



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**

EDUARDA DOS PASSOS GONÇALVES

**O FUTEBOL DE MULHERES NA MÍDIA: A COBERTURA JORNALÍSTICA
DA COPA DO MUNDO DE FUTEBOL FEMININO FIFA 2019 NOS PORTAIS
GLOBOESPORTE.COM E DIBRADORAS**

FLORIANÓPOLIS

2021

EDUARDA DOS PASSOS GONÇALVES

**O FUTEBOL DE MULHERES NA MÍDIA: A COBERTURA JORNALÍSTICA
DA COPA DO MUNDO DE FUTEBOL FEMININO FIFA 2019 NOS PORTAIS
GLOBOESPORTE.COM E DIBRADORAS**

Dissertação submetida ao Programa de
Pós-Graduação em Educação da
Universidade Federal de Santa Catarina
para a obtenção do título de Mestre em
Educação

Orientador: Rogério Santos Pereira

Co-orientador: Silvan Menezes dos Santos

FLORIANÓPOLIS

2021

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

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 / Eduarda dos
Passos Gonçalves ; orientador, Rogério Santos Pereira,
coorientador, Silvan Menezes dos Santos, 2021.

181 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Ciências da Educação, Programa de Pós
Graduação em Educação, Florianópolis, 2021.

Inclui referências.

1. Educação. 2. Copa do Mundo de Futebol Feminino. 3.
Futebol de Mulheres. 4. Jornalismo Esportivo. 5. Enquadramento.
I. Pereira, Rogério Santos. II. Santos, Silvan Menezes dos. III.
Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-
Graduação em Educação. IV. Título.

EDUARDA DOS PASSOS GONÇALVES

O FUTEBOL DE MULHERES NA MÍDIA: A COBERTURA JORNALÍSTICA DA COPA DO MUNDO DE FUTEBOL FEMININO FIFA 2019 NOS PORTAIS GLOBOESPORTE.COM E DIBRADORAS

O presente trabalho em nível de mestrado foi avaliado e aprovado por banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof^ª. Silvana Villodre Goellner, Dr^ª.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS

Prof^ª. Carolina Fernandes da Silva, Dr^ª.

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

Prof. Giovani de Lorenzi Pires, Dr.

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

Certificamos que esta é a **versão original e final** do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de mestre em Educação.

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Prof. Rogério Santos Pereira, Dr.

Orientador

Florianópolis, 2021.

AGRADECIMENTOS

Esse momento é muito significativo para mim, o ato de agradecer é reconhecer que jamais teria chegado aqui sem o apoio e incentivo de muitas pessoas. Foram dois anos e meio de muito aprendizado, frustrações e superação. Especialmente esse ano final, ano atípico, que fomos surpreendidos por uma pandemia, que nos fez ficar em isolamento. Isso me fez refletir e ser imensamente grata a todas e todos que me apoiaram até aqui tanto no plano acadêmico, quanto no plano do afeto e carinho.

Gostaria de agradecer ao meu orientador, professor Rogério, que me auxiliou nesta trajetória. Sou imensamente grata por cada conversa, cada palavra de motivação, por ouvir minhas angústias e me guiar de forma tão humana nessa caminhada.

Também sou imensamente grata ao meu co-orientador, professor Silvan, por ter sido tão presente, apesar da distância geográfica. Obrigada por ter sido tão disposto a conversar, refletir, compartilhar, por “botar a mão na massa” comigo. Você é um grande exemplo de profissionalismo e uma grande inspiração para mim. Sem dúvidas fui muito sortuda por ter sido guiada nessa caminhada por dois grandes seres humanos e professores admiráveis.

Professor Giovani de Lorenzi Pires, sempre o admirei muito pelo grande exemplo de professor, desde quando fiz uma disciplina com você na primeira fase da graduação, lá em 2013.

Professora Silvana Vilodre Goellner, uma grande referência quando se trata de pesquisas sobre futebol de mulheres no Brasil, uma honra tê-la dialogando com meu trabalho.

Professora Carolina Fernandes da Silva, você é um exemplo de professora, sou muito grata por todos os ensinamentos e reflexões durante o período que participei do SÔMA.

Quero agradecer-los pela leitura atenta, por cada crítica e contribuição feita na banca de qualificação. Todos os apontamentos foram extremamente importantes para o desenvolvimento do trabalho.

Agradeço também ao Professor Allyson Carvalho de Araújo, por ter aceitado participar da banca de defesa, é uma honra tê-lo dialogando com o trabalho.

Agradeço aos colegas do LaboMídia por terem me acolhido durante o mestrado, por todas as conversas e discussões nas reuniões, essa experiência foi muito importante para a minha formação.

Gostaria de agradecer também aos colegas do SÔMA por terem me acolhido durante este último ano do mestrado. Além de todo aprendizado e discussões acadêmicas, o grupo foi muito importante nesse momento de isolamento, participar das reuniões e me sentir parte do grupo foi extremamente importante emocionalmente e psicologicamente.

À Graziela Sarkis pela parceria durante o mestrado. Você se tornou uma grande amiga e um exemplo de pessoa/professora para mim. Obrigada por todas as conversas, por todo o apoio, por todo incentivo, por ter ouvido minhas frustrações e ansiedades.

À Maria Eduarda, pela amizade e parceria desde a graduação. Obrigada por ter estado ao meu lado nessa caminhada toda, me incentivando, me ouvindo, me ajudando.

À Isabel, que esteve comigo principalmente durante a seleção do mestrado. Sou muito grata pela sua amizade, todo apoio, por cada palavra de incentivo todas as vezes que eu duvidei da minha capacidade. Você é uma grande inspiração para mim.

Agradeço imensamente aos meus pais, Maria Rosa e Girlei. Vocês são meu porto seguro, me ensinaram a correr atrás dos meus sonhos, a lutar por aquilo que eu acredito. Obrigada por me incentivar em tudo, por todo apoio, por cada palavra, pelo carinho. Sou muito grata por tudo que vocês fizeram e ainda fazem por mim. Essa conquista é nossa!

Gostaria de agradecer também ao CNPq pela bolsa recebida durante o mestrado.

RESUMO

O futebol de mulheres geralmente ocupa um lugar de sub-representação na mídia esportiva, recebendo visibilidade em momentos de grandes eventos. A Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA 2019 teve ampla divulgação na mídia e a maior rede de televisão do Brasil - a rede Globo – transmitiu pela primeira vez todos os jogos da seleção brasileira ao vivo no canal aberto. Com o intuito de melhor compreender como foi construída a cobertura jornalística da Copa do Mundo de Futebol Feminino da França 2019 (Copa 2019), pesquisamos os constructos noticiosos sobre o evento, publicados pelos portais Globoesporte.com e Dibradoras. Nossa pretensão foi de descrever e interpretar como cada portal produziu representações sobre esta temática a partir das notícias veiculadas. O objetivo desta pesquisa foi compreender os enquadramentos jornalísticos da Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA 2019 nos portais Globoesporte.com e Dibradoras. Em específico, foram observados os enquadramentos primários e secundários das notícias; as dimensões do esporte selecionadas, enfatizadas e excluídas da cobertura; se as notícias foram enquadradas episódicas ou tematicamente; a autoria das notícias e as fontes de informação. Um total de 278 notícias foram produzidas durante o período do evento (7 de junho a 7 de julho de 2019), sendo 233 no Globoesporte.com e 45 no Dibradoras. Pensando na multidimensionalidade do esporte, verificamos que ambos os portais priorizaram algumas dimensões do esporte e sub-representaram outras, diversificando pouco sua cobertura. No portal Globoesporte.com observamos a predominância de notícias com enquadramento episódico e enfoque na dimensão da técnica esportiva (elementos do jogo), ou seja, esse dado nos mostra a preocupação comercial desse portal, realizando uma cobertura superficial com características do infotainment para atrair o público. Já o portal Dibradoras apresentou cobertura mais equilibrada, e, embora também tenha apresentado enquadramentos episódicos, contou com maior número percentual de notícias com enquadramento temático, ou seja, que ampliaram e contextualizaram o futebol de mulheres durante o evento em análise. Outro dado interessante é que as mulheres foram predominantes na autoria das notícias em ambos os portais. Além disso, observamos também o predomínio de mulheres como fonte de entrevistas em ambos os portais - e a utilização de atletas como principal tipo fonte de entrevista. Esses dados são um avanço importante pois mostra as mulheres ocupando espaços significativos na Copa e isso serve de inspiração e representatividade para o público que acompanhou o evento.

Palavras-Chave: Copa do Mundo de Futebol Feminino. Futebol de Mulheres. Jornalismo Esportivo. Enquadramento.

ABSTRACT

Women's football generally occupies a place of underrepresentation in the sports media, receiving visibility in moments of major events. The FIFA Women's Football World Cup 2019 was widely publicized in the media and the largest television network in Brazil - Globo network - broadcasted for the first time all the games of the Brazilian team live on a free-to-air television channel. In order to better understand how the news coverage of the Women's Football World Cup in France 2019 (Copa 2019) was built, we researched the news constructs about the event, published by the portals Globoesporte.com and Dibradoras. Our intention was to describe and interpret how each portal produced representations on this theme based on the news. The objective of this research was to understand the journalistic frameworks for the FIFA Women's Football World Cup 2019 on Globoesporte.com and Dibradoras. In particular, the primary and secondary news frameworks were observed; the dimensions of sport were selected, emphasized and excluded from coverage; whether the news was framed episodically or thematically; the authorship of the news and the sources of information. A total of 278 news items were produced during the event (June 7 to July 7, 2019), 233 on Globoesporte.com and 45 on Dibradoras. Thinking about the multidimensionality of the sport, we found that both portals prioritized some dimensions of the sport and underrepresented others, with little diversity of coverage. In the Globoesporte.com portal we observed the predominance of news with episodic framing and focus on the dimension of the sporting technique (elements of the game), that is, this data shows us the commercial concern of this portal, performing a superficial coverage with infotainment characteristics to attract the public. The Dibradoras portal, on the other hand, presented more balanced coverage, and although it also presented episodic frameworks, it had a higher percentage of news with thematic framework, that is, that expanded and contextualized women's football during the event under analysis. Another interesting fact is that women were predominant in the authorship of the news in both portals. In addition, we also observed the predominance of women as a source of interviews in both portals - and the use of athletes as the main type of interview source. This data is an important advance because it shows women occupying significant spaces in the World Cup and this serves as inspiration and representation for the public that followed the event.

Keywords: Women's Football World Cup. Women's Football. Sports Journalism. Framework.

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----|
| Gráfico 1 - Quantidade de notícias publicadas por mês..... | 56 |
| Gráfico 2 - Quantidade de notícias produzidas por dia..... | 58 |
| Gráfico 3 - Enquadramento primário das notícias..... | 60 |
| Gráfico 4 - Enquadramento secundário das notícias..... | 61 |
| Gráfico 5 - Proporção dos tipos de enquadramentos episódicos e/ou temático nos portais..... | 137 |
| Gráfico 6 - Proporção do gênero dos/das autores/as das notícias dos portais..... | 150 |
| Gráfico 7 - Autoria das notícias nos portais..... | 153 |
| Gráfico 8 - Proporção do uso de fontes nas notícias..... | 155 |
| Gráfico 9 - Proporção do gênero das fontes de entrevista..... | 156 |
| Gráfico 10 - Proporção dos tipos de fontes utilizadas nas notícias..... | 157 |
| Gráfico 11 - Correlação do tipo de fonte x assunto da entrevista - Portal Globoesporte.com..... | 158 |
| Gráfico 12 - Correlação do tipo de fonte x assunto da entrevista - Portal Dibradoras..... | 159 |
| Gráfico 13 - Correlação entre gênero da fonte e o assunto da entrevista..... | 162 |

LISTA DE IMAGENS

| | |
|---|-----|
| Figura 1- Publicação do Twitter com o uso da #dibrasnacopa..... | 49 |
| Figura 2 - Página do portal Dibradoras..... | 49 |
| Figura 3 - Notícia do portal Dibradoras sobre os casos de assédio na copa do Mundo 2018 na Rússia..... | 51 |
| Figura 4 - Aba menu do portal Globoesporte.com..... | 53 |
| Figura 5 - Aba do portal Globoesporte.com onde se encontram as notícias sobre o Futebol de Mulheres..... | 54 |
| Figura 6 - Aba sobre a Copa do Mundo de Futebol Feminino no portal Globoesporte.com (pós-evento)..... | 55 |
| Figura 7- Dados quantitativos sobre as atletas que permaneceram mais tempo em campo..... | 73 |
| Figura 8 - Publicação do Twitter das Dibradoras onde elas mostram a desorganização da seleção brasileira em campo..... | 76 |
| Figura 9 - Capas de jornais franceses sobre a Copa do Mundo de Futebol Feminino 2019..... | 86 |
| Figura 10 - Meme publicado no twitter..... | 87 |
| Figura 11- Publicações do Twitter sobre vitória brasileira no jogo Brasil X Jamaica..... | 88 |
| Figura 12 - Publicação de Donald Trump no Twitter..... | 95 |
| Figura 13 - Marta olhando para o céu fazendo uma espécie de reclamação/desabafo na partida final contra os EUA nas Olimpíadas de Pequim - 2004..... | 106 |
| Figura 14 - Marta estampando a Capa da Revista Vogue..... | 106 |
| Figura 15 - Megan Rapinoe protestando ajoelhada durante a execução do hino norte-americano..... | 108 |
| Figura 16 - Torcedores com cartaz "EQUAL PAY" em apoio a seleção norte-americana..... | 110 |
| Figura 17 - Reportagem do jornal inglês Daily Mail sobre a suposta arrogância da seleção norte-americana..... | 119 |
| Figura 18 - Publicação do jornal inglês Daily Mail sobre a suposta arrogância da seleção norte-americana..... | 120 |
| Figura 19 - Imagem publicada no Instagram da atleta Alex Morgan..... | 121 |
| Figura 20 - Atleta holandesa Van de Sanden..... | 124 |
| Figura 21 - Atleta francesa Wendie Renard..... | 125 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1- Edições da Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA..... | 25 |
| Tabela 2 - Dimensões do esporte..... | 46 |
| Tabela 3 - Correlação entre os enquadramentos primários e secundários das notícias..... | 64 |

SUMÁRIO

| | |
|--|------------|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 15 |
| 2. OBJETIVOS..... | 22 |
| 3. O FUTEBOL DE MULHERES..... | 23 |
| COPA DO MUNDO DE FUTEBOL FEMININO FIFA..... | 23 |
| MÍDIA E FUTEBOL DE MULHERES..... | 28 |
| 3. PERCURSO METODOLÓGICO..... | 37 |
| TEORIA DO ENQUADRAMENTO: UM CAMINHO CRÍTICO PARA COMPREENDER O CAMPO JORNALÍSTICO ESPORTIVO..... | 37 |
| O CAMPO DA PESQUISA: A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL FEMININO NA MÍDIA ESPORTIVA..... | 41 |
| 4. A COPA 2019 POR DOIS OLHARES: CARACTERIZAÇÃO DO PORTAIS GLOBOESPORTE.COM E DIBRADORAS..... | 47 |
| DIBRADORAS..... | 47 |
| GLOBOESPORTE.COM..... | 52 |
| 5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS..... | 56 |
| ENQUADRAMENTO PRIMÁRIO E SECUNDÁRIO DAS NOTÍCIAS..... | 60 |
| CORRELAÇÃO ENQUADRAMENTOS PRIMÁRIOS X SECUNDÁRIOS..... | 64 |
| SELEÇÃO, ÊNFASE E EXCLUSÃO..... | 67 |
| ENQUADRAMENTOS EPISÓDICOS E TEMÁTICOS..... | 136 |
| AUTORIA DAS NOTÍCIAS..... | 149 |
| FONTES DE ENTREVISTA..... | 155 |
| CORRELAÇÃO FONTE X ASSUNTO DA ENTREVISTA..... | 158 |
| CORRELAÇÃO GÊNERO DA FONTE X ASSUNTO DA ENTREVISTA..... | 161 |
| 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 164 |
| REFERÊNCIAS..... | 173 |
| ANEXO I – PROTOCOLO DE ANÁLISE..... | 181 |

1. INTRODUÇÃO

A Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA¹ é um evento recente. Sua primeira edição foi realizada apenas no ano de 1991, seis décadas depois da primeira edição disputada por homens (1930, Uruguai). A seleção brasileira esteve presente em todas as edições, tendo conquistado o vice-campeonato em 2007 e a terceira colocação no ano de 1999. No ano de 2019, a Copa do Mundo de Futebol Feminino da França – Copa 2019 – foi anunciada pela FIFA – Federação internacional de Futebol, pela mídia e por patrocinadores como a Copa da visibilidade das mulheres no futebol². No Brasil, a Rede Globo, maior rede de televisão comercial aberta do país, adquiriu os direitos televisivos da Copa 2019 e pela primeira vez transmitiu todos os jogos da seleção brasileira ao vivo.

A divulgação da Copa 2019 foi algo significativo na mídia. Diversos canais agendaram³ este evento, criando demanda e expectativa pela Copa. Portais e revistas informaram sobre a realização da Copa, como exemplo a revista *Veja*⁴, *ISTOÉ*⁵ o portal UOL⁶ e a própria FIFA⁷. Nas redes sociais, a Copa também ganhou espaço e visibilidade, sobretudo no Twitter, onde usuários se informaram e também discutiram sobre o evento. Além disso, as emissoras de televisão (Globo, Sportv e Band) que transmitiram os jogos também produziram chamadas para divulgar este evento.

Portanto, vimos que com essa ampla divulgação da mídia, a Copa do Mundo de Futebol Feminino esteve bastante presente na agenda pública, fazendo um duplo movimento: por um lado a mídia usou estratégias para agendar o evento e criar expectativa, mas por outro o público também

1 Nome oficial do evento. Utilizaremos essa denominação quando nos referimos a ele, por se tratar de um nome próprio.

2 A matéria intitulada “A copa da visibilidade para o futebol feminino”, publicada no jornal online *El Pais Brasil*, fez uma síntese e discutiu as ações inéditas de divulgação do futebol de mulheres no contexto da Copa da França 2019. Entre outras, empresas como Nike, Adidas, Antarctica, DMCARD, Gol, Lay’s, Boticário, Nestlé fizeram campanhas exclusivas para o evento. Além disso, fornecedoras de material esportivo pela primeira vez criaram uniformes exclusivos para as mulheres. Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/07/deportes/1559859959_673773.html. Acesso em 10 nov 2020

3 De acordo com Lisbôa et al, o “agendamento nada mais é do que a tentativa de inserir na agenda social temas, assuntos ou fatos vindouros que são do interesse de grupos com o poder de influenciar a opinião pública.” (LISBÔA ET AL., 2015, p. 139). Ler mais sobre agendamento em: MEZZARROBA, Cristiano; MESSA, Fábio de Carvalho; PIRES, Giovanni de Lorenzi. Quadro teórico-conceitual de referência: megaeventos e o agendamento midiático-esportivo. In: *O Brasil na Copa, A Copa no Brasil: registros de agendamento para 2014 na cobertura midiática da Copa da África do Sul*. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2011, p.1-200.

4 Disponível em <<https://veja.abril.com.br/placar/em-busca-de-respeito-e-igualdade-copa-feminina-comeca-nesta-sexta/>>.

5 Disponível em: <<https://istoe.com.br/copa-do-mundo-feminina-sera-transmitida-pela-1a-vez-no-brasil/>>.

6 Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/rfi/2019/06/07/copa-do-mundo-feminina-comeca-na-franca-com-sucesso-de-publico.htm>>.

