ainda é necessário lutar por respeito, autonomia e

dignidade das mulheres. A recusa de Hermoso em consentir o beijo e sua posterior denúncia, assim como a mobilização das jogadoras e da sociedade civil em apoio a ela, revelam um movimento de resistência que rompe o silêncio e confronta diretamente estruturas de poder machistas no esporte.

Outro aspecto central está relacionado ao processo de *Espetacularização do Futebol de Mulheres pela e para a Mídia*. As categorias *Mídia sobre Mídia* e *Polêmicas*, destacadas na Copa de 2019, evidenciam uma nova configuração discursiva em torno da modalidade. A construção de pautas que extrapolam a prática esportiva em si, envolvendo audiência, consumo, controvérsias e temas sociais, sugere a emergência de um estatuto de espetáculo midiático, tal como discutido por Debord (1997).

Embora o futebol, como um todo, já fosse compreendido como um espetáculo midiático (Debord, 1997), especialmente no caso do futebol masculino, há décadas consolidado nesse lugar, o que se observa atualmente é o início de um processo semelhante no campo do futebol de mulheres. Essa maior exposição midiática mobiliza não apenas interesses jornalísticos, mas também estratégias publicitárias e mercadológicas, o que aponta para uma nova fase de inserção da modalidade nos circuitos do entretenimento e da economia da atenção.

Todavia, como alertam autoras como Silvana Goellner (2005) e Ludmila Mourão e Márcia Morel (2005), é preciso manter um olhar crítico: a visibilidade por si só não garante igualdade estrutural, tampouco autonomia das atletas sobre suas narrativas. A espetacularização pode ser uma via de acesso ao grande público, mas também corre o risco de reproduzir estereótipos ou reduzir a complexidade do futebol de mulheres a fórmulas prontas de consumo.

Em cenário de 2023, num cenário de maior exposição da modalidade, que inclui a cobertura dos campeonatos nacionais do futebol de mulheres, a categoria *Mídia sobre a Mídi*a desaparece, num processo de aparente naturalização da presença da modalidade no ecossistema midiático. Tal abordagem pode estar relacionada também a uma série de outros fatores estruturais e conjunturais no jornalismo esportivo, tais como: 1. A já mencionada maior inserção do futebol de mulheres na mídia tradicional; 2. A naturalização da cobertura midiática na modalidade, já que, com o aumento da visibilidade do futebol de mulheres, a crítica sobre a própria cobertura pode ter perdido espaço, uma vez que o evento já não é tratado como uma exceção na mídia esportiva; 3. O interesse acadêmico e jornalístico pela modalidade; 4. A consolidação e ampliação de

padrões e formatos jornalísticos na cobertura, como é o caso do canal de *streaming* brasileiro Cazé TV, que foi o primeiro e único a transmitir todos os jogos da Copa do Mundo de 2023; 5. A influência das plataformas digitais e da cultura de fãs de futebol de mulheres. O fato é que a modalidade sai da invisibilidade para um processo de visibilidade contínua.

Futebol de Mulheres na Mídia: Narrativas e Construção de uma Memória Coletiva

O cenário atual no que diz respeito ao futebol de mulheres no Brasil é promissor, todavia exige uma análise criteriosa e um acompanhamento contínuo. Afinal, como destaca a célebre frase atribuída a Simone de Beauvoir (1949): "Basta uma crise política, econômica ou religiosa para que os direitos das mulheres sejam ameaçados. Esses direitos nunca são adquiridos. É preciso permanecer vigilante durante toda a vida".

Pesquisas anteriores já haviam identificado um aumento do interesse da mídia pelo futebol de mulheres em momentos pontuais. Mourão e Morel (2005:84) observaram o comportamento cíclico da mídia em propiciar visibilidade ao futebol e esportes de mulheres na mídia, descrevendo-o como um *efeito sanfona*, em que o interesse pelo futebol de mulheres se expande durante grandes eventos, mas rapidamente se retrai após seu encerramento. Evidências mais recentes, contudo, sugerem uma possível inflexão nesse padrão.

A transmissão de torneios anteriormente negligenciados pela grande mídia, como a Copa do Brasil de Futebol Feminino, transmitida pela TV Globo, mesmo que a partir apenas das quartas de final pela primeira vez em 2023, e o Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino (Brasileirão Feminino) em 2023, sinaliza um movimento de maior permanência do tema na agenda midiática. Esse avanço pode representar uma ruptura com o ciclo de visibilidade intermitente apontado por Mourão e Morel (2005), sugerindo um cenário mais estável e comprometido com a cobertura do futebol praticado por mulheres.