7 Disponível em: <<https://www.fifa.com/womensworldcup/news/whet-your-appetite-for-france-sfootballing-feast>> e <<https://www.fifa.com/womensworldcup/news/over-720-000-tickets-sold-and-only-50-days-to-go-until-france-2019-kicks-off>>

se fez presente e demandou discussões sobre o evento. Nesse sentido a mídia é produtora de pautas e conteúdos da agenda pública, mas também ela é reflexo da sociedade. Para Pires (2002),

as grades de programação e telespectadores constroem-se mutuamente, mediados pela produção de necessidades de consumo e sua aparente satisfação. Logo, pode-se deduzir que, se a lógica de construção das programações das redes de televisão obedece a pesquisas sobre índices que refletem a opinião dos telespectadores/consumidores, são estes quem pode provocar alterações nos programas e nos enfoques assumidos pela mídia, condição essa que depende da forma como se relacionam e respondem ao meio. (PIRES, 2002, p, 143)

Ou seja, a mídia produz o interesse no público, usa de suas estratégias para atrair audiência para o evento, no entanto, não é para qualquer evento ou modalidade, mas para aquela que a mídia percebe algum potencial econômico, algum nicho a ser explorado, daí vem o papel do público, de demandar conteúdos. Portanto, a mídia percebeu o interesse do público pelo futebol de mulheres, viu nele um nicho potencial a ser explorado e investiu com suas estratégias para gerar visibilidade e audiência para o evento.

Nesta direção, esta pesquisa parte do pressuposto de que é relevante que se investigue e melhor se compreenda como a mídia, em especial o jornalismo esportivo, noticiou a Copa do Mundo de Futebol Feminino da França 2019. Para tal, selecionamos duas fontes como foco de investigação: o portal [Globoesporte.com](http://globoesporte.com)⁸ e o [Dibradoras](http://dibradoras.com.br)⁹. A escolha pelo [Globoesporte.com](http://globoesporte.com) decorre do fato do portal concentrar e disponibilizar o conteúdo do jornalismo esportivo das empresas do Grupo Globo, detentor dos direitos de transmissão da Copa 2019 e o maior conglomerado de mídia da América Latina. Já o portal esportivo [Dibradoras](http://dibradoras.com.br) compõe nossa análise por ser fruto de um projeto de mulheres jornalistas que se dedicam a produzir conteúdos sobre mulheres e esportes, sobretudo o futebol. Criado em 2015, hoje o [Dibradoras](http://dibradoras.com.br) veicula seus conteúdos em diferentes canais e formatos: portal, Youtube, Podcast, Twitter, Instagram, além de participações das jornalistas do projeto em programas de canais esportivos da TV fechada. Sabendo que cada portal possui seus interesses e peculiaridades, a questão de nosso interesse foi: como cada portal fará a cobertura deste evento?

Para nos ajudar a analisar o enfoque dado ao evento pelos portais, utilizamos como fio condutor o conceito de enquadramento. Para Gutmann (2006), os enquadramentos midiáticos estão relacionados ao ângulo da notícia, atuando na maneira como os conteúdos são abordados pela mídia e consumidos pelo público. Sanfelice (2015) descreve o enquadramento como sendo a borda de um quadro, separando o cenário enquadrado do restante do mundo ao redor. Pensando na Copa do Mundo de Futebol Feminino, elencamos algumas perguntas de partida: Como os portais emolduraram o quadro sobre a Copa dentro de toda a complexidade desse evento? Quais

8 Disponível em <<http://globoesporte.globo.com/>>. Portal de jornalismo esportivo da Globo, ligado ao maior conglomerado de notícias da América Latina.

9 Disponível em <<http://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/>>. Portal que se propõe a falar sobre esporte de mulheres, sobretudo o futebol.

acontecimentos foram escolhidos como relevantes para fazer parte do quadro? E quais acontecimentos foram deixados de fora? Qual discurso foi gerado em cada portal e como contribuíram para que se amplie a cultura esportiva relacionada ao futebol de mulheres?

Embora atualmente esteja mais evidente a participação das mulheres no futebol, a realidade é que esse contexto tem apresentado mudanças de forma tardia (GOELLNER; KESSLER, 2018). O fato é que a inserção das mulheres no esporte se deu com atraso, no século XIX e XX elas eram criadas para serem boas mães e boas donas de casa e não para a participação em ambientes sociais como no âmbito dos esportes (GOELLNER, 2005). Entre os argumentos estavam justificativas socioculturais¹⁰ e biológicas¹¹.

No caso do futebol de mulheres¹², o caminho foi ainda mais difícil, este foi considerado um esporte com características masculinas¹³ que não eram adequadas para as mulheres. Em razão disso, aqui no Brasil, em 1941¹⁴, um decreto-lei estabeleceu que as mulheres seriam proibidas de praticar esportes incompatíveis com as suas características naturais - entre eles o futebol - , tendo duração até 1979.

Para Costa (2019), há muito o que se fazer para corrigir o abismo entre o futebol de homens e de mulheres que foi criado historicamente. Durante muito tempo, o futebol de mulheres foi considerado um espaço masculinizador, não compatível com as características femininas. Desde a sua proibição até os dias atuais, menos de 40 anos se passaram e resquícios dessas marcas – ou melhor, das motivações que levaram à proibição de outrora, ainda permeiam esse esta modalidade no Brasil e se refletem na diferença salarial, investimento, patrocínio, visibilidade na mídia, estrutura de base e etc.

Castro e Máximo (2018), ao tratarem da visibilidade do futebol de mulheres, afirmam que a mídia escolhe o que será destacado, porém quando se trata da cobertura esportiva tem promovido uma desigualdade entre os espaços conferidos aos homens e as mulheres, de modo que “elas disputam campeonatos, ganham títulos, jogadoras conquistam feitos individuais e diferente das equipes masculinas, não viram manchetes dos jornais.” (CASTRO; MÁXIMO, 2018, p. 4)

Uma pesquisa realizada por Souza e Knijnik (2007) sobre os espaços destinados a homens e mulheres nos esportes na Folha de São Paulo durante os anos 2002 e 2003 evidenciou uma cobertura muito inferior dos esportes praticados por mulheres. Em setembro de 2002, elas receberam 11,49% da cobertura, e os homens, 85,16% - ou seja, uma diferença de 700%. Em fevereiro de 2003 a diferença foi maior, 88,4% dos homens e 4,04% as mulheres. E em março de 2003, um total de 87,95 % foi destinado aos homens e 4,68% às mulheres. Esses dados reforçam

10 Tais como, serem criadas para serem boas mães e boas donas de casa.

11 Tais como a fragilidade do corpo das mulheres e o perigo de machucar os órgãos reprodutores

12 Durante este trabalho utilizaremos a denominação futebol de mulheres invés de futebol feminino. Com exceção a quando nos referirmos ao nome oficial da Copa.

13 Características consideradas masculinas como virilidade, uso de força, agressividade, entre outras

14 Decreto-Lei n.3.199. Rio de Janeiro, 1941. Recuperado em 8 de outubro de 2007, de <http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=152593>

que a mídia vem oportunizando lugares diferentes para homens e mulheres que praticam esportes, de modo que as modalidades praticadas por elas fica sub-representada, como um conteúdo de menor importância, e as modalidades praticadas por eles segue predominante na mídia.

Quando se trata especificamente do futebol, essa diferença continua fortemente significativa. A pesquisa realizada por Gabriel e Freitas Junior (2013) analisou as notícias produzidas na Folha de São Paulo referente a Copa do Mundo de mulheres e homens. O espaço destinado ao futebol de mulheres foi de 4,4% e o futebol de homens recebeu 95,6% da cobertura midiática. Ou seja, em 2010 houve 753 notícias relacionadas ao futebol de homens e em 2011 houve 35 notícias sobre o futebol de mulheres.

A pesquisa realizada por Martins e Morais (2007) mostra outro dado interessante. Os autores analisaram dois jornais de grande circulação nos meses que antecederam os Jogos Olímpicos de 2004 e durante o período do evento. Durante os meses que antecederam os Jogos Olímpicos a produção de notícias era quase insignificante e durante o evento houve um crescimento de 2000% da cobertura. Ou seja, o futebol de mulheres só recebe algum espaço na mídia em momentos de grandes eventos. Corroborando com esse dado, Lourenço et al (2019) afirma em sua pesquisa que o futebol de mulheres segue um padrão de descontinuidade na mídia e que a visibilidade recebida está fortemente vinculada a períodos específicos de grandes eventos e ainda depende que a seleção brasileira alcance bons resultados.

As mídias possuem um papel importante na divulgação e oferta de conteúdos relacionados aos esportes. Sendo assim, quanto se disponibiliza maior espaço nos jornais esportivos para as modalidades – sobretudo o futebol – praticadas pelos homens e diminui-se o espaço destinado às mulheres nos esportes, acaba-se promovendo o silenciamento dessas práticas, das conquistas e reforçando essas desigualdades em que elas já passam – de acesso, de patrocínio, de premiações. Goellner e Kessler (2018) destacam que “o pouco espaço, visibilidade e reconhecimento ao futebol praticado por mulheres têm promovido não apenas a marginalização das atletas nesse campo específico, como também a anulação simbólica de suas realizações”(GOELLNER; KESSLER, 2018, p.37).

No entanto, essa questão é um tanto problemática. Castro e Máximo (2018) destacam que no momento em que o jornalismo esportivo/programas esportivos ignoram essa representatividade do futebol de mulheres, acabam contribuindo para disseminar a concepção de que futebol não é lugar para mulher e que o futebol de mulher é menos importante que o futebol de homens.

Tudo que é veiculado na mídia contribui para a formação dos sujeitos. Se tratando do jornalismo esportivo, os conteúdos que ganham destaque ou que são marginalizados contribuem para uma maior ou menor ampliação de significados que são incorporados à cultura esportiva. Pires (2002), utiliza o termo cultura esportiva para se referir ao

conjunto de ações, valores e compreensões que representam o modo predominante de ser/estar na sociedade globalizada, em relação ao seu âmbito esportivo, cujos significados são simbolicamente incorporados através, principalmente, da mediação feita pela indústria de comunicação de massa. (PIRES, 2002, p.42)

Nesse sentido, as mídias se utilizam dos esportes como mecanismos para criar representações que ampliam o entendimento do esporte. Pires (1997) ressalta que diversos conceitos relacionados ao esporte de forma descontextualizada e fragmentada são incorporados à cultura esportiva. Criam a representação de um esporte que salva; que tem o poder de tirar indivíduos da marginalidade; que através dos esportes as pessoas podem superar seus limites; que todos podem praticar esportes; que esporte é sinônimo de saúde. Pode-se observar que os discursos criados pela mídia acerca do esporte são diversos, no entanto, muitas vezes agregam características que não atendem a sua complexidade.

Por isso, a importância de buscar interpretar a mídia e avaliar se há critérios para observar a qualidade dos conteúdos produzidos. Marchi Junior (2015) propõe o modelo de análise para a compreensão do esporte a partir de uma “perspectiva ampliada e de múltiplos sentidos, significados, contextos e dimensões.” (MARCHI JUNIOR, 2015, p. 59). O autor elege 5 dimensões do esporte que são importantes para que se compreenda o esporte em toda a sua complexidade, são elas as dimensões: ética, estética, emoção, espetáculo e educacional. Ou seja, ao tratar o esporte através delas pode-se contribuir para a formação de sujeitos críticos que compreendam o esporte a partir de toda a complexidade que o compõe.

Esses parâmetros sugeridos pelo autor podem nos ajudar a analisar os conteúdos que estão sendo veiculados sobre o futebol de mulheres na mídia, como esse tema tem sido tematizado e discutido. Pensando na complexidade que envolve o esporte, torna-se importante que a mídia promova reflexões sobre todas as práticas esportivas, que fale de aspectos econômicos, trate questões de racismo, questões políticas, questões de gênero, questões lgbs, etc. ou seja, de tudo aquilo que envolva o esporte, pensando na sua formação crítica.

A forma que os esportes são apresentados através das mídias colaboram para que os jovens criem seus conceitos e valores em relação aos esportes, podendo influenciar na forma de vivenciar estas modalidades (Batista; Betti, 2005). Nessa perspectiva, podemos perceber que as mídias não tratam todos os esportes e práticas corporais de forma igual, sobretudo quando se pensa em modalidades praticadas por homens e mulheres. Goellner (2005) ressalta que é possível observar essa diferença de tratamento entre homens e mulheres no esporte, onde existe diferença de incentivo e participação deles e delas na vida esportiva, no esporte de rendimento, na Educação Física escolar, na visibilidade da mídia, entre outros aspectos.

Sabemos que ao ter se tornado um produto de consumo, o esporte que é veiculado nas mídias está fortemente ligado ao aspecto econômico, ou seja, a prática esportiva que recebe maior espaço da mídia é aquela que proporciona maior retorno financeiro para emissora, patrocinadores e

empresários. O esporte possui um incrível potencial comercial, com isso, se tornou um dos elementos da nossa cultura que passou pelo processo de espetacularização da mídia. Betti (1998) afirma que a mídia atua de forma decisiva na construção de novos significados e modalidades de entretenimento e consumo, ou seja, os esportes agregam características de um produto de consumo que através de um processo de mediação busca construir uma imagem de um esporte espetáculo, motivados por uma maior venda desse produto de consumo, mas que por conta disso, chega-se a descontextualizar o fenômeno esportivo, de forma que o conteúdo não seja o principal, mas sim a forma de mostrar/vender o esporte. Ou seja, a preocupação que a mídia possui é a de que forma ela poderá tratar o esporte para que ele gere mais lucro e atraia mais espectadores.

Muitos desses programas se utilizam de um apelo emocional que atrai o espectador. Agregando ao esporte característica de entretenimento em detrimento de matérias mais informativas, o que acaba colaborando para a produção de matérias esportivas superficiais.

Oselame e Costa (2013) revelam que as consequências desse formato de notícia é a utilização do humor e destaque para conteúdos supérfluos que acabam contribuindo para uma desvalorização das notícias. As autoras completam afirmando que o infoentretenimento é uma predisposição da mídia contemporânea, de nossa sociedade do espetáculo.

Devido à crescente tendência à superficialidade nas notícias, a informação tem atribuído um caráter de interesse do público ao invés do caráter de interesse público (PIRES, 2015). Segundo o autor, as notícias de interesse do público são aquelas que têm característica de entretenimento, de satisfazer a curiosidade do público através das variadas notícias, desde dramáticas, vida dos atletas, sobre as modalidades, medalhas, entre outras que sejam do desejo do público. Já as notícias de interesse público possuem um caráter de desenvolvimento intelectual do público, através de informações que reflitam sobre o governo, à saúde, à educação, entre outros aspectos que promovam a formação para a cidadania (VIDAL, 2010).

Bourdieu (1997) destaca a metáfora dos óculos, na qual cada jornalista possui o seu e é através deles que os jornalistas “vêm certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado.” (BOURDIEU, 1997, p.25). Ou seja, cada representação do espetáculo estará de acordo com os princípios e interesses de cada emissora, de acordo com os seus próprios óculos. O autor revela que cada jornalista possui seu próprio óculos ao qual olhará para determinado evento e fará uma seleção daquilo que achar importante de ser noticiado. Mas essa metáfora pode também servir para as emissoras. Cada emissora produz suas notícias de acordo com os seus óculos, podendo produzir as notícias em um formato mais preocupado socialmente ou mais voltado ao infoentretenimento. E os jornalistas que a representam, muitas vezes têm que ter como base aquelas lentes, podendo possuir maior ou menor liberdade na construção das notícias.

Sabemos do silenciamento recorrente nas coberturas esportivas do futebol de mulheres e tendo essa oportunidade de ser transmitido os jogos da seleção brasileira ao vivo e em rede aberta

se mostra um fato/oportunidade importante em termos de visibilidade do evento. Considerando que foi a primeira vez que a Globo transmitiu este evento: será que a emissora – através do Globoesporte.com – teve algum tipo de preocupação social - levando em conta que o futebol de mulheres foi historicamente sub-representado pela mídia comercial - ou manteve seu perfil na produção de notícias, utilizando-se do infotenimento? E sendo o Dibradoras um portal que aborda problemáticas que envolvem mulheres e esportes, fizeram uma cobertura esportiva diferenciada, tendo uma maior preocupação formativa? Ou seja, será que o Globoesporte.com promoveu uma cobertura focada em aspectos econômicos contribuindo para uma cultura esportiva superficial? E será que o Dibradoras promoveu uma cobertura mais diversificada e preocupada socialmente, contribuindo para uma ampliação da cultura esportiva?

No âmbito acadêmico, não foram encontrados muitos estudos¹⁵ que tratam dos conceitos de enquadramento relacionados ao Futebol Feminino. Este estudo revelou sua importância para a compreensão de como a Copa do Mundo foi tratada na mídia; Como ocorreu a produção de notícias em portais com perfis distintos e quais discursos foram produzidos; Qual a complexidade do fenômeno esportivo foram utilizadas nas notícias; Além de proporcionar reflexões sobre a relação entre mulheres e esportes na mídia.

Essa massificação que é produzida pelas mídias em relação às representações sociais podem influenciar o entendimento que os sujeitos constroem sobre o esporte e as práticas corporais, levando em conta que estes passam boa parte do seu tempo livre utilizando tecnologias digitais e consumindo esportes nas mídias. Contudo, é importante que os sujeitos tenham consciência que o esporte que eles consomem pelas mídias é um esporte constituído socialmente, é um esporte de performance, do espetáculo, que atende aos objetivos de consumo, que gera exclusão.

Levando em conta que as pessoas aprendem por diversos meios, as mídias podem ser consideradas um espaço formativo, que pode contribuir para uma formação crítica/emancipada em relação à cultura esportiva. Propagam opiniões sobre os mais diversos temas que permeiam o esporte e as práticas corporais. Sendo assim, precisamos olhar com cautela, analisar o que e como está sendo veiculado: Quais os valores estão sendo transmitidos? O que está ganhando evidência e o que está sendo ocultado? Compreender isso significa contribuir para a formação de sujeitos emancipados que consigam compreender criticamente os esportes e as questões que os permeiam, sobretudo no que diz respeito à temática das mulheres no esporte. A Copa do Mundo de Futebol Feminino é uma oportunidade de abordar a problemática da relação entre mulher e esporte na mídia.

15 Foram encontradas as pesquisas de FERMINO, A. L. et al. Futebol brasileiro nos Jogos Olímpicos Londres / 2012: enquadramentos da cobertura jornalística da televisão aberta. In: PIRES, Giovani De Lorenzi; LISBÔA, Mariana Mendonça. (Orgs.). “Quem será mais Brasil em Londres?”: enquadramentos no telejornalismo esportivo dos Jogos Olímpicos. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2015. p. 91–116 e PADILHA, Joaquim Lucas Riquelme; Da SILVA, Mayara Martins da Quinta; FRANÇA, Greicy Mara. Análise comparativa de enquadramento noticioso: a forma como Veja e Carta Capital veicularam a acusação de racismo na torcida do Grêmio. Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro Oeste, realizado de 4 a 6 de junho de 2015. No entanto, as pesquisas não tratavam especificamente do futebol de mulheres e nem da Copa do Mundo de Futebol Feminino.

2. OBJETIVOS

Propusemo-nos a observar como os portais trataram jornalisticamente a Copa do Mundo de Futebol Feminino e de que maneira produziram os conteúdos jornalísticos sobre este evento. Sendo assim, o objetivo geral desta pesquisa foi compreender os enquadramentos jornalísticos da Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA 2019 nos portais Globoesporte.com e Dibradoras

A partir desse objetivo geral, elegeram-se as seguintes questões investigativas:

- Quais foram os enquadramentos primários e secundários utilizados/abordados na produção das notícias nos portais em relação à Copa 2019?
- Quais foram as dimensões do esporte selecionadas, enfatizadas e excluídas da cobertura midiática da Copa 2019?
- Como os portais distribuíram os enquadramentos episódicos e temáticos na cobertura jornalística da Copa 2019?
- Quem foram os/as autores(as) das notícias produzidas sobre a Copa 2019 nos portais?
- Que tipos de fontes foram mobilizadas para a construção das notícias relacionadas a Copa do Mundo 2019?