Na cobertura da Copa do Mundo Feminina de 2023, algumas diferenças significativas foram observadas em relação às edições anteriores. Uma das principais foi o crescimento do uso de registros históricos e memoriais, especialmente por meio de bancos de imagem, como é exemplo o acervo do Museu do Futebol, em São Paulo. Cabe lembrar que no início da Copa de 2019, o Globo Esporte produziu um material

historicizando o futebol de mulheres de uma forma mais ampla e associada à modalidade. Esse conteúdo foi posteriormente mobilizado para resgatar e contar a trajetória das pioneiras da seleção brasileira, bem como para contextualizar a evolução do futebol de mulheres e do campeonato ao longo do tempo. A presença de narrativas retrospectivas também se estendeu a um mapeamento mais detalhado das trajetórias individuais das jogadoras, incluindo um novo enfoque na perfilação de atletas internacionais. Por isso, a categoria *Memória e Histórias do Futebol de Mulheres* indica mudanças na construção de uma memória coletiva e de um movimento da mídia em direção a uma cobertura mais plural e aprofundada, que não apenas acompanha o presente do futebol de mulheres, mas também valoriza sua história e seus protagonistas em uma perspectiva mais abrangente.

Para Halbwachs (1990), a memória coletiva é a maneira como um grupo social se lembra do seu passado, reconstruindo suas experiências e significados de forma compartilhada. O processo de lembrar e localizar memórias não pode ser plenamente compreendido sem considerar os contextos sociais que servem de fundamento para a reconstrução da memória (Da Silva, 2016). Por meio da noção de memória coletiva, a memória ultrapassa o âmbito puramente individual, já que as lembranças de uma pessoa nunca são inteiramente suas, assim como nenhuma memória existe de forma isolada, desvinculada de um grupo social.

Ao contrário da memória individual, que está centrada na experiência pessoal, o autor destaca alguns pontos de compreensão da memória coletiva: 1. É construída em grupo; 2. Depende de vínculos sociais: família, escola, igreja, mídia, instituições e até espaços físicos são responsáveis por manter vivas determinadas lembranças; 3. É seletiva: só permanecem vivas as memórias que os grupos consideram relevantes para sua identidade naquele momento. Como exemplo disso, temos a forma como o Brasil lembra das Copas do Mundo de Futebol dos homens, num evidente processo de construção coletiva que envolve escola, mídia, família, publicidade etc. Já o futebol de mulheres, por muito tempo, não entrou nessa memória hegemônica.

Na elaboração das narrativas jornalísticas contemporâneas, fatores como critérios de noticiabilidade, interesses mercadológicos e estratégias editoriais dos meios de comunicação influenciam diretamente na escolha dos acontecimentos e histórias do cotidiano que serão transformados em notícia. Esse processo corresponde ao que Barbosa (1995) denomina como uma *reconstituição seletiva do presente*, que também

representa uma forma de *reconstrução histórica seletiva desse presente* (Barbosa, 1995:86). Dessa forma, o jornalismo exerce também uma função de construção de memória coletiva, ao lidar com os elementos que, segundo Pollak (1992), são fundamentais para a formação da memória social. No caso do jornalismo esportivo, sua atuação está profundamente imbricada no contexto social que o cerca, sendo simultaneamente influenciado por ele e influenciador dos modos contemporâneos de produção e circulação de conteúdos midiáticos.

Os conteúdos memorialísticos que se destacaram na construção de reportagens especiais e documentários exibidos em diferentes plataformas, seja na cobertura de nicho das Dibradoras, seja na mídia *mainstream* do Globo Esporte (GE), trouxeram à tona desde a primeira participação do Brasil em Copas do Mundo Feminina até a evolução do torneio como um todo. O GE, por exemplo, revisitou arquivos de transmissões passadas e produziu materiais que relembravam o histórico da equipe brasileira na competição. Já o portal Dibradoras apresentou conteúdos abordando a construção do futebol de mulheres no Brasil, suas dificuldades e os momentos mais marcantes das edições anteriores do Mundial (Figura 19), trazendo relações entre as seleções estrangeiras e a seleção nacional, por exemplo.

Figura 19 - Dibradoras sobre a história da seleção brasileira em Copas



Fonte: Dibradoras - Disponível em: https://dibradoras.com.br/2023/07/28/quando-a-franca-passou-o-brasil-no-futebol-feminino/ Acesso em 30 jul. 2023

O uso de imagens de arquivo e conteúdos memorialísticos na cobertura da Copa do Mundo Feminina de 2019 (Figura 20) e de 2023, bem como as informações de como essa história está sendo reescrita (Figura 21), não apenas reforçou a importância histórica do torneio, mas também atuou como um mecanismo de reparação simbólica e memorial em relação ao apagamento histórico da modalidade nos grandes veículos de comunicação. Com isso, a imprensa esportiva brasileira deu um passo significativo na construção de uma memória mais robusta e acessível sobre o futebol de mulheres, promovendo maior reconhecimento e engajamento do público com a competição.

Figura 20 - A história do Futebol Feminino no Brasil



Fonte: Globo Esporte - GE - Disponível em: https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino Acesso em 01 agos. 2019

Figura 21 - Matéria GE sobre a delegação da seleção brasileira em 2023



Fonte: Globo Esporte - GE - Disponível em: https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/2023/07/27/selecao-brasileira-faz-foto-oficial-da-maior-delegacao-da-historia-em-copas-do-mundo-feminina.ghtml Acesso em: 29 jul. 2023

Na análise conjunta das três pesquisas, reforça-se a ideia de que há uma construção contínua e crescente de visibilidade para o futebol de mulheres, tanto no Brasil quanto no exterior, evidenciado pela ampliação dos formatos jornalísticos, o aprofundamento das análises críticas e temáticas, e o crescente interesse pela memória e história da modalidade, abrangendo tanto as equipes quanto às trajetórias individuais das jogadoras.

Com efeito, ainda persistem questões complexas, como o assédio moral e sexual, que infelizmente estão presentes em toda sociedade e instâncias, que agora estão sendo mais denunciadas e expostas pela mídia. É fundamental continuar monitorando o desenvolvimento da modalidade, suas trajetórias e o comportamento da mídia, na expectativa de que a modalidade, finalmente, seja mantida em destaque, com sua continuidade garantida nos meios de comunicação de massa e de nicho, favorecendo mudanças importantes no cenário social.

Importa dizer ainda que percebemos que dois veículos tiveram papéis de destaque na cobertura: 1. O Globo Esporte tem sido o mais preponderante no uso de resgate histórico e numa reescrita da história da modalidade e da seleção; 2. O Dibradoras, apesar de um quantitativo menor de matérias, tem trazido reportagens mais profundas e completas sobre assuntos de interesse, como as campanhas das seleções e temas sensíveis da cobertura pouco trabalhados na mídia *mainstream*, como casos de assédio e violações de direitos humanos.

Por fim, cabe ratificar que os achados da pesquisa nos sugere que saímos de uma cobertura tímida e protocolar de 2015 para uma evidente relação de visibilidade para demonstrada pelo aumento significativo de unidade de análise, temáticas e aprofundamento do debate em categorias já sedimentadas, especialmente nas Copas de 2019 e 2023. Como afirmam Carmen Rial e Caroline Almeida (2024:113)

> [...] o movimento feminista e o futebol parecem se reencontrar nos departamentos de esporte de rádios , TV's e jornais, nas vozes e nas matérias publicadas em sites e jornais por jornalistas mulheres e por jornalistas homens que defendem o futebol praticado por mulheres, condenam as expressões de machismo e procuram tornar a bola um gênero neutro.

Ainda que reconheçamos que o jornalismo muitas vezes opere sob a lógica neoliberal de mercado e contribua para a mercantilização do futebol de mulheres, é também por meio dessa visibilidade midiática que se abrem caminhos para a conquista de melhores condições de trabalho e remuneração mais justa para as profissionais da modalidade. Com efeito, é fundamental problematizar o tipo de cobertura realizada, pois nem toda exposição resulta em valorização. Quando pautado por estereótipos ou por interesses exclusivamente comerciais, o jornalismo pode reforçar desigualdades em vez de combatê-las. Dessa forma, torna-se necessário um compromisso ético com uma cobertura que promova, de fato, uma maior inclusão e equidade de gênero no esporte.