3. O FUTEBOL DE MULHERES

Ao iniciar este capítulo, gostaria de destacar a mudança de perspectiva que adotaremos nesta pesquisa. Abandonaremos o termo futebol feminino e utilizaremos futebol de mulheres. Em seus estudos recentes, Cláudia Kessler comenta que “O termo *futebol de mulheres* se relaciona a um universo complexo e heterogêneo permeado por trocas entre pessoas de diferentes classes, etnias, gêneros e religiosidades, no interior desta coletividade.” (KESSLER, 2015, pg.31). Ou seja, entende-se que este termo abarca a diversidade de corpos e subjetividades das mulheres que praticam futebol, partindo do entendimento do termo “mulher” como algo plural, cada corpo possuindo suas características, gostos, peculiaridades, singularidades e não algo universal.

Nessa perspectiva, Kessler (2015) sugere se afastar da noção de gênero atrelada ao futebol feminino que parte de uma construção normativa hegemônica. Ou seja, o feminino carrega características socialmente impostas, como fragilidade, delicadeza, beleza, graciosidade e emoção. Sendo assim, continuar utilizando o termo futebol feminino seria uma forma de invisibilizar essa diversidade de corpos e subjetividades presentes nas mulheres que praticam essa modalidade e de certa forma reafirmar essa redução do ser mulher aos padrões de feminilidade socialmente impostos pela sociedade.

Não existe o futebol feminino e o futebol masculino, existe apenas o futebol. Futebol esse que é praticado por indivíduos homens e mulheres, que são seres que possuem diversos corpos, etnias, concepções, gêneros, classes sociais, etc. Essa concepção de futebol feminino e futebol masculino sugere que quando os homens pratiquem o futebol sejam másculos e viris, que assumam as características socialmente impostas e desejadas pela sociedade. Igualmente com as mulheres que praticam futebol, deseja-se que elas sejam femininas, belas e graciosas. Mas isso acaba reforçando preconceitos em relação à modalidade, portanto, superar esse termo é importante para promover uma reflexão dentro deste universo do futebol e nos esportes em geral.

COPA DO MUNDO DE FUTEBOL FEMININO FIFA

Segundo Silva (2015), no início da década de 1970 o futebol de mulheres vinha ganhando visibilidade fora do país, principalmente em países da Europa, ao contrário do cenário brasileiro em que as mulheres ainda sofriam proibição. Segundo a autora, o ano de 1970 foi um marco para o futebol de mulheres no cenário mundial, pois foi o ano que ocorreu a primeira Copa do Mundo de

Futebol Feminino (não organizada e nem reconhecida pela FIFA¹⁶ e UEFA¹⁷). Em sua pesquisa, Silva (2015) traz registros de matérias publicadas nas revistas A Gazeta Esportiva, Folha e O Estado de S. Paulo sobre este evento. A autora ressalta que a realização deste evento contou com o apoio da Federação Européia de Futebol Feminino e serviu como forma de pressionar a FIFA a olhar para o crescimento da prática da modalidade no mundo. Podemos observar abaixo um trecho de uma matéria publicada

A notícia “futebol feminino ganha terreno: reunião da FIFA” é exemplar desse processo. O texto afirmava que a entidade reconhecia que a modalidade vinha sendo cada vez mais aceita “na Europa e em menor grau na Ásia”. Dizia, ainda, que apesar disso “para chegar a um desenvolvimento razoável ainda há um ‘longo caminho’”¹²⁰. Mesmo com certa cautela, essa foi a primeira demonstração de aceno da FIFA à integração do futebol feminino à sua oficialidade. Essa tendência manteve-se nos próximos anos da década de 1970, haja vista a notícia publicada logo em janeiro de 1971 no O Estado de S. Paulo. Sob o título “FIFA aprova”, dentre algumas resoluções da entidade, vinha a público uma menção ao estudo sobre a possibilidade de se incluir o futebol de mulheres no programa da entidade, contando com o apoio do governo da Alemanha e Inglaterra ¹²¹. (SILVA, 2015, p.46)

Apesar de ter ocorrido esse evento como forma de pressionar a FIFA, a realidade é que muitos anos se passaram até que a entidade realmente organizasse e realizasse o mundial. Embora viesse estudando a possibilidade de organizar este evento desde meados da década de 1970, o primeiro mundial oficial da FIFA ocorreu em 1991.

Antes disso, em 1988 foi organizado um mundial experimental na China, pela iniciativa do presidente da entidade, João Havelange. Participaram 12 equipes e a seleção brasileira conquistou o terceiro lugar na competição. Podemos observar o caminho percorrido pela equipe a partir desse trecho de uma matéria encontrada no site da CBF:

No Grupo B, a Seleção estreou com derrota para a Austrália por 1 a 0. Mas logo se recuperou e terminou a primeira fase na liderança da chave, com vitórias por 2 a 1 e 9 a 0 sobre Noruega e Tailândia, respectivamente. Nas quartas de final, o Brasil derrotou a Holanda por 2 a 1 e se encaminhou para um reencontro com a Noruega na semi. Dessa vez, porém, as nórdicas levaram a melhor e, com um triunfo por 2 a 1, avançaram para a decisão.

Na disputa pelo terceiro lugar, o Brasil enfrentou as donas da casa. Após um empate sem gols no tempo normal, a Seleção derrotou a China nos pênaltis. (CBF, 2020)

16 Sigla de Fédération Internationale de Football Association, a Federação Internacional de Futebol

17 Sigla de Union of European Football Associations, a União das Associações Europeias de Futebol

Vale ressaltar que naquele momento o Brasil tinha recentemente regulamentado a prática do futebol de mulheres – em 1983 - embora ainda existisse um esforço por parte delas para que a modalidade fosse profissionalizada e reconhecida no Brasil (ALMEIDA, 2013). Para participar deste evento foi montada uma seleção com as jogadoras das principais equipes de futebol de mulheres do Brasil, principalmente do Esporte Clube Radar (CBF, 2020), pois no Brasil ainda não existia uma seleção de futebol de mulheres.

A Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA é o evento mais importante da modalidade. O mundial ocorre a cada quatro anos e teve 8 edições realizadas. Na sua primeira edição, que teve China como país sede, contou com a participação de 12 seleções – China, Japão, Taipé chinês, Nigéria, Brasil, Nova Zelândia, Dinamarca, Itália, Alemanha, Noruega, Suécia e Estados Unidos - tendo a seleção norte-americana como a primeira campeã do mundial, vencendo a seleção norueguesa. Atualmente participam 24 seleções no torneio. Podemos perceber que ao longo dos anos o evento tem se expandido. Hoje se estuda a possibilidade de realizar a edição de 2023 com a participação de 32 seleções¹⁸.

A seleção brasileira esteve em todas as edições, conquistando uma medalha de bronze em 1999 e um vice-campeonato em 2007. A seleção que mais possui títulos é a norte-americana, com 4 medalhas de ouro conquistadas, além de 1 vice campeonato e 3 medalhas de bronze, ou seja, esteve no pódio em todas as edições da Copa do Mundo. Abaixo podemos visualizar um quadro com todas as edições, países sedes e as seleções campeãs.

Tabela 1- Edições da Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA

| Ano | País sede | Campeão | Vice | 3° | 4° |
|------|-----------|----------|----------|------------|------------|
| 1991 | China | EUA | Noruega | Suécia | Alemanha |
| 1995 | Suécia | Noruega | Alemanha | EUA | China |
| 1999 | EUA | EUA | China | Brasil | Noruega |
| 2003 | EUA | Alemanha | Suécia | EUA | Canadá |
| 2007 | China | Alemanha | Brasil | EUA | Noruega |
| 2011 | Alemanha | Japão | EUA | Suécia | França |
| 2015 | Canadá | EUA | Japão | Inglaterra | Alemanha |
| 2019 | França | EUA | Holanda | Suécia | Inglaterra |

Fonte: Produzido pela autora

Além desse desempenho em Copas do Mundo, a seleção ainda possui outros títulos de expressão. Atualmente, a seleção feminina ocupa a oitava colocação do "Ranking Mundial de

18 Fifa quer ampliar Mundial Feminino para 32 seleções já em 2023. Acesso em <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/fifa-quer-ampliar-mundialfeminino-para-32-selecoes-ja-em-2023.ghtml>>

Seleções" da FIFA. Nos Jogos Pan-Americanos¹⁹ possui 3 títulos (2003, 2007 e 2015), Duas medalhas de prata nos Jogos Olímpicos²⁰ (2004 e 2008), possui sete títulos da Copa América²¹ (1991, 1995, 1998, 2003, 2010, 2014 e 2018), Além de ser campeã de sete das oito edições do Torneio Internacional de Futebol Feminino (2009, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 e 2016). Além de títulos importantes nacionalmente conquistados pela jogadora Marta Vieira, que foi escolhida 6 vezes como melhor jogadora do mundo (2006, 2007, 2008, 2009, 2010 e 2018), além de ter se tornado, nesta última edição da Copa do Mundo, a maior artilheira da história, com 17 gols marcados e ser a maior artilheira da seleção brasileira de futebol.

Esta última edição da Copa do Mundo se destacou no que se refere à visibilidade da mídia. Com a grande procura do público por ingressos para assistir as partidas de abertura, final e semifinal que se esgotaram rapidamente logo que foram postos a venda²², os recordes de público, os recordes de audiência²³, o interesse da maior emissora de TV aberta brasileira - Rede Globo – que pela primeira vez transmitiu os jogos da seleção brasileira e a final da Copa do Mundo em rede aberta de TV para todo o território brasileiro²⁴, recordes alcançado pelas atletas²⁵, mulheres jornalistas comentando os jogos²⁶, jornalistas esportivas cobrindo os jogos, treinadoras sendo a maioria a partir das oitavas²⁷, jogadoras usando suas vozes para pedir salários iguais e melhores condições de trabalho²⁸, dentre outros aspectos, fizeram esta Copa se tornar, no mínimo, um evento interessante a ser analisado, em relação a sua cobertura midiática.

19 Evento esportivo, realizado de quatro em quatro anos, envolvendo a América do Norte, América do Sul e América Central

20 Maior evento esportivo do mundo, competição ocorre entre os cinco continentes e acontece de quatro em quatro anos.

21 Principal competição entre seleções de futebol das nações da Confederação Sul-Americana de Futebol. É disputada de quatro em quatro anos

22 Copa do Mundo Feminina da Fifa: ingressos esgotados para jogo de abertura, semifinais e decisão. Acesso em <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/copa-do-mundofeminina-da-fifa-ingressos-esgotados-para-jogo-de-abertura-semifinais-e-decisao.ghtml>>

23 Com mais de 1 bilhão de pessoas, Fifa diz que Copa do Mundo Feminina foi a mais vista da história. Acesso em <<https://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/fifa-divulgaaudiencia-da-copa-do-mundo-feminina-e-diz-que-mais-de-1-bi-de-pessoas-assistiu-ao-torneio.ghtml>>

24 Renata Mendonça - Pela 1ª vez na história, Globo transmitirá seleção feminina na Copa. Acesso em <<https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2018/12/10/pela-1a-vez-na-historia-globo-transmitira-selecaofeminina-na-copa/>>

25 É recorde! Marta supera Klose e se torna a maior artilheira em Copas do Mundo. Acesso em <<https://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/e-recorde-marta-supera-klosee-se-torna-a-maior-artilheira-em-copas-do-mundo.ghtml>>

26 Renata Mendonça - Globo e Sportv terão mulheres comentando jogos da Copa do Mundo feminina. Acesso em <<https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2019/05/03/globo-e-sportv-terao-mulherescomentando-jogos-da-copa-do-mundo-feminina/>>

27 Renata Mendonça - Das 8 seleções nas quartas de final da Copa, 5 são treinadas por mulheres. Acesso em <<https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2019/06/26/das-8-selecoes-nas-quartas-de-final-da-copa-5-sao-treinadas-por-mulheres/>>

28 Seleção dos EUA, campeã mundial feminina, mantém ameaça de processo à federação de futebol do país. Acesso em <<https://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/selecao-campeamundial-feminina-mantem-ameaca-de-processo-a-federacao-de-futebol-dos-eua.ghtml>>

A verdade é que atualmente temos observado uma maior procura, mais pesquisas sobre o futebol de mulheres. Vemos atletas lutando por melhores salários e melhores condições; observamos um aumento de mulheres sendo árbitras e treinadoras; mulheres jornalistas ocupando espaço de comentaristas em canais esportivos, deixando de simplesmente serem apresentadoras e passando a opinar sobre os assuntos; recentemente também acompanhamos a primeira vez que uma mulher narrou um jogo de futebol de homens na Copa do Mundo²⁹. A realidade é que cada vez mais elas têm ocupado os mais diversos espaços no ambiente esportivo. E não só no esportivo, na sociedade também, vemos mulheres buscando o direito de salários iguais, de serem reconhecidas pelas suas habilidades, pelo seu trabalho, lutando por seus direitos, lutando contra o machismo, racismo e assédio, entre outras causas.

E a verdade é que esse movimento tem se influenciado, com um movimento de mão dupla. Temos o exemplo da #RespeitaAsMina que foi bastante disseminada nas redes, sendo utilizada para denunciar questões de assédio no ambiente de trabalho, contra o machismo, luta por igualdade, em todos os espaços da sociedade, inclusive nos esportes.

Durante as olimpíadas de 2016 no Brasil, as Dibradoras criaram a #MaisQueMusas, hashtag que foi bastante utilizada nas redes sociais para dar destaque às atletas que representaram o Brasil naquele megaevento, tendo como foco principal a sua trajetória e o seu desempenho no esporte e não na sua aparência física (FIRMINO, 2019). Outro movimento importante puxado pelas jornalistas foi a hashtag #DeixaElaTrabalhar, trazendo à tona casos de assédio e machismo vividos pelas mulheres no jornalismo esportivo. A iniciativa surgiu após a repórter Bruna Dealtry, do Esporte Interativo, ser beijada a força por um torcedor enquanto fazia uma cobertura ao vivo. Logo diversas jornalistas se uniram e lançaram a campanha com um vídeo contando alguns relatos.

Percebemos que aos poucos as pautas foram mudando, antigamente no futebol eram eleitas as musas, onde se exaltava a beleza das jogadoras - inclusive foi um pré requisito para a participação no campeonato paulista que as mulheres fossem femininas. Mas hoje em dia já “não pega bem” tudo isso, já não é aceitável descrever a jogadora pelo seu aspecto físico. E não só no esporte, mas também na sociedade, as pautas têm mudado e se influenciado. Com o intuito em comum de dar voz e lugar às mulheres.

Todos esses movimentos sociais importantes que temos visto tem sido importante e podem ter contribuído para que esta Copa do Mundo tenha sido percebida de forma diferente.

Para uma maior compreensão de como o futebol de mulheres se apresenta na mídia de hoje é interessante que se tenha um breve conhecimento de como as mídias e os esportes se relacionam e a forma como o jornalismo esportivo se caracteriza atualmente. A partir disso, o próximo capítulo se

29 Renata Mendonça - Pela 1ª vez, Copa terá narração feminina: o que vem depois?. Acesso em <<https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2018/06/12/pela-1a-vez-copa-tera-narracao-feminina-o-quevem-depois/>>

empenhou a contextualizar brevemente essa relação entre como o jornalismo esportivo e o futebol de mulheres.

MÍDIA E FUTEBOL DE MULHERES

Não podemos negar que a mídia ocupa um lugar importante na nossa sociedade, atuando como formadora/reprodutora de concepções sociais, influenciando na concepção de mundo dos indivíduos, de forma que concede sentido aos discursos veiculados/transmitidos. De acordo com Borelli (2002) o campo jornalístico é percebido como um lugar de produção de sentidos e de construção da realidade. Pires (2002) entende que devido a sua capacidade de promover o esporte como um espetáculo, “a mídia passa a ser a principal produtora dos sentidos e significados válidos/validados socialmente sobre esporte (PIRES, 2002, p. 102)”. Sendo assim, o discurso midiático- esportivo tem grande contribuição para que o esporte tenha se tornado esse fenômeno importante na sociedade (SANTOS; MEZZAROBIA; SOUZA, 2017).

A verdade é que hoje o esporte está fortemente inserido no nosso cotidiano de forma que o consumimos direta e indiretamente, através de comerciais de atletas na TV, outdoors, propagandas e notícias na internet, etc. Durante muito tempo os jornais, revistas e rádios foram os principais veiculadores de notícias e com a invenção da televisão o esporte passou por um importante processo de espetacularização, que o tornou esse fenômeno complexo atualmente. Com a internet e as tecnologias digitais hoje consumimos os esportes de forma instantânea, e através da facilitação do acesso, conseguimos consumir esportes em qualquer lugar e a qualquer momento.

Assistir aos espetáculos esportivos no tempo livre tem feito parte da vida das pessoas, e esse *lazer midiático* é definido pelo consumo e pelo entretenimento (SILVEIRA ET AL, 2015). Pires (2002) afirma que o esporte é o parceiro preferido da mídia devido a sua fácil espetacularização, levando em conta que já proporciona o show pronto. No entanto, com a possibilidade de uso de recursos técnicos, a forma de mostrar o esporte para os telespectadores se tornou mais importante do que o conteúdo em si (BETTI, 1998).

Com o surgimento das tecnologias digitais, os processos de produção e divulgação das notícias foram modificados, assim como os hábitos de leitura por parte dos usuários, sendo a internet a responsável pela alteração na forma de produzir, distribuir e na recepção das informações (VIDAL, 2010). Com a instantaneidade das informações, a todo momento somos bombardeados com notícias sobre os mais variados assuntos. A velocidade com que são produzidas as notícias modifica a forma como os usuários consumirão a informação.

Essa velocidade em que as notícias são produzidas, disponibilizadas e também consumidas tem colaborado para que as informações sejam cada vez mais superficiais (PIRES, 2015). Não

existe uma preocupação em relação ao conteúdo, o importante é que o consumidor esteja sempre atualizado, de modo que o mais importante seja a quantidade de informações novas e não a qualidade delas. O autor ressalta que pautas mais leves em um formato de entretenimento têm se tornado uma tendência geral do telejornalismo, que tem deixado notícias sobre temas mais informativos de lado.

É possível acompanhar programas esportivos cada vez mais com um formato de entretenimento. Com matérias superficiais, conteúdos pouco críticos, matérias sobre a vida dos atletas, curiosidades. Tudo isso pensando nos interesses econômicos, de modo que o importante é que o público consuma não importa qual seja o conteúdo, valor dessas informações. Esse contexto tem provocado a junção, aproximação e embaralhamento das fronteiras entre a informação e o entretenimento na produção jornalística (SANTOS; MEZZARROBA; SOUZA, 2017, p.94)

Buscando compreender quais eram os conteúdos predominantes em programas esportivos, Padeiro (2015) realizou uma análise do programa esportivo Globo Esporte, que aborda e promove conteúdos e eventos esportivos da Rede Globo e analisou também edições do Caderno de Esportes, que é o jornal esportivo diário do canal Esporte Interativo. O autor analisou três edições de cada programa com o intuito de analisar se os conteúdos produzidos pelo Globo Esporte seriam majoritariamente sobre o futebol de homens, que é o carro-chefe da emissora, e se no Caderno de Esportes haveria pautas diferentes ou se seriam repetidas as pautas da grande imprensa esportiva. Foram analisados o tempo e as pautas abordadas e o autor concluiu que criaram-se programas voltados para o entretenimento a partir das imagens espetacularizadas do esporte. No Globo Esporte, o conteúdo mais exibido buscava entreter e divertir as pessoas, desta forma o esporte aparece como uma mercadoria de consumo. Nos três programas analisados, 80% estavam destinados ao futebol de homens e os outros 20% abordavam outras modalidades. Já no Caderno de Esportes, realizava-se a cobertura diária dos grandes clubes de futebol de homens, o que contribuiu para que do total de

9.506 segundos de conteúdo exibido, apenas 335 segundos abordassem outras modalidades. Desta forma, o autor concluiu que houve a produção de conteúdos vazios e repetitivos atrelados à promoção de grandes eventos, e que o futebol de homens foi o carro-chefe. Ambos os programas rejeitaram as questões políticas e econômicas relacionadas à corrupção no esporte, sendo assim, trataram do esporte como divertimento.