Considerações finais

Os meios de comunicação desempenham um papel fundamental na legitimação e valorização de sujeitos e agendas sociais, influenciando valores culturais e ampliando perspectivas. Durante muito tempo, o futebol foi um esporte exclusivamente masculino e, apesar dos avanços, ainda é dominado por homens nos salários, na visibilidade midiática, na gestão e no mercado esportivo.

As Copas do Mundo têm se consolidado como mega eventos de grande relevância não apenas para o esporte, mas também para os conglomerados midiáticos e os meios de comunicação especializados (Barreto Januário *et al.*, 2020). Esses eventos têm sido cada vez mais reconhecidos como produtos estratégicos, com um impacto significativo tanto na audiência quanto na monetização, visando a competição e a modalidade como produtos de consumo. As transmissões da Copa, por exemplo, atraíram um número massivo de telespectadores, o que despertou o interesse de grandes

empresas de mídia em garantir os direitos de transmissão e aproveitar a visibilidade proporcionada pelo evento (Barreto Januário; Leal., 2024).

Cabe ressaltar que, além dos tradicionais canais de televisão, como a TV Globo e ESPN, plataformas alternativas e de nicho, como a Cazé TV, também passaram a se destacar na cobertura das Copas, trazendo uma abordagem mais personalizada e voltada para um público específico. É pertinente repetir que a Cazé TV foi o primeiro veículo/plataforma de mídia a transmitir todos os jogos da Copa do Mundo, na edição de 2023, no Brasil. Esse movimento de plataformas alternativas evidencia uma mudança no paradigma de consumo de mídia esportiva, com a democratização das narrativas e a ampliação do espaço para diferentes formas de cobertura e análise. Há muito o que se observar e continuar analisando sobre a representação e, agora, a visibilidade do futebol de mulheres e das mulheres no universo futebolístico.

A partir das ideias de Halbwachs (1990), especialmente de que a memória coletiva é um fenômeno socialmente construído e sustentado por grupos sociais, podemos compreender que a crescente visibilidade do futebol de mulheres na mídia atua diretamente na formação de uma nova cultura e de novos quadros de memória coletiva. O apagamento simbólico vivenciado pelo futebol de mulheres influenciou na construção de uma memória coletiva sobre o futebol brasileiro, numa perspectiva da prática e presença de mulheres. A partir dessa ampliação que se tem constatado nos espaços de fala das mulheres, das lutas feministas por visibilidade, e da atuação de coletivos, pesquisadoras, jornalistas e atletas, assistimos emergir uma reconfiguração desses quadros de memória.

A análise identificou cinco categorias que ajudam a compreender avanços, permanências e a diversidade de temas anteriormente silenciados. Embora haja progressos, ainda é incerto se este é um momento de transformação definitiva ou apenas uma tendência passageira, mesmo que o efeito sanfona (Mourão; Morel, 2005) pareça ter esmorecido. A edição de 2023, em especial, foi marcada por mudanças significativas, sobretudo na recuperação da memória da modalidade e no reconhecimento e valorização de equipes e atletas. Acompanhar essa cobertura permitirá avaliar de que forma a mídia contribui para a construção de uma memória coletiva e histórica do futebol de mulheres, visando sua consolidação sociocultural. O desafio permanece: observar e analisar o impacto de longo prazo dessas transformações.

Cabe lembrar que, às vésperas da Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2027, que ocorrerá no Brasil, o cenário do futebol de mulheres nacional revela contradições marcantes. Isso tem muito a dizer sobre como ainda há muito para caminhar, mesmo com conquistas importantes e evidentes. Apesar do crescimento da modalidade nos últimos anos, observa-se uma retração no apoio institucional, destacada pela perda de três patrocinadores importantes, Neoenergia, Riachuelo e Binance, no Campeonato Brasileiro de Futebol de Mulheres. Isto é, a competição tem ocorrido sem patrocinadores. Essa situação revela os desafios enfrentados para consolidar o futebol de mulheres no país. Também evidencia a persistente desigualdade nas estruturas de financiamento e visibilidade em relação ao futebol dos homens.

Referências:

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. *O perigo de uma história única*. São Paulo,Companhia das Letras, 2019.

BARBOSA, Marialva. *Senhores da Memória*. Intercom, Revista Brasileira de Comunicação, São Paulo, v. 7, n. 2, p.84 -101, jul./dez., 1995.