A partir dessa pesquisa, podemos observar que o futebol de homens é sem dúvidas o conteúdo mais abordado pelos jornalistas nos programas esportivos. Predominando a estratégia de transformar as matérias em um formato de entretenimento, com matérias descontraídas, com pouco teor crítico sobre assuntos importantes. Todos os dias vemos matérias ou programas esportivos falando sobre a expectativa de tal jogo, especulações dos resultados, possíveis mudanças na tabela

de classificação, transmitem falas dos técnicos e jogadores sobre a partida, tudo isso como estratégia para agendar esse jogo e gerar no público a vontade de assistir. Depois de o jogo ocorrer os jornalistas discutem os resultados, discutem qual jogador se saiu melhor, quantos gols fez, quais as polêmicas da rodada, revisam lances duvidosos, discutem sobre o uso do VAR, falam também sobre a vida dos atletas e dos técnicos. O esporte é tematizado além do fato em si, por que “há a preparação para o jogo (uma pré-agenda) e também ressonâncias do acontecimento (as repercussões), que chamamos de pós- agenda” (BORELLI, 2002, p.9). Para Betti (2002), uma das características do esporte da mídia é a “falação esportiva”, ou seja, essa tendência do jornalismo esportivo em abordar os esportes de forma vazia e simplista, informando e atualizando os resultados dos jogos, criando expectativa, elegendo ídolos, promovendo rivalidades e polêmicas, etc.

Essas mesas redondas onde jornalistas debatem e emitem opiniões sobre os esportes é um tipo de programação híbrida, meio jornalismo e meio entretenimento (PIRES, 2015). O autor afirma ainda que essa confusão entre informação e entretenimento tem sido uma estratégia intencional das grandes empresas de mídia (PIRES, 2002). Por meio dessa maneira particular de construir o esporte

o jornalismo cultua o herói, constrói uma grande atorização, a partir dos maiores ícones do mundo esportivo, cria mecanismos para “bisbilhotar” a vida dos ‘olimpianos’, faz julgamentos, avaliações, análises de competições, de fatos inusitados, de relações que são estabelecidas no dia-a-dia esportivo, etc. A partir destes múltiplos e variados movimentos, o jornalismo institui o esporte. (BORELLI; FAUSTO NETO, 2002, p. 63-64).

Grande parte do conteúdo esportivo produzido diariamente pelos jornalistas diz respeito ao esporte profissional, aos times mais conhecidos, aos campeonatos tradicionais, aos jogadores mais famosos, ou seja, aos conteúdos que geram maior audiência e retorno financeiro para as empresas e patrocinadores. No entanto, podemos perceber que outros conteúdos importantes acabam ficando marginalizados na cobertura jornalística esportiva, “há muito pouco do esporte amador, das políticas públicas e privadas no âmbito esportivo, da promoção do esporte como fator de qualidade de vida, do impacto cultural do esporte na sociedade, entre outros fatores” (GURGEL, 2009, p. 195). Ou seja, conteúdos importantes socialmente acabam ficando de lado nas programações esportivas. Pires (2015) afirma que a tendência do jornalismo atual é o fenômeno do “infotimento”, que é tratar de maneira superficial e humorística as matérias jornalísticas.

Desta forma, é importante que se compreenda que já “não é possível mais acompanhar jornalisticamente o esporte alheio às questões dos negócios do esporte” (GURGEL, 2009, p. 208). Os aspectos mercadológicos - como direitos de imagem, patrocínio e publicidade - atuam como pano-de-fundo nas informações esportivas (PIRES, 2015).

Segundo Pires (2015), para os jornalistas parece haver uma convicção de que os receptores possuem a tendência de não aprovar matérias mais elaboradas, e no receptor existe a tendência de preferir informações instantâneas em vez de notícias com qualidade de conteúdo informativo.

Vidal (2010) utiliza os termos notícias de interesse público e notícias de interesse do público para caracterizar cada tipo de notícias.

Pode-se conceituar a notícia de Interesse público como aquela que contribua para o desenvolvimento intelectual, moral e físico do cidadão, com informações que possibilitem ao leitor refletir e tomar decisões em relação ao governo, à saúde, à segurança, à educação, ao trabalho, enfim, exercer a cidadania. Em suma, a notícia de interesse público tem agregado ao seu valor-notícia um valor de cidadania. É o valor que possibilita ao cidadão ter integração e participação na vida em sociedade (VIDAL, 2010, p. 4).

Podemos perceber que as notícias de interesse público são formativas, que abordam os diversos aspectos da sociedade, são conteúdos importantes que agregam conhecimento nos receptores e assim podem colaborar para que este exerça a sua cidadania, compreendendo assuntos sobre a sociedade. Já as notícias de interesse do público não possuem essa preocupação de tornar o conteúdo importante socialmente. São notícias com teor de entretenimento, com fatos curiosos sobre a vida das celebridades, sejam notícias dramáticas ou insólitas, mas que buscam saciar a curiosidade do receptor (PIRES, 2015). Ou seja, as notícias de interesse do público buscam prender a atenção do consumidor ao produto produzido, através de diversos acontecimentos e fatos curiosos, tudo pode se tornar notícia para entreter o público.

Em um estudo realizado por Vidal (2010), buscou-se analisar quais eram os temas de interesse do leitor, avaliando quais eram as notícias mais lidas nos sites dos jornais Folha de S.Paulo e de O Globo. A autora avaliou e criou categorias, dividindo-as em interesse público, que envolvia matérias relacionadas à cultura, ciência e tecnologia, educação, meio ambiente, saúde, governo, entre outras; e em interesse do público, compreendendo matérias relacionadas à beleza, esportes e lazer, notoriedade, curiosidade, dramaticidade entre outros. Foram analisadas as 100 notícias mais lidas nas páginas de cada jornal online durante um mês e verificou-se que destas 100 matérias mais lidas, 34% foram classificadas como sendo de interesse público e 66% de interesse

do público. Percebeu-se que os leitores têm preferência por informações que contenham fatos curiosos e dramáticos invés de informações com conteúdo mais crítico em relação à sociedade. Segundo a autora, os jornais possuíam espaços para a produção de matérias relacionadas ao interesse público, com conteúdos formativos, porém, os leitores tinham preferência aos conteúdos com características de entretenimento.

Desta forma, podemos perceber que por mais que os sites produzam matérias com conteúdo formativo socialmente, a preferência dos leitores por entretenimento é maior. Isso contribui para

que cada vez mais as empresas de mídia produzam matérias que o público procura, colaborando para que cada vez mais o entretenimento e as notícias de interesse do público ganhem espaço. Portanto, questões formativas, como no futebol feminino, sobre as mulheres na sociedade, empoderamento, mulheres e esporte, corpo, entre outros assuntos importantes socialmente para as mulheres, deixem de ser a pauta dos jornais e mídias. Como se deixasse de lado discussões importantes socialmente para dar aquilo que o público busca, entretenimento. Contribuindo cada vez mais para que as informações e notícias sejam vazias de conteúdo.

Pensa-se mais na audiência do que no conteúdo informativo: “Na relação entre a importância da informação e do interessante, a pressão do mercado e da concorrência impõe, muitas vezes, na prática a subvalorização da importância, isto é, a subordinação do interesse público ao interesse do público.” (BIANCHI; HATJE, 2006, p. 174). Nessa disputa entre informar bem com notícias importantes socialmente ou produzir conteúdos espetacularizados, o segundo tem ganhado mais espaço.

Este cenário é preocupante, pois a mídia influencia na construção de saberes dos indivíduos, colabora na construção de visão do mundo e na formação de opiniões. Desta forma, deveria ter a preocupação de noticiar assuntos importantes socialmente e abordar criticamente os fatos. Seria importante o equilíbrio nessa construção das notícias:

entendemos ser possível noticiar o esporte sem destituí-lo da complexidade do contexto que o cerca, ampliando seus enquadramentos e agendas, apontando novas perspectivas, como fenômeno social multifacetado, e sem se restringir a interesses econômicos e políticos e também no “batido” binarismo da vitória versus derrota. Tanto o esporte, como o jornalismo, têm muito mais a ser mostrado e discutido do que isso aí que vem sendo feito, ambos podem permitir, na sua junção, uma informação para além do infotainment. (SANTOS; MEZZARROBA; SOUZA, 2017, p. 102)

Tratar com responsabilidade a construção e produção das notícias deveria ser o principal objetivo do jornalismo esportivo. Abordar a complexidade que envolve esse fenômeno, promover conteúdos formativos, promover diálogos entre os elementos que constitui o esporte, tratá-lo para além de questões técnicas esportivas e da “falação esportiva”. De acordo com Pires (2015), quando o jornalismo esportivo é comprometido com o caráter formativo das notícias pode gerar contribuições para uma qualificação da cultura esportiva, por meio da

sua apropriação técnica do esporte (informando sobre formas de jogar, regras, nomes de modalidades, etc.) e do seu aprofundamento crítico (instigando o pensamento reflexivo quanto as questões sócio-culturais e político-econômicas que circundam o esporte) pelo público espectador (PIRES, 2015, p.26)

Devido a essa lógica que opera o jornalismo esportivo por vezes o futebol de mulheres acabou sendo sub-representado pelas mídias, “da mesma forma que o jornalismo facilitou a ascensão popular do futebol masculino, colaborou com o silêncio historiográfico da presença feminina na história do futebol brasileiro” (CASTRO; MÁXIMO, 2018, p.3). Portanto, ao mesmo tempo que a mídia pode dar visibilidade, ela também promove um silenciamento. A cobertura esportiva é fruto desse jogo/disputa de vozes de todos os campos sociais que buscam por visibilidade e legitimação (BORELLI, 2002).

Não se sabe ao certo quando o futebol de mulheres começou a ser praticado no Brasil e o registro de sua primeira aparição nas mídias data o ano de 1921³⁰. No entanto, por volta dos anos 1930 e 1940, essa prática esportiva começou a ser vista nas páginas de revistas e jornais da época. Mourão e Morel (2005) identificaram matérias publicadas em jornais e revistas por volta da década de 1930 que se referiam a partidas de futebol de mulheres. Franzini (2005, P. 319) também destaca publicações em 1940 na revista *Educação Física* informando sobre a realização de uma “interessante partida de futebol entre senhoritas” no Rio de Janeiro que se destacou como uma partida de sucesso. O autor ainda destaca outra publicação no jornal *Folha da Manhã* de São Paulo que “reconhecia a existência de dez equipes de senhoritas futebolistas ‘em franca e regular atividade’ na capital federal”, que eram formadas nos subúrbios do Rio de Janeiro (FRANZINI, 2005, P. 319). O futebol de mulheres crescia nos subúrbios do Rio de Janeiro e São Paulo e despertava sentimentos contraditórios, alguns gostavam da prática e outros desaprovavam. Um exemplo disso pode ser visto em um trecho de uma matéria do jornal *A Folha da Manhã*, que se referia a esse movimento do futebol de

mulheres como “ ‘um movimento sério, respeitável mesmo para a formação e criação de mais um ramo de atividade para as mulheres’ Porém, alguns zelosos desportistas recebiam com estranheza as notícias que chegavam dos subúrbios cariocas” (FRANZINI, 2005, P.319). Já uma manchete do jornal *O Imparcial* de 1940, se referia as partidas do futebol de mulheres como “*UM ESPECTACULO IMPRESSIONANTE: O TORNEIO DE FOOTBALL FEMININO*” (MOURA, 2003, P.33).

Se era possível observar nas mídias impressas da época algum tipo de apoio e interesse pelo futebol de mulheres por determinada parte da sociedade, também era possível verificar a desaprovação por outro. Exemplo disso foram as falas de alguns médicos que defendiam a concepção de que o futebol era uma prática inapropriada para as mulheres. O jornal *A Gazeta Esportiva* publicou uma fala do doutor Leite de Castro, onde afirmava que “é o futebol o esporte que lhe trará defeitos e vícios; alterações gerais para a própria fisiologia delicada da mulher, além

30 De acordo com Moura (2003), o primeiro registro oficial de uma partida de futebol de mulheres ocorreu em 1921 em São Paulo, entre as “Senhoritas Tremembenses” e “Senhoritas Cantareirenses”.

de outras conseqüências de ordem traumática, podendo comprometer seriamente os órgãos da reprodução (ovário e útero)” (FRANZINI, 2005, P. 321). Outro exemplo pode ser visto na Revista Brasileira de Educação Física em 1940, onde o médico Humberto Ballariny “afirmou o seguinte: (...) Achamos ser o futebol, pela sua natural violência, um exacerbador do espírito combativo e da agressividade, qualidades incompatíveis com o temperamento e caráter feminino”(MOURA, 2003, P.31).

Aqui observamos essa disputa de vozes acerca do futebol de mulheres nas mídias impressas daquele período. Os argumentos contra a prática do futebol pelas mulheres junto com uma sociedade patriarcal e machista, colaborou para que esse discurso de proibição se sobressaísse. Por conta disso, em 1941 foi apresentado um documento que regulamentava a prática esportiva em todo o país. O Decreto-Lei envolvia instruções que regulamentavam a prática de esportes femininos e estabelecia, em seu Art. 54, que não seria permitido que as mulheres praticassem esportes que eram incompatíveis com a sua “natureza” (Decreto-Lei Nº 3.199, 1941). Em 1965, uma nova deliberação tornou mais específica as instruções que regulamentavam o esporte feminino. Sendo assim, o Conselho Nacional de Desportos aprovou a Deliberação nº7, que determinava “ não ser permitida a prática de lutas de qualquer natureza, futebol, futebol de salão, futebol de praia, pólo aquático, rugby, halterofilismo e baseball” (GOELLNER, 2005, p. 145). Essa proibição durou até 1979, quando o Conselho Nacional de Desportos a revogou.

Aqui observamos como a mídia impressa daquele período contribuiu para um silenciamento da prática do futebol de mulheres. Como resultado desse jogo de vozes, o futebol de mulheres acabou sofrendo e resquícios dessas marcas podem ser vistos até hoje, quando o futebol continua ainda sendo sub-representado pela mídia.

Em uma pesquisa de Cruz e Campos (2019) sobre a cobertura da Copa América Feminina 2018 pelos portais Globo Esporte e Lance e o espaço destinado a seleção brasileira, as autoras observaram que durante o período de 13 de março à 23 de abril o portal Globo Esporte publicou apenas 9 notícias - sendo que no período de competição apenas 2 notícias foram publicadas - as matérias se referiam a convocação das atletas, uniformes novos, favoritismo da seleção e o hepta campeonato que a seleção conquistou. Já no portal Lance apenas uma matéria foi publicada, se referia a conquista do hepta campeonato pela seleção brasileira.

Em outra pesquisa realizada por Castro e Máximo (2018) sobre a cobertura esportiva do portal Globoesporte.com em relação a amistosos da seleção feminina de futebol, as autoras analisaram matérias publicadas entre os dias 11 de outubro e 11 de novembro de 2017 – mesmo período da realização de um amistoso da seleção masculina de futebol – e verificaram que das 162 matérias da *timeline* de notícias da página “Seleção Brasileira”, apenas 3 se referiam às mulheres. Vale ressaltar que no período as mulheres participaram de 3 amistosos e os homens apenas de 1. Ao

fazer outra busca pelo portal, as autoras encontraram mais 5 notícias, totalizando então 8. Analisando o conteúdo das matérias as autoras perceberam que não foi possível ter noção do desempenho das jogadoras e como a seleção jogou, além disso, nenhuma notícia trouxe entrevista das atletas e as matérias que abordavam os jogos só foram publicadas depois da partida, fazendo com que o leitor só se informasse sobre os jogos depois de terminado.

A partir dessas pesquisas percebemos que o futebol de mulheres segue sub-representado pelas mídias, tratado como um conteúdo menos importante ou menos interessante. De modo que ao “ignorar a representatividade da Seleção Feminina, as editorias de esporte continuam a perpetuar a ideia de que futebol não é lugar de mulher” (CASTRO; MÁXIMO, 2018, p.10).

Em relação às representações do futebol de mulheres em eventos importantes como a Copa do Mundo de Futebol Feminino algumas pesquisas também tem mostrado essa invisibilidade delas nas mídias. Na pesquisa realizada por Lourenço et al (2019) sobre a cobertura do jornal A Gazeta do Povo em relação às Copas do Mundo de Futebol Feminino de 2007 e 2015, observou-se uma grande diferença na quantidade de notícias produzidas sobre este evento em cada edição. Em 2007 foram produzidas 28 notícias e em 2015 foram 8. Os autores revelam que o fato de a seleção ter chegado a final da competição em 2007, juntamente com a conquista do Pan-Americano no mesmo ano pode ter contribuído para essa maior cobertura da mídia. Já em 2015 não possuía-se grandes expectativas por bons resultados pois a seleção vinha de resultados pouco expressivos em competições anteriores e apesar de ter sido campeã Pan-Americana em 2015 este evento ocorreu após a Copa. Desta forma, os autores concluem que o aparecimento do futebol de mulheres na mídia segue um padrão de descontinuidade, de modo que depende de resultados expressivos da seleção e ocorre apenas em períodos de realização de grandes eventos esportivos.

Esse padrão de descontinuidade também foi visto pela pesquisa de Gabriel e Junior (2013), onde os autores observaram que durante o ano de 2011- em que ocorreu a Copa do Mundo de Futebol Feminino – foram produzidas 35 matérias sobre o futebol de mulheres no jornal Folha de São Paulo. A cobertura esteve fortemente relacionada aos resultados e partidas mais importantes e o período com maior produção de notícias foi o mês de julho, justamente o período em que ocorreu o evento. Nos meses que antecederam e nos meses posteriores a quantidade de notícias produzidas foi bem menor. O mesmo ocorreu na pesquisa de Martins e Moraes (2017), onde durante os Jogos Olímpicos de 2004 houve um crescimento de 2000% da cobertura em relação ao futebol de mulheres, e nos meses que antecederam o evento o espaço dado a elas era quase insignificante.

Apesar desses dados mostrarem que as mulheres praticantes de futebol só recebem espaço na mídia em momentos de grandes eventos, uma pesquisa recente mostrou que o regulamento da CONMEBOL pode ter colaborado para um aumento do espaço destinado ao futebol de mulheres em um programa de televisão no Rio Grande do Sul. Na pesquisa de Mazo, Balardin e Bataglion

(2020), as autoras analisaram as edições do programa Globo Esporte - Rio Grande do Sul durante os anos 2016 e 2017. Verificaram que durante esse período houve o aumento de 84% no número de reportagens e um aumento de 80% em relação ao tempo destinado ao futebol de mulheres neste programa esportivo. As autoras perceberam que o fato que contribuiu para este aumento foi que devido a obrigatoriedade de os clubes de futebol se adaptarem ao regulamento da CONMEBOL, o Internacional e o Grêmio tiveram que criar ou reativar seus departamentos de futebol de mulheres. Além disso, foi criado um quadro “Jogue que nem mulher” no Globo Esporte - Rio Grande do Sul para tratar do futebol de mulheres.

Esse dado mostra a importância que esse regulamento da CONMEBOL teve em relação a visibilidade do futebol de mulheres. Pois, agora que todos os clubes devam ter o departamento de futebol de mulheres, com participação em campeonatos estaduais e nacional, tem-se que noticiar elas. Claro que algumas ressalvas devem ser feitas em relação a forma como esses clubes tem lidado com essa obrigatoriedade e como eles têm tratado o futebol de mulheres. Mas como vimos na pesquisa citada acima, o regulamento pode ter contribuído para esse aumento de visibilidade, que ainda que seja pequeno, pode ser um início de uma mudança mais significativa.

Mas além de saber o quanto de espaço é destinado ao futebol de mulheres na mídia, nos interessa saber o conteúdo que é produzido em relação a elas, qual a qualidade da cobertura realizada. Nos interessa saber como é veiculado e o que é veiculado sobre elas nas mídias durante esse momento de maior exposição. Quais conteúdos são abordados? São conteúdos importantes socialmente ou são conteúdos da “falação esportiva”? Quais problemáticas são levantadas? Qual espaço é oportunizado para que as jogadoras ecoem suas vozes na mídia?

Através da teoria do enquadramento pretende-se analisar quais foram as representações da mídia sobre a Copa do Mundo de Futebol Feminino pelos portais Globoesporte.com e Dibradoras.

3. PERCURSO METODOLÓGICO

Para apresentar o percurso metodológico escolhido nesta pesquisa, escolhemos dividi-lo em duas partes. Em um primeiro momento apresentaremos a teoria do enquadramento e os possíveis caminhos para compreender criticamente o jornalismo esportivo. Em seguida, trataremos do campo específico – a Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA 2019 – na mídia.

TEORIA DO ENQUADRAMENTO: UM CAMINHO CRÍTICO PARA COMPREENDER O CAMPO JORNALÍSTICO ESPORTIVO

Com o intuito de melhor compreender como foi construída a cobertura jornalística da Copa do Mundo de Futebol Feminino da França 2019 (Copa 2019), pesquisamos as notícias do evento publicadas pelos portais Globoesporte.com e Dibradoras. Nossa pretensão foi de observar e compreender como cada portal produziu representações sobre esta temática a partir das notícias veiculadas. Entendemos que a mídia é a principal veiculadora de notícias sobre acontecimentos que ocorrem no mundo, e se tratando da mídia esportiva, veicula notícias dos diversos eventos esportivos mundiais. No entanto, cada mídia tem a sua própria maneira de abordar determinado assunto. Cada portal, de acordo com seus pressupostos e interesses, produz conteúdos com temáticas, formatos e representações que mais se encaixam na sua abordagem e objetivo de construir determinada representação.

Para nos dar um suporte teórico e elementos para interpretação dos portais, utilizamos o conceito de enquadramento (Frame Analysis). Essa teoria ficou conhecida na antropologia, tendo forte influência dos estudos de Gregory Bateson³¹ e Erving Goffman³². Além das obras reconhecidas desses autores, esse conceito foi estudado em outras áreas, como a psicologia³³ e comunicação³⁴. Entman (1993) apresentou uma definição do conceito com seus principais aspectos:

O enquadramento envolve essencialmente seleção e relevância. Enquadrar é selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto comunicativo, de modo a promover a definição de um determinado problema,

31 Bateson é um antropólogo Inglês, tem como principal obra: *Naven: a survey of the problems suggested by a composite picture of the culture of a New Guinea tribe drawn from three points of view* (1936)

32 Goffman é um sociólogo canadense, tem como principal obra: *Frame Analysis* (1974).

33 Kahneman e Tversky realizaram estudos na psicologia: “Choices, values, and frames”(1984) e “The framing of decisions and the psychology of choice”(1986).

34 Gaye Tuchman produziu sua obra “Making News” (1978) e contribuiu para discussões sobre enquadramento na comunicação.

interpretação causal, avaliação moral e / ou recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN, 1993, p.52; tradução nossa)³⁵

A partir desse entendimento, o processo de enquadrar significa que de um determinado evento/acontecimento é feito uma seleção de conteúdo e produzido uma notícia enfatizando determinada característica daquele conteúdo. Por exemplo, dentro do contexto da Copa do Mundo de Futebol Feminino, é feito uma seleção do conteúdo (seleção brasileira, por exemplo) e, em seguida, enfatizado determinada característica desse conteúdo (lesões, preparação para as partidas, resultados dos jogos, vida de determinada atleta, fala do treinador, etc).

O enquadramento na prática jornalística é organizado por três procedimentos : seleção, ênfase e exclusão (ROTHBERG, 2010; ZIEGLER ET AL, 2012). A partir da ideia de Gitlin (1980)³⁶, entende-se que esses procedimentos de seleção, ênfase e exclusão são recursos do enquadramento que colaboram na organização das notícias e para a construção das interpretações do fato (PORTO, 2002). Para Ziegler et al. (2012), o procedimento de seleção refere-se ao fato/acontecimento escolhido para a produção da notícia; O procedimento de exclusão refere-se aos fatos que não estão presentes na notícia, mas são informações importantes para que se compreenda o fato adequadamente; Por último, a categoria ênfase se refere aos destaques identificados nas notícias, através de palavras, expressões e aspectos formais, como o título, linha final, infográfico.

Pensando esses elementos no contexto da Copa do Mundo de Futebol Feminino, o procedimento de seleção operou na escolha dos fatos considerados importantes para a produção das notícias. Assim, partimos do pressuposto de que cada portal selecionou determinados fatos, excluiu outros e construiu suas ênfase e estratégias narrativas, como resultados de jogos, regulamento, torcida, arbitragem, etc.; a exclusão ajuda a identificar aqueles acontecimentos da Copa que não viraram notícias, como por exemplo: questões éticas do jogo - fair play, questões econômicas, racismo, informações táticas, entre outras possibilidades; Por último, a ênfase pode ser vista na frequência com que determinado assunto se faz presente nas notícias. Por exemplo: se as notícias de um portal informam/discutem muito sobre a arbitragem, esse é um conteúdo que foi enfatizado no evento, seja por uma boa atuação da arbitragem, por polêmicas envolvendo decisões dos árbitros ou da utilização do VAR, entre outros.

Estudos mostram que as notícias podem ser enquadradas a partir de diferentes formatos dependendo do assunto que for selecionado para a produção da notícia (ENTMAN, 1993; IYENGAR, 1990). Ao empregar esses procedimentos, cada veículo de mídia produz notícias a partir de seu próprio enquadramento, podendo um mesmo acontecimento ser noticiado de modos distintos – ou mesmo não ser noticiado. De acordo com Entman (1993), os enquadramentos podem

35 Texto original: “Framing essentially involves selection and salience. To Frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.”

36 GITLING, Todd. *The Whole World is Watching*, Berkeley: University of California Press.1980

dar destaque para determinados aspectos da realidade e ao mesmo tempo obscurecer outros, podendo provocar no público diferentes reações.

Para Gutmann (2006), a teoria do enquadramento pode ser considerada como um segundo nível dos estudos de agendamento, pois os estudos do agendamento têm demonstrado o que a mídia estabelece como assunto relevante na agenda social e os estudos de enquadramento revelam como ocorre a divulgação dos acontecimentos. Esta aproximação entre enquadramento e agendamento se faz oportuna para análise e interpretação da mídia esportiva, uma vez que jornalismo e entretenimento se confundem na cobertura do esporte, sendo a mídia que noticia a mesma que busca criar expectativa e engajamento para que o público consuma o evento.

Rothberg (2010) analisa os enquadramentos a partir do cenário político. Segundo o autor o enquadramento de corrida de cavalos ou jogo acontece quando os jornalistas trazem na notícia as chances de vitória ou derrota dos candidatos à eleição. O enquadramento estratégico seria a tentativa de descobrir as supostas mensagens ocultadas e possíveis interesses que estariam presentes no discurso. Os enquadramentos episódicos seriam aqueles superficiais, que mal tocam as questões envolvidas, apenas narram o fato de forma descritiva. Os enquadramentos temáticos propõem uma contextualização e maior aprofundamento dos fatos, olhando para todos os aspectos do acontecimento.

Fazendo o exercício de transpor para a cobertura esportiva, o enquadramento corrida de cavalos ou jogo poderia se referir, por exemplo, aos programas jornalísticos que comentam e fazem especulações sobre as chances de vitória ou derrota de times de futebol. O enquadramento estratégico poderia se referir aos jornalistas buscando informações ocultadas por jogadores ou informações da diretoria de times sobre possíveis negociações. O enquadramento episódico poderia estar presente nas notícias esportivas que só tratam do resultado do jogo, da preparação e escalação dos times antes da partida ou notícias sobre a vida de atletas. Já o enquadramento temático estaria presente nas notícias mais aprofundadas sobre racismo, igualdade de gênero nos esportes, igualdade salarial, desenvolvimento do futebol de mulheres no mundo, por exemplo.

O enquadramento temático pode ser uma abordagem importante para superar os outros enquadramentos que tendem a tratar as notícias de forma superficial, fragmentada, em formato de entretenimento, pois mobiliza elementos como o pluralismo e equilíbrio que contribuem para a construção de notícias mais complexas, contextualizadas, com informações relevantes a partir de um tratamento sério dos fatos (ROTHBERG, 2010).

Gross (2008) destaca que na literatura de enquadramento, os quadros enfatizam determinados elementos/características do evento de modo que a forma como são apresentados ao público contribuem para que haja conclusões previsíveis. Deste modo, a forma como as notícias são enquadradas podem produzir familiaridade e influenciar o público. Em sua pesquisa, Gross (2008)

revelou que os enquadramentos podem induzir a resposta emocional do leitor. A autora destaca que houve uma maior resposta emocional no público em relação às notícias com enquadramento episódico do que em notícias com enquadramento temático.

De acordo com Iyengar (1990), a forma como os noticiários enquadram as questões políticas tende a influenciar o público em relação às atribuições das responsabilidades sociais e políticas. Em seu estudo, as pessoas atribuíam maior responsabilidade à sociedade quando as notícias enquadraram o problema a partir do quadro temático e atribuíam maior responsabilidade aos indivíduos quando as notícias eram episódicas.

Portanto, a prática jornalística assume determinada responsabilidade política quando em seus noticiários existe o predomínio de um único quadro noticioso (IYENGAR, 1990). Os jornalistas tendem a utilizar os enquadramentos episódicos, pois eles são mais atraentes e chamam o público para a notícia (GROSS, 2008). No entanto, os enquadramentos episódicos tratam a notícia a partir de acontecimentos e casos específicos, enquanto os quadros temáticos cobrem os fatos em um contexto amplo (GROSS, 2008; IYENGAR, 1990). Deste modo, essa tendência de abordar as notícias a partir de quadros episódicos, enfatizando/destacando acontecimentos de forma isolada contribui para que os sujeitos não realizem relações entre os assuntos/questões sociais, não formando sua opinião crítica em relação ao contexto social que vive.

Embora existam pesquisas que buscam compreender a mídia esportiva a partir de análises de enquadramento, de modo geral as obras³⁷ produzidas a que tivemos acesso não trataram especificamente do futebol de mulheres. Para essa pesquisa, o enquadramento auxiliou a observar quais foram as dimensões selecionadas, excluídas e enfatizadas por cada portal em sua cobertura. Assim, esse conceito nos auxiliou a buscar respostas para as seguintes dúvidas: Como as mulheres são representadas no futebol? As dimensões selecionadas e enfatizadas na produção das notícias são relevantes para o contexto do futebol de mulheres? De que modo um grande evento esportivo como a Copa do Mundo de Futebol feminino é representado na mídia? A cobertura dos portais seleciona toda a complexidade que envolve o futebol de mulheres? Que dimensões foram excluídas da cobertura jornalística? As dimensões selecionadas e o modo como eles são apresentados contribuem para a ampla compreensão do evento esportivo e para uma formação crítica dos sujeitos?

37 KIM, Kyoung; LEE, Soonhwan; OH, Eung-Soo. Athletes with disabilities in the Paralympic Games: a framing analysis of television news. *Managing Sport and Leisure*, v.22, n.4, p.255-275. MAIKA, Melinda, DANYLCHUK, Karen. Representing Paralympians: The "other" athletes in Canadian print media coverage of London 2012. *The International Journal of the History of Sport*, v. 33, n.4, p.401-417, 2016.

PADILHA, Joaquim Lucas Riquelme; Da SILVA, Mayara Martins da Quinta; FRANÇA, Greicy Mara. Análise comparativa de enquadramento noticioso: a forma como Veja e Carta Capital veicularam a acusação de racismo na torcida do Grêmio. Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro Oeste, realizado de 4 a 6 de junho de 2015. PIRES, Giovani de Lorenzi; LISBÔA, Mariana Mendonça (Org.). Quem será "mais Brasil" em Londres/2012?: enquadramentos no telejornalismo esportivo dos Jogos Olímpicos. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2015. p. 1-160.

SANFELICE, Gustavo Roesse. A construção midiática de Daiane dos Santos nos jogos olímpicos de Atenas 2004. *Maringá, Revista da Educação Física/UEM*, v. 22, n.3, p. 3459-359, 2011.

Além disso, com a teoria do enquadramento, analisamos qual a predominância de enquadramentos temáticos ou episódicos na cobertura dos portais. Ao observar isso, conseguimos ver como a Copa foi abordada pelo jornalismo dos portais, se de maneira superficial e em forma de entretenimento ou de maneira mais contextualizada.

O CAMPO DA PESQUISA: A COPA DO MUNDO DE FUTEBOL FEMININO NA MÍDIA ESPORTIVA

Neste estudo foram analisados os portais esportivos Globoesporte.com e Dibradoras, considerando apenas as matérias publicadas em relação à Copa do Mundo de Futebol Feminino no período que ocorreu o evento – de 07 de Junho à 07 de Julho de 2019. Neste período foram encontradas um total de 278 matérias, sendo 233 no Globoesporte.com e 45 no Dibradoras. Embora o foco das análises tenha sido as notícias veiculadas durante o período de realização da Copa, com o intuito de melhor compreender o impacto desse grande evento na mídia, acompanhamos e coletamos as notícias produzidas em ambos os portais durante 6 meses – de março à agosto de 2019. Sendo assim, além de analisar o mês do evento, acompanhamos os três meses que antecederam a realização da Copa e os dois meses após o seu encerramento. As notícias foram coletadas diariamente durante todo o período de 6 meses.

A escolha por utilizar o Globoesporte.com se deu por este ser o portal esportivo da Rede Globo – emissora que faz parte do maior conglomerado de mídia da América Latina – e a emissora que obteve os direitos para a transmissão da Copa do Mundo na televisão aberta. Portanto, partimos do pressuposto de que este portal seria uma das plataformas principais para a divulgação deste evento pela Globo, além de ter amplo alcance, e ser um dos principais portais utilizados e conhecido por quem acompanha esportes³⁸. Já o Dibradoras foi escolhido por ser um portal “alternativo”³⁹, que possui a finalidade de promover discussões sobre mulheres e esportes, dando voz e destaque a elas. São portais com características diferentes: o Globoesporte.com, vinculado à maior emissora de TV do Brasil e está inserido no maior conglomerado de mídia da América Latina, publica um grande número de notícias diárias que abrangem diversas modalidades esportivas; as matérias assumem uma característica informativa. Já o Dibradoras é escrito por jornalistas mulheres⁴⁰ e possui um tom mais crítico em suas matérias, o volume de matérias é menor e é reconhecido por abordar temas relacionados às mulheres e esportes.

38 Em um levantamento feito pela ComScore em 2018, o portal Globoesporte.com registrou uma média de acesso de 7 milhões de usuários únicos por dia. Disponível em :Acessar notícia em:

<<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2018/11/26/grupo-globo-bate-recorde-de-acessos-no-digital-e-passa-de-100-milhoes-de-usuarios-unicos.ghtml>>, Acesso em 23 outubro 2020.

39 Consideramos alternativo por abordar uma temática específica que frequentemente é marginalizada dentro da cobertura esportiva em geral e do próprio futebol.

40 Angélica Souza, Renata Mendonça e Roberta Nina.

Nos portais, foram selecionadas todas as matérias que tinham como conteúdo o formato de texto escrito e imagens sobre a Copa do Mundo de Futebol Feminino. A justificativa para escolhermos utilizar apenas o texto e imagem das notícias se deve ao fato de as matérias produzidas no portal Dibradoras possuírem apenas o formato de texto e imagem. Desta forma, buscamos promover uma mesma condição de análise, ou seja, o ideal é comparar os mesmos formatos em ambos os portais. Sendo assim, foram desconsideradas as matérias com outros tipos de formatos.

O recorte inicial não fez distinção entre as notícias da seleção brasileira e das demais seleções participantes no evento. O material coletado dos portais foi organizado em arquivos que contém o link de cada matéria, a cópia da tela com o respectivo título e o conteúdo copiado em formato de texto.

Para organizar e auxiliar na investigação foi criado um protocolo de análise⁴¹ em uma planilha de Excel, onde enumeramos cada uma das notícias, organizando-as a partir do título, data e link. Além disso, o protocolo tinha espaços destinados para inserir as seguintes informações: quem foi o/a autor(a) das notícias e o gênero deles e delas; quais foram os enquadramentos primários e secundários das notícias; quem foram as fontes de entrevista e o gênero deles e delas; quais os assuntos da entrevista; como a notícia foi enquadrada, de forma episódica ou temática.

Este estudo realizou uma análise do conteúdo produzido por dois portais que cobriram a Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA 2019. Essa análise envolveu verificar (a) as dimensões mais utilizadas na cobertura; (b) o enquadramento primário e secundário de cada matéria; (c) como as matérias foram enquadradas, episódicas ou tematicamente; (d) quais dimensões foram selecionadas, excluídas e enfatizadas na cobertura; (e) a autoria das notícias e (f) os tipos de fontes utilizadas na produção das notícias.

O método de pesquisa sobre enquadramento incorporado neste estudo tem como inspiração o estudo de Kim, Lee e Oh (2017). Em sua pesquisa os autores estudam os atletas com deficiência nos Jogos Paraolímpicos, verificando os conteúdos mais abordados na produção das notícias, as fontes de entrevista e a forma como as matérias foram enquadradas, episódicas ou tematicamente. Já o estudo de Maika e Danylchuck (2016) colaborou com os estudos sobre enquadramento primário e secundário existente nas notícias, observando as interações existentes entre os enquadramentos em uma mesma notícia. Esses estudos sobre os enquadramentos dos esportes paralímpicos nos deram elementos importantes para pensar o contexto do futebol de mulheres. A partir dele é possível fazer algumas aproximações, pois, ambos sofrem pela sub-representação e invisibilidade da mídia, muitas vezes são considerados modalidades de baixo apelo midiático e os/as atletas frequentemente sofrem preconceitos por não representarem aquele ideal de corpo atlético perfeito que é pautado no corpo “masculino”.

41 O protocolo de análise está disponível para visualização em anexos.

Para pensar os enquadramentos primários e secundários que compõem as notícias, o estudo de Maika e Danylchuck (2016) trouxe grande contribuição. De acordo com as autoras, o enquadramento “Refere-se ao processo pelo qual as informações são organizadas na mídia. É raro que todos os fatos relacionados a um evento sejam compartilhados. [...] O enquadramento se concentra nos elementos primários de seleção e relevância ” (p. 404, tradução nossa⁴²). Isso nos dá indícios para pensar quais os temas que são escolhidos e enfatizados nas notícias dentro da ampla gama de conteúdos possíveis referente à Copa do Mundo de Futebol Feminino. Desta forma, os enquadramentos serão avaliados a partir dos enquadramentos primários –o predominante e mais frequente da notícia - e os enquadramentos secundários – que é o complementar da notícia.

Para observar e analisar os enquadramentos a partir dos elementos de seleção, ênfase e exclusão na produção das notícias dos portais, utilizamos como parâmetros as dimensões do esporte de Marchi Junior (2015) - que discutiremos a seguir. Portanto, as dimensões mais utilizadas em enquadramento primário nos indicaram quais foram as dimensões selecionadas; as dimensões excluídas foram aquelas que ficaram sub-representadas nos portais, pois a sub representação destas contribui para uma redução da complexidade do fenômeno esporte no contexto do futebol de mulheres; por fim, para identificar quais foram as dimensões enfatizadas, observamos a frequência com que cada dimensão se repetia durante o período da Copa nas notícias dos portais.

Os conceitos de enquadramento episódico e temático também foram utilizados como parâmetros na análise dos dados, com a finalidade de verificar quais tipos de enquadramentos foram predominantes nas coberturas dos portais. De acordo com Kim, Lee e Oh (2017) em relação aos Jogos Paraolímpicos, o enquadramento episódico pode ser representado por matérias que destaquem as histórias com conteúdo emocional de atletas com deficiência, já o enquadramento temático pode se revelar em matérias que tenham como enfoque uma atmosfera socialmente influente ou de um movimento ideológico relacionado aos jogos. De acordo com Rothberg (2010) os enquadramentos episódicos seriam aqueles superficiais, que mal tocam as questões envolvidas, apenas narram o fato de forma descritiva. Os enquadramentos temáticos propõem uma contextualização e maior aprofundamento dos fatos, olhando para todos os aspectos do acontecimento. A partir disso, percebemos que o enquadramento episódico se refere a um conteúdo mais voltado ao interesse do público, com um enfoque emocional ou de curiosidade em relação a vida de atletas, já o enquadramento temático se refere a conteúdos mais importantes socialmente, com assuntos de interesse público. Porém, nas notícias também poderão estar presente os dois tipos de enquadramento.