BARRETO JANUÁRIO, Soraya; DA CONCEIÇÃO VELOSO, Ana Maria; FERREIRA CARDOSO, Laís Cristine. *Mulher, Mídia e Esportes: A Copa do Mundo de Futebol Feminino sob a ótica dos portais de notícias pernambucanos*. Revista Eptic Online, v. 18, n. 1, 2016.

BARRETO JANUÁRIO, Soraya; RODRIGUES LIMA, 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*. Observatorio *(OBS*)*, v. 14, n. 4, 2020.

BARRETO JANUÁRIO, Soraya Maria Bernardino. *Copa do Mundo e Futebol das Mulheres: a cobertura midiática nas edições de 2015 e 2019, numa perspectiva de gênero*. Revista Mosaico, v. 14, n. 1, p. 02-13, 2023.

BARRETO JANUÁRIO, Soraya; LEAL, Daniel. *O sucesso por trás dos números: uma análise sobre os recordes de audiência no futebol de mulheres*. Alceu: Revista de Comunicação, Cultura e Política, v. 24, n. 52, 2024.

BRITO, Milena. *Primavera feminista: a internet e as manifestações de mulheres em 2015 no Rio de Janeiro*. In:Seminário Internacional Fazendo Gênero, Anais Fazendo Gênero, v. 11, 2017, p. 1-11.

BONFIM, Aira. *Football feminino entre festas esportivas, circos e campos suburbanos: uma história social do futebol praticado por mulheres da introdução à proibição (1951-1941)*. Dissertação (Mestrado em História Política e bens culturais), *Centro de* Pesquisa e documentação de história contemporânea do Brasil, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2018.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção*. São Paulo, Edusp , 2007.

CONNELL, Raewyn. *Masculinities*. Londres, Routledge, 2020.

DA SILVA, Giuslane Francisca. *A memória coletiva*. Revista Aedos, v. 8, n. 18, p. 247-253, 2016.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo.* Rio de Janeiro, Contraponto , v.1, p. 85-102, 1997.

FACHIN, Odília. *Fundamentos de metodologia*. 3. ed. São Paulo, Saraiva, 2001.

GENSBURGER, Sarah. *Halbwachs' studies in collective memory: A founding text for contemporary 'memory studies'*?. Journal of Classical Sociology, v.16, n.4, p. 396-413, 2016.

GOELLNER, Silvana. V. *Mulher e esporte no Brasil: entre incentivos e interdições elas fazem a história*. Pensar a prática. V.8 n.1, p. 65, 2005.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. Vertice, São Paulo, 1990.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de. *Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade*.São Paulo, Editora Companhia das Letras, 2018.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo*. Revista Líbero, v. 6, n. 11, p. 4-15. 2004.

MCCOMBS, Maxwell. *A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública*. Petrópolis, Vozes, 2004.

POLLAK, Michael. *Memória e identidade social*. Revista estudos históricos, v. 5, n. 10, p. 200-215, 1992.

MOURÃO, Ludmila.; MOREL, Márcia. *As narrativas sobre o futebol feminino: A diferença que faz uma medalha de prata*. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, v. 26, n. 2, p. 73-86, 2005.

MUNSLOW, Alun. *Deconstructing history*. Londres, Routledge, 2006.

MURDOCK, Maureen. *The heroine's journey: Woman's quest for wholeness*. Berkeley,Shambhala Publications, 2020.

VOGLER, Christopher. *A jornada do escritor: estrutura mítica para escritores*. Aleph, Seiva, 2015.

NÖTH, Winfried. *Comunicação: os paradigmas da simetria, antissimetria e assimetria.* Matrizes, v. 5, n. 1, p. 85-107, 2011.

RIAL, Carmen; DE ALMEIDA, Caroline Soares. *O "gênero da bola": Mulheres e futebol na mídia*. ALCEU, v. 24, n. 52, p. 84-119, 2024.

SIMSON, Olga Rodrigues de Moraes von; GIGLIO, Zula Garcia. *A arte de recriar o passado: história oral e velhice bem-sucedida.* In: NERI, Anita Liberalesso (org). Desenvolvimento e Envelhecimento: Perspectivas Biológicas, Psicológicas, Sociológicas. Coleção Vivacidade,Campinas, SP: Papirus, 2001.

PISANI, Mariane. *Sou feita de chuva, sol e barro: o futebol de mulheres praticado na cidade de São Paulo*. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, São Paulo, Universidade de São Paulo, 2018.