Em relação a autoria das notícias, verificamos quais foram as/os jornalistas que produziram cada matéria e a partir disso tivemos um panorama da quantidade de matérias produzidas por cada

42 “refers to the process whereby information is organized in media. It is rare that all facts related to an event are shared. [...]Framing focuses on primary elements of selection and salience” (MAIKA; DANYLCHUCK, 2016, p.404)

autor(a) em cada portal. Verificamos também o sexo dos/das autores/as, definidos em feminino, masculino ou outro – quando a matéria é produzida pela redação. Essas informações nos dão indícios sobre o espaço das mulheres jornalistas na produção de notícias sobre este evento, contribuindo para a discussão sobre gênero.

Por fim, em relação às fontes de entrevistas utilizadas na construção das notícias, verificamos quais notícias possuíam fontes, ou seja, quando o jornalista incluía uma fala ou comentário de um indivíduo na matéria. Em seguida foram analisadas os tipos de fontes, definidas em Treinador(a); Atleta; Jornalista, Dirigente, Torcedor(a), Político, Comissão técnica e Outro(a). As fontes foram codificadas a cada vez que apareciam, independente se eram fontes do mesmo tipo ou diferente. Ou seja, se em uma notícia foram utilizadas como fontes 3 atletas e 2 torcedores, será codificado como 5 fontes. Verificamos também o sexo das fontes, definidos em feminino, masculino e outro – quando a fonte se referia a uma empresa ou um grupo. Por fim, verificamos o assunto das entrevistas tendo como base as dimensões do esporte de Marchi Junior (2015). Vale ressaltar que determinadas matérias possuíam mais de uma dimensão como assunto de entrevista, portanto, codificamos até duas dimensões. Por exemplo, em algumas matérias as fontes de entrevistas eram questionadas sobre questões relacionadas a dimensão técnica esportiva e a dimensão ética, sendo assim, codificamos 2 assuntos de entrevista. Portanto, as matérias foram codificadas como não possuindo assunto, possuindo um assunto ou possuindo dois assuntos de entrevista.

Foram utilizados também os estudos de Marchi Junior (2015) sobre as dimensões do esporte, colaborando para a análise da abrangência do conteúdo esportivo dos enquadramentos na cobertura o evento. Nesse estudo, o autor propõe uma análise a partir de um modelo analítico do esporte e adota uma “categoria sociológica do mimetismo social” (MARCHI JUNIOR, 2015, P. 57). O autor ressalta que essa perspectiva teórica é “uma opção para visualizar a comunicação estabelecida entre o esporte e a sociedade, principalmente no que se refere às representações sociais coletivas”(MARCHI JUNIOR, 2015, P. 57).

O autor elenca cinco dimensões que compõem o esporte: Emoção, Estética, Ética, Espetáculo e Educacional. Estas dimensões, localizadas no contexto macrossocial, “permitem melhor situar, compreender e discutir o fenômeno esportivo em sua complexidade de relações.” (MARCHI JUNIOR, 2015, P. 59). A dimensão emoção se refere às possibilidades que o esporte possui de dirigir ao praticante situações de desafios e riscos controlados, a uma contraposição da rotina, levando a um nível de excitação, contraposição a uma rotina, tendo relação também com a participação de torcedores (MARCHI JUNIOR, 2015). A dimensão estética está associada ao conceito de saúde. Segundo o autor, essa dimensão tem relação com o estado de bem estar ou de desenvolvimento de aptidões físicas que os praticantes desejam alcançar através das diversas manifestações do esporte. Além disso, essa dimensão também se associa com “padrões corporais de

beleza impostos pela sociedade [...] tecnologias, suplementos nutricionais, metodologias de treinamento” (MARCHI JUNIOR, 2015. P. 61). Já a dimensão ética destaca a “ideia de critérios, valores, princípios, construções sociais que nos levam a determinados padrões e regras comportamentais” (MARCHI JUNIOR, 2015. P. 61). Nessa dimensão, a ética é entendida a partir de um conjunto de condutas que se é esperado que o praticante respeite - com, por exemplo, o fair – play – além dos protocolos das competições, o respeito às regras, a arbitragem e também quando houver a quebra desses princípios comportamentais. (MARCHI JUNIOR, 2015). A dimensão espetáculo diz respeito à

“capacidade de movimentar o contexto econômico e mercadológico; a geração e constituição de ofertas e demandas; seu apelo motivacional e emocional; plasticidade e viabilidade midiática (incorporando os aspectos performáticos do esporte e a “estetização do movimento”); capacidade de comunicação e interferência global; e mobilização populacional, entre outros.” (MARCHI JUNIOR, 2015, P.63).

Nessa perspectiva, segundo o autor, o esporte se aproxima de um “produto globalizado e mercantilizado”, se utilizando do aspecto comercial e econômico, condicionando-o em um espetáculo. Paralelo a esta dimensão, o aspecto econômico se faz muito presente. Por último, a dimensão educacional é a conexão entre as demais dimensões, sempre com uma intenção formativa (MARCHI JUNIOR, 2015). Segundo o autor, essa dimensão colabora para o processo de uma formação crítica e reflexiva do indivíduo na sociedade.

Para realizar a análise dos dados, optamos por excluir momentaneamente a dimensão educacional e retomá-la mais adiante, pois entendemos que toda representação do esporte fornece algum tipo de conhecimento. Ela nos ajudará a realizar uma análise macro dos resultados, refletindo sobre qual o tipo de “formação cultural” encontramos no enquadramento de ambos os portais.

Baseado na especificidade deste estudo, resolvemos incluir outras duas dimensões, a técnica esportiva e questões de gênero. A técnica esportiva foi incluída com o intuito de verificar o quanto a cobertura desses portais esteve preocupada em produzir conteúdos com foco no fato social em si, ou seja, o jogo, as seleções e as atletas na Copa. Essa dimensão estaria relacionada com aspectos de desempenho esportivo, trajetória esportiva, questões técnico-táticas, resultados de jogos, recordes, comissão técnica, entre outros aspectos relacionada à questões técnicas esportivas das atletas. Já as questões de gênero foram incluídas por serem uma especificidade deste estudo e desta forma verificar o quão responsável com a problemática de gênero nos esportes se fez presente na cobertura. A Dimensão questões de gênero se relaciona com o desenvolvimento do futebol de mulheres, a trajetória das mulheres no futebol, representatividade, sexualização, preconceito, luta por igualdade, entre outros aspectos que se relacionem com ser mulher no esporte. Sabemos que de certa forma a questão de gênero estaria contemplada pela ética, mas acreditamos que para uma

melhor análise em relação as questões de gênero no esporte seria interessante criar uma dimensão específica.

Na tabela abaixo podemos visualizar a organização das dimensões do esporte, tendo como base o estudo de Marchi Junior (2015) e a inclusão de mais duas dimensões.

Tabela 2 - Dimensões do esporte

| TÉCNICA ESPORTIVA | ESPETÁCULO | QUESTÕES DE GÊNERO |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| Trajetórias em Copas; | Expectativa para a Copa; | Trajetória das mulheres no |
| Desempenho esportivo; | Visibilidade da mídia; | futebol (proibições); |
| Trajetória esportiva; | Recordes de audiência; | Desenvolvimento/ investimento |
| Comissão técnica; | Publicações em jornais; | futebol de mulheres; |
| Questões técnico-táticas; | Questões político- | Treinadoras; |
| Recordes; | burocrática da Copa; | Representatividade; |
| Resultados dos jogos; | Embate Trump x Rapinoe; | Sexualização; |
| Classificação e | Direito de imagem e | Preconceito; |
| Resultado de confrontos | Expectativa criada para | Luta por igualdade de gênero e |
| anteriores. | jogos importantes. | Condições do futebol de |
| | | mulheres no Brasil |
| | | |
| EMOÇÃO | ESTÉTICA | ÉTICA |
| Superação das atletas e | Beleza; | Atitudes anti desportivas; |
| Torcida - Nacionalidade | Lesões e | Padrões comportamentais; |
| | Preparação Física | Arbitragem -VAR e |
| | | Regulamento – Regras |

Fonte: Adaptado de Marchi Junior (2015)

Tomamos esse estudo de Marchi Junior (2015) como referencia pois entendemos que foi um instrumento que contribuiu para organizar e estruturar a cobertura dos portais no campo macro. Porém, também temos consciência que a teoria apresenta algumas fragilidades e limites, sobretudo pelo fato de o esporte ser um fenômeno multifacetado onde diversas e complexas características se sobrepõem. Esse limite encontrado nos fez criar outras duas dimensões de acordo com as demandas da pesquisa. Cabe destacar que limites do modelo proposto por Marchi Jr. (2015) se refletiram em limites e dificuldades na análise das notícias dos portais, em especial por que temáticas e características diversas, neste modelo, muitas vezes são classificadas em uma mesma dimensão.

O próximo tópico se encarregará de apresentar os portais utilizados na pesquisa, as características e modo de funcionamento dos portais.

4. A COPA 2019 POR DOIS OLHARES: CARACTERIZAÇÃO DO PORTAIS GLOBOESPORTE.COM E DIBRADORAS

DIBRADORAS

O blog Dibradoras foi criado em 2015 com o intuito de dar visibilidade para as mulheres que praticam futebol. Inicialmente formado por 5 mulheres, hoje o Dibradoras é composto por duas jornalistas - Roberta Nina e Renata Mendonça - e uma publicitária - Angélica Souza. Devido a escassez e dificuldade de acompanhar resultados, campeonatos, notícias sobre as mulheres esportistas, elas resolveram criar um blog com o intuito de divulgar esse conteúdo.

Neste mesmo ano ocorria a sétima edição da Copa do Mundo de Futebol Feminino no Canadá e o canal Central 3⁴³ propôs que elas produzissem conteúdo em formato de podcast sobre este evento⁴⁴ (PINA, 2018).

Conforme elas iam produzindo os conteúdos para o blog, perceberam que “o futebol feminino não era a única área do esporte em que as mulheres obtinham dificuldades de visibilidade, diferença salarial, falta de competições e tratamento diferenciado.” (PINA, 2018, p. 37). Por conta disso, elas abordariam se passaram a abordar essas desigualdades sofridas pelas mulheres no âmbito esportivo de modo mais amplo, noticiando fatos que tratassem “qualquer tipo de desigualdade de gênero relacionada ao esporte: mulher atleta, dirigente, jornalista, árbitra, treinadora, torcedora entre outras” (PINA, 2018, p. 37).

Aos poucos o blog ganhou maior visibilidade e se tornou mais conhecido entre os apreciadores de matérias relacionadas à mulher no esporte. Por conta disso, elas passaram a produzir colaborações para o portal UOL⁴⁵. Em 2018, o Dibradoras recebeu uma proposta para que se vinculasse a esse portal. Isso mostrou que o UOL percebeu o potencial a ser explorado sobre a temática de mulher e esporte e também promoveu maior visibilidade ao Dibradoras, levando em conta que o UOL é um grande portal de notícias. Apesar desse vínculo, elas possuem autonomia para produzir qualquer conteúdo que seja pautado pelas jornalistas e o esse portal é conhecido por possuir um teor bastante crítico nas suas matérias, conteúdos importantes a serem discutidos no contexto esportivo e pouco abordados na mídia comercial.

Além de produzir conteúdos para o blog e produzirem podcasts, elas fazem participações como comentaristas em programas esportivos na TV, como é o caso da jornalista Renata

43 Disponível em: < <http://www.central3.com.br/podcasts/>>

44 Atualmente elas produzem podcasts no B9 Disponível em: <<https://www.b9.com.br/shows/dibradoras/>>

45 Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/>>.

Mendonça, que faz participações no programa Redação SporTV⁴⁶ e também é comentarista nas transmissões da Globo dos jogos do campeonato brasileiro⁴⁷.

O Dibradoras também possui contas em redes sociais, como Facebook, Instagram, Twitter e mais recentemente no Youtube. Estes canais promovem maior aproximação com o público que acompanha os conteúdos produzidos, pois em cada plataforma é produzido um conteúdo diferente que se adequa a cada tipo de consumidor, estabelece um canal de diálogo com o público, além de proporcionar um amplo olhar sobre os conteúdos publicados, já que cada plataforma oferece um formato diferente.

A rede social com mais alcance é o Instagram, com 108 mil seguidores. Durante a Copa do Mundo foi bastante utilizada para fazer *stories*⁴⁸ e mostrar alguns momentos deste evento, como por exemplo treinos da seleção Brasileira, saídas e chegadas dos locais de jogo, entre outras. Elas também utilizam os stories para divulgar eventos futuros, cobertura de algum evento, como algumas convocações feitas pela Técnica da Seleção brasileira, a Sueca Pia Sundhage. Cabe destacar que no período entre 2018 e 2020 houve um aumento significativo de seguidores do Dibradoras em diferentes plataformas⁴⁹.⁵⁰.

Por um lado, a presença de jornalistas do Dibradores na programação televisiva pode ter alavancado a visibilidade do Dibradoras (portal e redes sociais). Por outro lado, a própria Copa do Mundo de Futebol Feminino 2019 pode ter impulsionado a audiência do portal. Durante a Copa 2019, a cobertura do Dibradoras se valeu também da hashtag #dibrasnacopa, termo que agrupou e deu visibilidade a todas as postagens que o portal fez em redes sociais sobre a Copa 2019. A imagem abaixo mostra o uso da #dibrasnacopa no Twitter.

46 O Redação SporTV é um programa esportivo da SporTV, vinculado à Globo.

47 Globo contratou Renata Mendonça como comentarista dos jogos do campeonato brasileiro masculino em 16 de julho de 2020.

48 O stories do Instagram é um recurso que permite a publicação de fotos e vídeos curtos que desaparecem (deixam de estar visíveis) após 24 horas de exibição.

49 Em 2018, Juliana Pina realizou uma pesquisa analisando o portal Dibradoras e naquele momento o perfil do Instagram possuía 9.101 mil seguidores – em outubro de 2020, havia 108 mil seguidores. Em outubro de 2020, o perfil do Twitter possuía 44,2 mil seguidores – em 2018 eram 9.333 mil seguidores (PINA, 2018). No Facebook, há 32.700 likes – em 2018 eram 30 mil likes (PINA, 2018). A pequena variação de seguidores no Facebook pode ser um sintoma da queda do número de usuários e do tempo de navegação na plataforma tanto no Brasil quanto no mundo. O canal do Youtube, que não existia em 2018, possuía 5,77 mil inscritos em outubro de 2020. Os dados foram atualizados em 23/10/2020.

50 Dados atualizados em 23/10/2020.

Figura 1- Publicação do Twitter com o uso da #dibrasnacopa

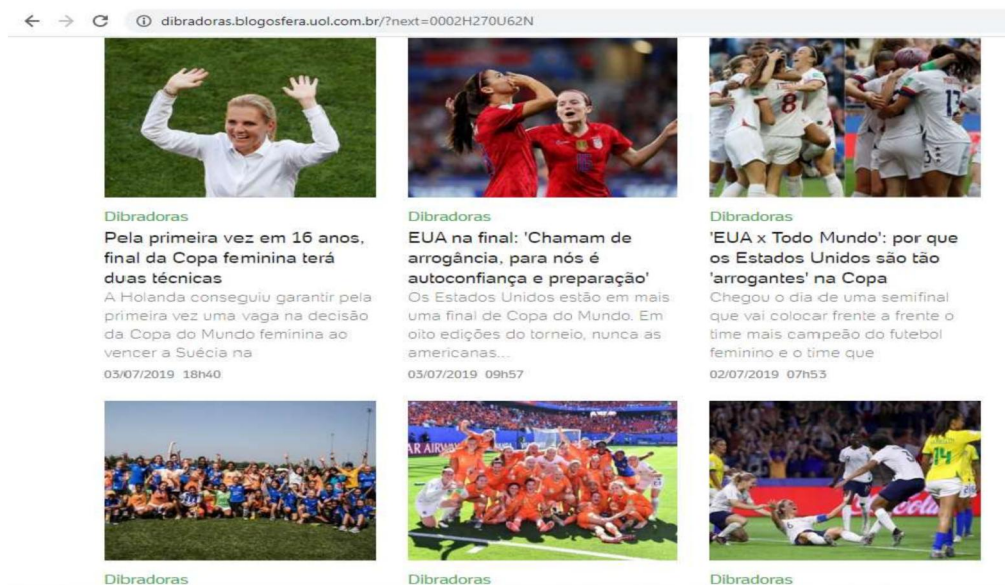


Fonte: Portal Dibradoras

No blog vinculado ao portal UOL, as notícias são sempre acompanhadas de nota que explicita que “o texto não reflete, necessariamente, a opinião da UOL”. Assim, ao mesmo tempo em que é dada suposta autonomia e liberdade às jornalistas na produção do conteúdo, há também o salvaguardo de que a empresa de conteúdos UOL não tem responsabilidade pelo conteúdo que abriga.

Na página inicial, as matérias produzidas são organizadas em ordem cronológica – das mais recentes para as mais antigas conforme observamos na imagem abaixo).

Figura 2 - Página do portal Dibradoras



Fonte: Portal Dibradoras

Ao clicar em uma matéria, o conteúdo é expandido para a leitura completa do texto. Ao final da notícia completa, há a apresentação da autora e do Dibradoras.

SOBRE AS AUTORAS

Renata Mendonça é jornalista, são-paulina, e apaixonada por esporte desde que se conhece por gente. Foi em um ~dibre desses da vida que conseguiu unir trabalho e paixão sendo jornalista esportiva. Hoje, sua luta é para que mais mulheres consigam ocupar esse espaço. Angélica Souza é publicitária, de bem com a vida e tem um senso de humor que, na maioria das vezes, faz as pessoas rirem. Alucinada por futebol - daquelas que não pode ver uma bola que já sai chutando - sabe da importância e responsabilidade de ser uma mulher com essa paixão. Nas costas, gosta da 10, e no peito, o coração é verde e branco e bate lá na Turiassú. Roberta Nina é aquariana por essência, são-paulina por escolha e jornalista de formação. Tem por vocação dar voz às mulheres no esporte.

SOBRE O BLOG

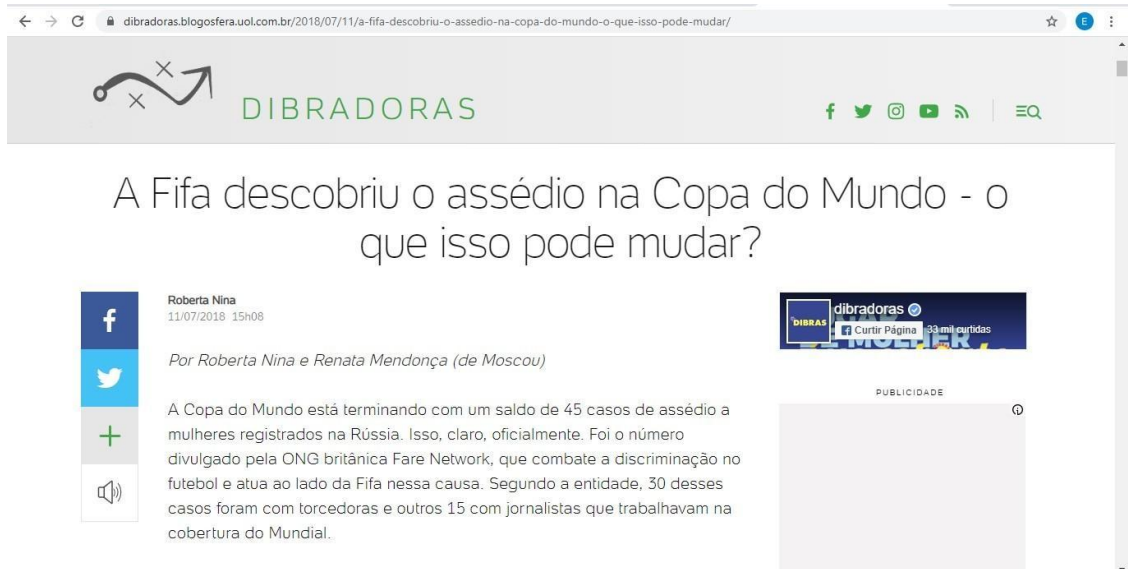
Futebol não é coisa de mulher. Rugby? Vocês não têm força para jogar... Lugar de mulher é na cozinha, não no campo, na quadra, na arquibancada. Já ouviu isso muitas vezes, né? Mas o ~dibradoras surgiu para provar justamente o contrário. Mulher pode gostar, entender e praticar o esporte que quiser. E quem achar que não, a gente ~dibra ;)

Podemos dizer que o trabalho desenvolvido no Dibradoras é fruto do crescimento das mídias alternativas, que com os avanços da internet, permitiu a criação de novos veículos de mídia para produzir e transmitir conteúdos on-line. Este processo permite que se faça uma produção autoral que tenha temáticas específicas, características próprias e conteúdos opinativos. Claro, a vinculação de um blog, como é o caso do Dibradoras, a um grande portal de conteúdo como o UOL, mostra que embora trate-se de uma iniciativa para produzir conteúdo com temática específica – mulheres e esporte – que atende a um nicho de audiência, há público e interesse comercial que sustentam a relação.

Considerando que os conteúdos do Dibradoras são produzidos por mulheres sobre o contexto esportivo de mulheres, é interessante que se observe as particularidades desse produto jornalístico, ou seja, como que o esporte de mulheres é observado, significado e publicizado por essas jornalistas.

Normalmente as jornalistas do blog possuem um perfil de escrita opinativo nas suas produções, abordam conteúdos de maneira a questionar e refletir sobre as problemáticas. Temos como exemplo a cobertura que elas realizaram no período da Copa do Mundo de 2018, quando deram voz aos casos de assédio que ocorreram no evento. Como podemos observar nas imagens abaixo

Figura 3 - Notícia do portal Dibradoras sobre os casos de assédio na copa do Mundo 2018 na Rússia



Fonte: Portal Dibradoras

Podemos perceber que os conteúdos produzidos são opinativos e que destacam um olhar diferente sobre o evento, não se preocupam em ser um conteúdo de entretenimento, mas sim dar espaços a problemáticas que tenham uma importância social por meio do esporte.

Por ser um blog que é mantido apenas por 3 jornalistas – Renata, Roberta Nina e Angelica –, a frequência com que elas produzem matérias é reduzida. Em períodos onde não há um grande evento esportivo, elas produzem em média 25 matérias por mês.

Normalmente o formato das matérias são escritas mais longas que incluem imagens. Também há links que direcionam para outras matérias já produzidas no blog e que tenham relação com o conteúdo abordado. Às vezes há a reprodução de publicações no Instagram ou Twitter, além do espaço para que o público escreva comentários.

No período que ocorreu a Copa do Mundo, como veremos na apresentação dos dados, o número de matérias produzidas teve um aumento significativo – como é de se esperar por ser a cobertura de um evento muito significativo para o futebol de mulheres.

GLOBOESPORTE.COM

O Globoesporte.com é um portal de notícias sobre esporte vinculado ao Grupo Globo – maior conglomerado de mídia da América Latina⁵¹. Criado em 2003 com o nome EsportenaGlobo.com.br, o portal ganhou o nome Globoesporte.com em 2006. Em 2020, o portal passou a ser nominado apenas como GE⁵².

O Globoesporte.com veicula conteúdo de jornalismo esportivo das empresas do Grupo Globo (Rede Globo, SporTV, Premiere, Combate, rádios CBN e Globo, jornais e revistas), além de ter produção de conteúdo próprio a partir de 5 redações situadas no Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Brasília e Recife.

O portal possui informações de diferentes modalidades, mas o futebol de homens possui destaque no portal, incluindo os campeonatos brasileiros da série A a D, campeonatos sub-20 e sub-17, notícias sobre os principais clubes europeus e seleções. O usuário pode acessar tabela de jogos, informações sobre os times e sobre jogadores. No portal também é possível se informar sobre diversas outras modalidades como lutas, e- sports, voleibol, megaeventos, etc. No entanto, algumas modalidades recebem maior espaço do que outras.

As matérias são produzidas em diferentes formatos. Normalmente são matérias escritas curtas/médias, que possuem imagens e vídeos, mas podemos ver reportagens de TV, ouvir podcasts e acompanhar lance a lance de jogos ao vivo.

A vinculação com o Grupo Globo faz com que o Globoesporte.com tenha articulação direta com os conteúdos produzidos e veiculados pela rede Globo, maior rede de televisão comercial aberta do país televisiva do país e segunda maior do mundo. Tradicionalmente o futebol de homens integra a grade regular da Rede Globo, em especial com a transmissão dos jogos do Brasileirão (Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino), Libertadores da América, Copa do Brasil, entre outros, na sua grade de transmissão às quartas-feiras à noite e aos domingos à tarde. A rede Globo também transmite a maior parte dos jogos amistosos e oficiais da seleção brasileira de futebol masculino. Além disso, o canal possui programas informativos esportivos na sua grade: o Globo Esporte, de segunda a sábado, e o Esporte Espetacular aos domingos. Desta forma, podemos perceber que esta emissora faz grandes investimentos – e espera destes retorno financeiro – no que se refere à aquisição de conteúdos esportivos, em especial do futebol de homens.

51 O Grupo Globo compreende a Rede Globo (TV aberta), Sistema Globo de Rádio, Canais Globosat (TV por assinatura), Infoglobo (jornais impressos), Globo.com (portal na web) Editora Globo (revistas), Som Livre (gravadora musical), Zap Imóveis (portal de anúncio de imóveis) Disponível em <<https://globoir.globo.com/default.aspx>>. Acesso em 10 nov 2020.

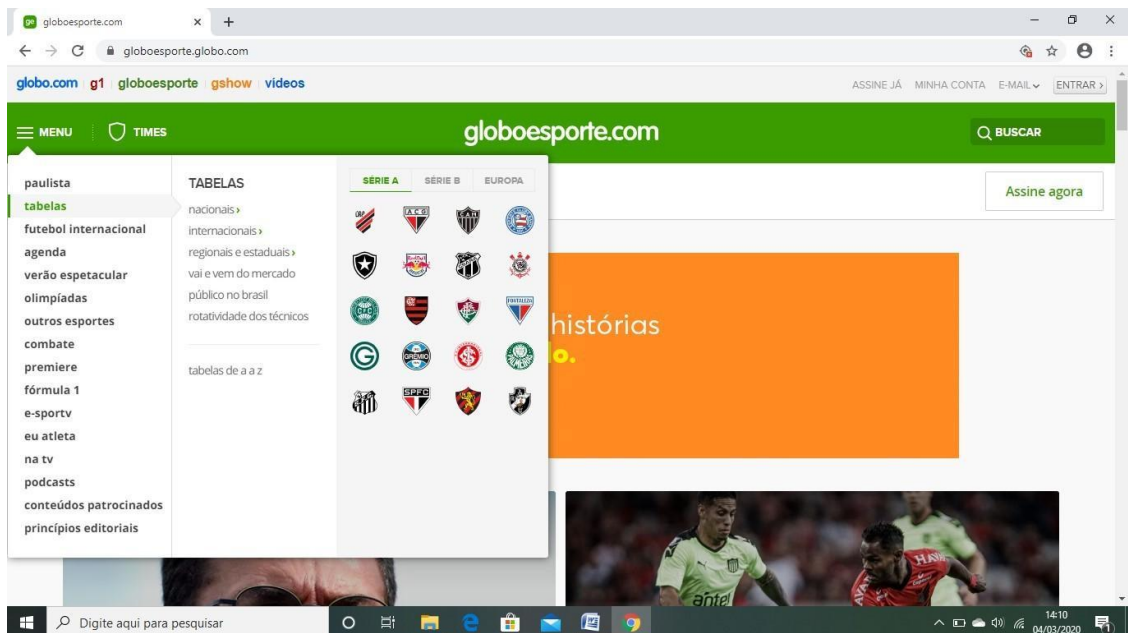
52 Disponível em <<https://globoesporte.globo.com/pa/noticia/mudanca-globoesportecompa-agora-passaa-ser-geglobopa.ghtml>>. Acesso em 10 nov 2020. O vídeo institucional que anuncia a mudança de Globoesporte.com para GE está disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=UgtjUN1hryU>>. Acesso em 10 nov 2020.

O Globoesporte.com também possui conta em redes sociais. No Twitter são cerca de 4,8 milhões de seguidores; Instagram com 2,8 milhões de seguidores e o Facebook com 8,7 milhões de likes⁵³. Com esses números podemos perceber a dimensão e importância desse portal na produção e transmissão de conteúdos esportivos, pois seu alcance é enorme. Cada rede social permite um formato de conteúdo diferente e atende a diferentes tipos de consumidores. Os conteúdos são gerados e atualizados diversas vezes ao dia nos diferentes espaços. Esse volume de informação nos dá ideia do tamanho da estrutura e da equipe do Globoesporte.com.

Apesar da Rede Globo ter o futebol de homens como um dos carros-chefe da sua programação, o mesmo não ocorre com o futebol de mulheres, conteúdo pouco explorado pela emissora.

Na página inicial do portal há uma barra superior (menu) que dá acesso a uma aba de notícias distribuída por tópicos temáticos. O menu trata majoritariamente de futebol (homens) mas conta também com tópicos sobre olimpíadas, e-sportes, combate, entre outros conteúdos. Abaixo na tela, em uma página dinâmica, aparecem as principais notícias do dia, seguidas das outras notícias em ordem cronológica. Conseguimos visualizar também na lateral a agenda e a tabela dos campeonatos que estão em andamento. Mais uma vez, grande parte das notícias em destaque está relacionada ao futebol masculino.

Figura 4 - Aba menu do portal Globoesporte.com

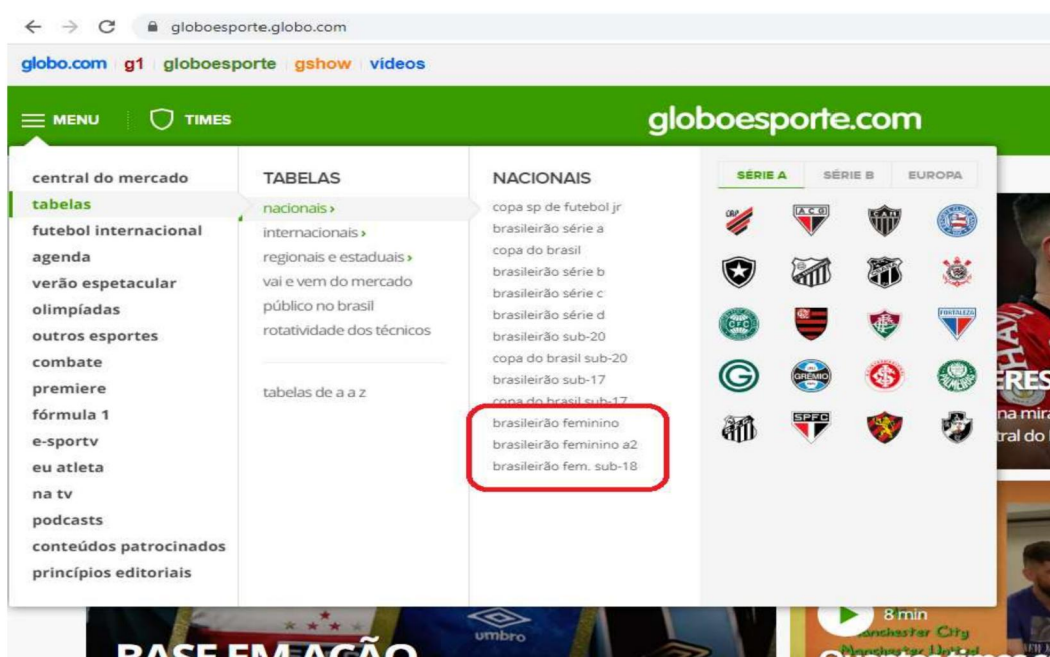


Fonte: Portal Globoesporte.com

⁵³ Dados atualizados em 23/10/2020.

No menu do portal, a partir de um caminho tortuoso, também podemos encontrar notícias relacionadas ao futebol de mulheres. Para tanto, é preciso acessar no menu o tópico “TABELAS”, depois o subtópico “nacionais”, para então encontrar o acesso às notícias sobre o brasileirão feminino A1, A2⁵⁴ e também o sub-18.

Figura 5 - Aba do portal Globoesporte.com onde se encontram as notícias sobre o Futebol de Mulheres



Fonte: Portal Globoesporte.com

Com a realização na França da Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA 2019, houve interesse da Rede Globo em veicular esse evento importante para a modalidade, e vendo um possível campo a ser explorado economicamente, a rede Globo comprou os direitos e transmitiu em canal aberto os jogos da seleção brasileira para todo o país, além do jogo da final entre Estados Unidos e Holanda.

Para as transmissões dos jogos, a Globo e SporTV (canal por assinatura do Grupo Globo) incluíram jornalistas mulheres – Ana Thaís Matos e Nadja Mauad – para comentar os jogos, uma ação até então rara em um território dominado por homens.

Para a Copa 2019 foi criada a aba “Copa do Mundo Feminina”, para anexar e concentrar as matérias relacionadas ao evento. No entanto, existia a possibilidade de encontrar algumas notícias fora desse espaço, como por exemplo na aba futebol internacional ou em blogs inseridos no Globoesporte.com, como o caso do “dona do campinho” escrito pela jornalista Cíntia Barlem, ou no

⁵⁴ O campeonato nacional de futebol de mulheres é chamado de Brasileirão Feminino, e possui duas divisões: A1 e A2.

blog da jornalista Ana Thaís Matos. No período pré-Copa, matérias começaram a compor a página inicial do portal, sendo que o número delas aumentou conforme se aproximava do evento. Estas notícias abordavam a mobilização das torcidas, entrevistas com familiares, atletas e treinadores, organização da Copa, recordes, equipes.

Figura 6 - Aba sobre a Copa do Mundo de Futebol Feminino no portal Globoesporte.com (pós-evento)



Fonte: Portal Globoesporte.com

Por se inserir na estrutura do Grupo Globo, o portal Globoesporte.com é um dos maiores portais que produzem e veiculam matérias de jornalismo esportivo. Quando se trata de realizar a cobertura midiática de um megaevento esportivo, o portal possui estrutura para produzir um grande volume de matérias diariamente, já que conta com a colaboração de jornalistas que atuam em diversas partes do Brasil e do mundo. Possuem também a possibilidade de enviar jornalistas para realizarem a cobertura in loco do evento e acordos comerciais que permitem acesso aos bastidores da competição (organização, treinos, hotel das seleções) e prioridade/exclusividade em entrevistas.

Geralmente as matérias possuem conteúdo escrito (pouco extenso), uso de imagens e vídeos, além de postagens no twitter e instagram. Usa-se muito links para outras matérias do portal que tenham relação com o conteúdo abordado. As notícias possuem ainda espaço para que o público insira comentários.

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Nesta pesquisa, o foco das análises concentra-se nas notícias veiculadas durante o período de realização da Copa do Mundo de Futebol Feminino da França 2019, ou seja, de 07 de junho a 07 de julho de 2019. No entanto, com intuito de melhor compreender como a realização de um grande evento esportivo impacta seu espaço e visibilidade na mídia, acompanhamos e coletamos as notícias produzidas nos portais Dibradoras e Globoesporte.com durante 6 meses – de março a agosto de 2019. Assim, além do mês do evento, foi possível acompanhar a dinâmica de veiculação de notícias nos dois portais durante os três meses que antecederam a realização da Copa e nos dois meses após o seu encerramento. Nosso objetivo foi verificar o quanto cresceria a produção de notícias durante o evento propriamente dito e qual espaço seria destinado aos conteúdos da Copa antes e depois de sua realização.

No total, foram coletadas 529 notícias de março a agosto de 2019. Destas, 419 notícias foram publicadas pelo Globoesporte.com e 110 notícias pelo Dibradoras . No gráfico abaixo, é possível observar a variação do número de notícias publicadas mês a mês pelos dois portais durante o período.

Gráfico 1- Quantidade de notícias publicadas por mês



Fonte: Produzido pela autora

No Globoesporte.com, foi publicado o seguinte número de notícias do evento por mês: Março (23), Abril (13), Maio (44), Junho(227), Julho (70), Agosto (42). Como podemos observar, o portal Globoesporte.com publicou no mês de Junho um número de notícias muito superior ao que vinha

sendo veiculado nos meses que antecederam o evento (incremento de 853% com relação à média dos meses anteriores). Logo após o término da Copa, também houve uma diminuição bastante considerável no volume de matérias. Ou seja, o espaço de visibilidade conquistado na mídia só durou enquanto o evento ocorria, antes e após o término do evento foi possível ver que o futebol de mulheres voltou a ser sub-representado pela mídia. Esse dado vai em direção a estudos que apontam que o futebol de mulheres ganha espaço na mídia durante os grandes eventos e logo em seguida já tem a sua visibilidade diminuída (LOURENÇO et al., 2019; GABRIEL; FREITAS JUNIOR, 2013; MARTINS; MORAIS, 2007).

Vale destacar que em julho de 2019, um mês após a eliminação na Copa, houve a demissão do treinador da seleção brasileira Vadão⁵⁵ e a contratação da nova treinadora Pia Sundhage⁵⁶. Embora a quantidade de notícias tenha diminuído consideravelmente já no mês de julho, e se acentuado em agosto, esse fato contribuiu para que a diminuição não fosse maior, pois muitas notícias foram produzidas tratando da chegada de Pia na seleção e os amistosos realizados pela seleção. Em Julho, das notícias após o término da Copa, 12 trataram da contratação de Pia. Em agosto, mês em que houve os amistosos da seleção, 10 notícias trataram de Pia e as demais estavam relacionadas à convocação, preparação para os amistosos, as atletas, lesões e resultados dos jogos. Então, sem dúvidas, a contratação de Pia e os amistosos realizados pela seleção brasileira contribuíram para isso.

Já no portal Dibradoras, foi publicado o seguinte número de notícias por mês: Março (10), Abril (8), Maio (16), Junho (44), Julho (19), Agosto (13). É possível observar o crescimento do número de notícias veiculadas durante o mês do evento (aumento de 389% com relação à média dos meses anteriores), porém um aumento percentual menos acentuado se comparado ao portal Globoesporte.com. Nos meses anteriores e posteriores à Copa houve um equilíbrio na produção do portal. Em parte, poderíamos atribuir este fato às características da redação do Dibradoras, que conta com uma equipe de apenas 3 jornalistas fixas, tornando, assim, mais difícil a elaboração de um grande volume de notícias por dia. Outro elemento a ser considerado é o fato de que normalmente o portal já tematiza o futebol de mulheres em suas matérias, portanto, essa temática sempre está na pauta das jornalistas. Além disso, a cobertura do Dibradoras, de modo geral, não produziu notícias específicas para cada partida da Copa – assim como feito no Globoesporte.com.

Em ambos os portais, houve elevação (mais que o dobro) do número de notícias sobre a Copa em maio, mês que antecedeu o evento, com relação aos meses de março e abril. Este incremento

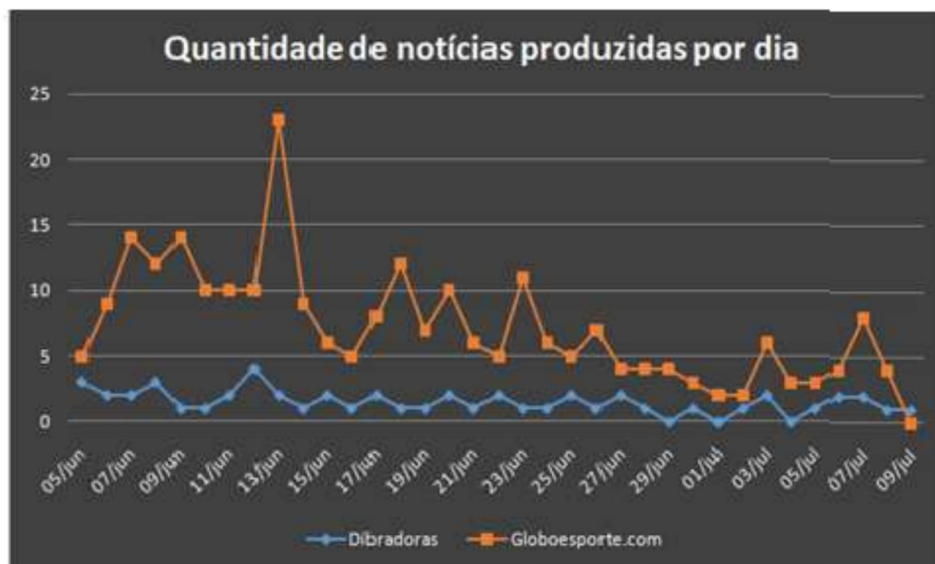
55 Oswaldo Alvarez (Vadão), foi treinador da seleção brasileira nas Olimpíadas de 2016 e conquistou o 4º lugar naquela competição. Após este evento, Vadão teve sua saída da equipe. Em 2017 retornou ao comando da seleção brasileira até a Copa do Mundo de 2019, ano em que foi demitido após o Mundial.

56 Pia Sundhage, treinadora Sueca. Com passagens vitoriosas no comando das seleções EUA (2 ouros olímpicos em 2008 e 2012 e 1 prata na Copa de 2011) e Suécia (1 prata nas olimpíadas 2016) é reconhecida no meio. Foi anunciada treinadora da seleção Brasileira após a Copa do Mundo de 2019.

indica um processo de agendamento midiático, uma estratégia jornalística (midiática) para criar e manter a relevância sobre o evento na agenda pública (social) (MCCOMBS, 2009).

Das 529 notícias coletadas no período de 6 meses – março a agosto de 2019 –, 278 notícias foram publicadas nos 30 dias de realização do evento, ou seja, 52,55% do total. Se tratando especificamente do período em que ocorreu o evento, o gráfico abaixo nos mostra como foram distribuídas as 278 notícias publicadas nos dois portais durante o mês da Copa.

Gráfico 2- Quantidade de notícias produzidas por dia



Fonte: Produzido pela autora (2020)

No Globoesporte.com, é possível ver picos no número de notícias produzidas durante o evento. Essas elevações estão ligadas à abertura da Copa⁵⁷, aos jogos da seleção brasileira⁵⁸; No Globoesporte.com, observamos forte tendência em cobrir os dias de jogos do Brasil, com ênfase no fato social em si – o jogo. Ou seja, o principal conteúdo das notícias eram as expectativas e desdobramentos das partidas.

Depois que o Brasil foi eliminado da competição (derrota para a França nas oitavas de final no dia 23 de junho), há mais três picos de notícias de menor intensidade que correspondem aos períodos de realização das partidas finais da Copa (quartas de final, semifinal, final).

No portal Dibradoras, o número de notícias diárias mostra uma cobertura que tende a ser linear. Como já apontado a partir do número mensal de notícias publicadas no portal, esta característica também pode estar ligada ao reduzido número de jornalistas, mas também às

⁵⁷ Dia 07/06/2019

⁵⁸ Dia 09/06/2019 contra Jamaica; dia 13/06/2019 contra Austrália; dia 18/06/2019 contra Itália; dia 23/06/2019 contra França

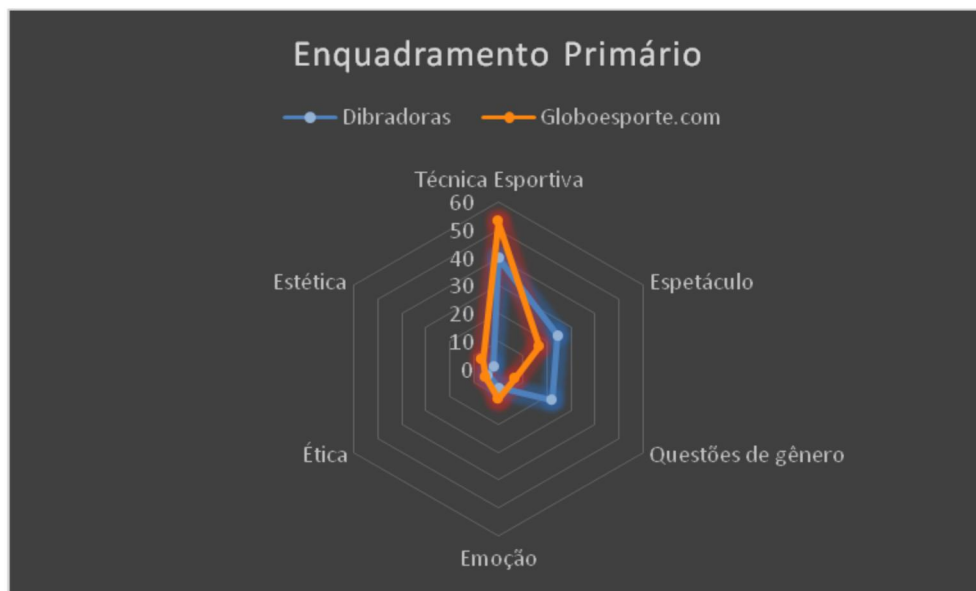
características do conteúdo produzido: notícias maiores e mais aprofundadas que não se concentram na cobertura apenas dos jogos da seleção brasileira.

Após essa breve apresentação dos dados, o subtópico seguinte abordará quais foram os enquadramentos primários e secundários utilizados nas notícias dos portais.

ENQUADRAMENTO PRIMÁRIO E SECUNDÁRIO DAS NOTÍCIAS

Em relação aos enquadramentos primários dos portais, observamos uma fortíssima tendência do portal Globoesporte.com realizar a cobertura a partir da dimensão técnica esportiva, seguido da dimensão espetáculo, porém em uma proporção bem menor. Já no portal Dibradoras a tendência é de uma cobertura a partir da dimensão técnica esportiva, seguida das dimensões espetáculo e questões de gênero em uma proporção mais equilibrada. Conforme observamos no gráfico abaixo.

Gráfico 3 - Enquadramento primário das notícias



Fonte: Produzido pela autora (2020)

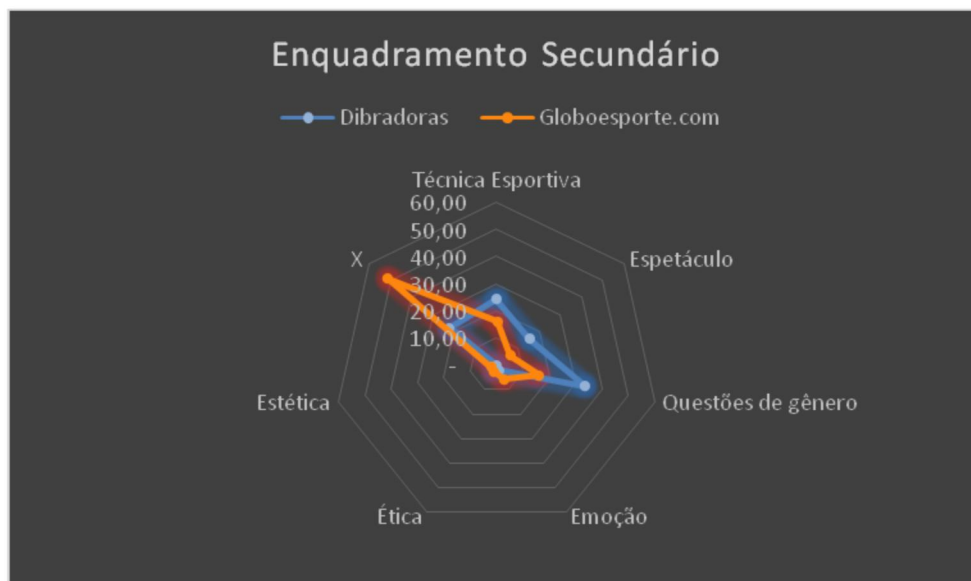
No portal Globoesporte.com, a dimensão técnica esportiva foi responsável por 53% do total das notícias do portal, com 124 matérias. Seguido da dimensão espetáculo, correspondendo a 17%, com 39 notícias. A dimensão emoção correspondeu a 11%, com 25 notícias. As dimensões questões de gênero e estética corresponderam a 7% cada, ambas com 16 notícias. Por fim, a dimensão ética correspondeu a 5% das notícias, sendo abordada em 13 momentos. A partir desses dados, percebemos o predomínio da dimensão técnica esportiva nesse portal: com um número bastante relevante, mais da metade das notícias produzidas enfatizou essa dimensão. Já as demais dimensões receberam atenção bastante inferior. Se olharmos para a proporção da dimensão espetáculo – que é a segunda mais abordada – percebemos que esta foi 3 vezes menos noticiada que a dimensão técnica esportiva.

Já o enquadramento primário no portal Dibradoras teve o predomínio de notícias relacionadas à dimensão técnica esportiva, com 18 matérias correspondendo a 40% do total. Seguido da dimensão Espetáculo, com 11 matérias, correspondendo a 24% das notícias. Em terceiro, a dimensão Questões de gênero, com 10 matérias, correspondeu a 22% do total. A dimensão emoção

corresponde a 7% com um total de 3 matérias, seguido da dimensão Ética com 2 matérias que corresponde a 5%. Por fim a dimensão Estética com 1 matéria correspondendo a 2% do total de notícias. A partir disso, observamos que 86% da cobertura midiática do portal Dibradoras deu ênfase às dimensões técnica esportiva, espetáculo e questões de gênero. Ou seja, este portal promoveu uma maior variedade de dimensões tocadas no enquadramento primário de suas notícias.

Em relação ao enquadramento secundário no portal Globoesporte.com, houve a forte tendência de matérias sem enquadramento secundário (representado no gráfico por “X”), seguido das dimensões técnica esportiva e questões de gênero, porém em uma proporção bem inferior. Já no portal Dibradoras houve a tendência de o enquadramento secundário abordar prioritariamente a dimensão questões de gênero, seguido de técnica esportiva, espetáculo e também de notícias sem enquadramento secundário.

Gráfico 4 - Enquadramento secundário das notícias



Fonte: Produzido pela autora (2020)

No portal Globoesporte.com, 120 matérias não possuíram enquadramento secundário, isso corresponde a 51% das notícias do portal. A tendência do enquadramento secundário ficou entre as dimensões técnica esportiva e questões de gênero, com 38 e 37 notícias cada, correspondendo a 16% cada dimensão, uma proporção bastante inferior comparado com a proporção de notícias sem enquadramento secundário. As dimensões espetáculo e emoção foram as responsáveis por 6% cada, colaborando com 14 e 13 matérias respectivamente. A dimensão estética foi abordada em 5 notícias, sendo responsável por 2% dos enquadramentos. Ou seja, existe a forte tendência de notícias sem enquadramento secundário ao ponto que metade das notícias não possuem. Embora

esses enquadramentos secundários nos mostra que as dimensões técnica esportiva e questões de gênero foram presentes, ainda assim foram proporcionalmente pouco relevantes.

No enquadramento secundário no portal Dibradoras, com 15 notícias, a dimensão questões de gênero foi a mais abordada, correspondendo a 33% do total. Em seguida aparece a dimensão técnica esportiva, com 11 notícias, correspondendo a 25%. A dimensão espetáculo foi a terceira mais enfatizada na cobertura, com 7 notícias, ou 16% do total. As dimensões emoção e ética foram pouco relevantes, ambas com 1 matéria, o que correspondem a 2% do total cada. A dimensão estética não foi abordada no enquadramento secundário do portal. Além disso, em 10 notícias identificamos apenas enquadramento primário, portanto, 22% das matérias do portal não possuíram enquadramento secundário.

Pensando na complexidade e diversificação dos conteúdos das notícias, observamos que no Globoesporte.com prevaleceu a tendência de enquadrar prioritariamente a dimensão técnica esportiva, seguido da dimensão espetáculo em uma proporção menor. Nesse sentido, o Globoesporte.com diversificou pouco o seu conteúdo, deixando subjugadas as dimensões emoção, ética, estética e questões de gênero, que receberam pouco espaço nos enquadramentos primários e secundários.

Isso nos mostra a tendência do Globoesporte.com: o de enquadrar questões técnicas esportivas pelas questões técnicas esportivas: foco no desempenho esportivo e trajetórias esportivas, questões técnico-táticas, resultados de jogos e torneios, recordes, informações sobre comissão técnica, entre outros aspectos relacionada à questões técnicas esportivas das atletas e equipes. Ou seja, ao tratar essa dimensão isoladamente sem dialogar com elementos de outras dimensões, evidencia-se uma cobertura pouco preocupada com contextos mais amplos que envolvem o esporte. Para Betti (1998), a mídia tem o poder de fragmentar e analisar o esporte a partir da seleção de conteúdos e do discurso sobre elas, contribuindo para a criação de um modelo do que é esporte. Ao olhar essa ênfase do Globoesporte.com na dimensão técnica esportiva, percebe-se que este portal está criando uma representação do esporte pelo esporte, focado no fato social – o jogo. Claro, o jogo é o conteúdo principal do esporte, porém existem outros elementos que compõem o esporte e estes, na maioria das vezes, ficam em segundo plano ou mesmo não são abordados.

Vale ressaltar que entre as 124 matérias do Globoesporte.com abordando a dimensão técnica esportiva, 52 se referem às matérias ao vivo/lance a lance com os resultados de cada partida (todas elas, como já citado anteriormente, assinadas pela redação). Ou seja, 52 matérias abordaram exclusivamente o resultado das partidas, correspondendo a 42% da dimensão técnica esportiva do portal. Além destas, há ainda as notícias pré e pós os jogos que informavam sobre os treinos da seleção, se jogadoras lesionadas teriam condições de jogo ou a percepção das jogadoras sobre o desempenho da seleção após a partida, por exemplo. Essas informações nos dão indícios novamente

sobre a prevalência do enquadramento episódico pelo Globoesporte.com, afinal, grande parte de sua cobertura enfatizava resultados de jogos e outros conteúdos isolados, de modo superficial e sem dialogar com elementos complexos do contexto esportivo do futebol de mulheres.

O portal Dibradoras apresentou um maior equilíbrio na composição dos enquadramentos, não enfatizando sua cobertura apenas em uma dimensão, mas sim distribuindo as notícias entre as dimensões técnica esportiva, questões de gênero e espetáculo. Embora tenha sido um pouco mais diversificada que o Globoesporte.com, dando maior espaço para discussões relacionadas às questões de gênero, observamos aqui também a tendência de subjugar as dimensões ética, estética e emoção, que pouco receberam espaço nas notícias. Uma hipótese para justificar esta distribuição passa pelo tamanho pequeno do portal, contando com poucas jornalistas para cobrir um evento tão complexo como a Copa do Mundo; essa característica, portanto, pode ter influenciado as escolhas sobre quais temáticas enfatizar e excluir. Essa maior variedade de enquadramentos utilizados nos dá indícios para pensar em uma possível cobertura onde enquadramentos temáticos abordaram mais de uma dimensão do esporte, em especial, no caso do Dibradoras, com a presença de notícias que dialogaram com as questões de gênero – que é uma demanda do contexto esportivo do futebol de mulheres.

CORRELAÇÃO ENQUADRAMENTOS PRIMÁRIOS X SECUNDÁRIOS

Nesse subtópico iremos observar quais correlações existem entre os enquadramentos primários e secundários. Essa análise é interessante para identificar se existe e quais são as relações entre as dimensões nas notícias. Elas também podem nos ajudar a olhar o quão complexa ou superficial pode ter sido cada notícia, já que mostra se a notícia teve uma dimensão apenas ou teve diálogo com outra dimensão na sua composição.

Tabela 3 - Correlação entre os enquadramentos primários e secundários das notícias

| Correlação entre Enquadramento Primário e Enquadramento Secundário | | | | | | | | | | | | |
|---|------------|-------|----------------|-------|-----------------------|-------|--------------|-------|-----------|-------|------------------------|-------|
| Enq. PrimárioEnq. Secundário | 1 - Emoção | | 2 - Espetáculo | | 3 – Técnica Esportiva | | 4 - Estética | | 5 - Ética | | 6 - Questões de Gênero | |
| | Globo | Dibra | Globo | Dibra | Globo | Dibra | Globo | Dibra | Globo | Dibra | Globo | Dibra |
| 1 - Emoção | 0 | 0,0 | 5,1 | 0,0 | 5,6 | 5,6 | 6,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 18,8 | 0,0 |
| 2 - Espetáculo | 8,0 | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 6,5 | 16,7 | 6,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 18,8 | 30,0 |
| 3 – Técnica Esportiva | 20,0 | 33,3 | 23,1 | 9,1 | 0,0 | 0,0 | 50,0 | 100,0 | 69,2 | 100,0 | 43,8 | 60,0 |
| 4 - Estética | 4,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 3,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 5 - Ética | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 9,1 | 4,8 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 6 - Questões de Gênero | 24,0 | 33,3 | 28,2 | 45,5 | 15,3 | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 7,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 7 - X | 44,0 | 0,0 | 43,6 | 36,4 | 64,5 | 27,8 | 37,5 | 0,0 | 23,1 | 0,0 | 18,8 | 10,0 |

Fonte: Produzido pela autora (2020)

No portal Globoesporte.com, ao buscarmos relacionar enquadramentos primários e secundários, 80 notícias que possuíam a dimensão técnica esportiva como enquadramento primário não possuíam enquadramento secundário, o correspondente a 64% das notícias com ênfase nessa dimensão. A dimensão que mais se relacionou de forma complementar com a técnica esportiva – embora com números baixos – foi a dimensão questões de gênero, aparecendo como enquadramento secundário, em 19 notícias, ou 15 das notícias técnicas esportivas. As demais dimensões tiveram pequena relação com a técnica esportiva, todas com menos de 6% das notícias. Esse dado reforça a hipótese de uma cobertura pouco diversificada, muito focada nas questões técnicas esportivas pelas questões técnicas esportivas, ou seja, com a cobertura dos jogos em si ocupando o centro da estratégia do portal.

Já no portal [Dibradoras](http://Dibradoras.com), observamos que a dimensão técnica esportiva como enquadramento primário teve tendência a um maior diálogo com outras dimensões em enquadramento secundário. A técnica esportiva teve uma relação bastante relevante com a dimensão questões de gênero, associação presente em 50% das notícias. Esse dado mostra que não ocorreu uma construção da notícia que abordasse as questões técnicas esportivas pelas questões técnicas esportivas apenas, mas

sim um diálogo maior com outras questões que estão presentes no contexto esportivo do futebol de mulheres. Portanto, a dimensão técnica esportiva dialogou a questão esportiva das atletas e das seleções articulada às questões de gênero, com discussões e elementos que são significativos para a modalidade. Porém, observamos também nesse portal a tendência de notícias com ênfase na técnica esportiva sem um enquadramento secundário: essas matérias correspondem a 27% das notícias.

Nas notícias do portal Globoesporte.com em que o enquadramento primário abordou a dimensão espetáculo, observamos a mesma tendência de não associação com enquadramento secundário. Assim, 17 notícias (43%) com ênfase no espetáculo não apresentaram enquadramento complementar. Apesar dessa tendência, observamos também uma proporção interessante de diálogo com a dimensão questões de gênero, com 11 notícias que correspondem a 28% das matérias. Além do diálogo com a dimensão técnica esportiva, com 9 notícias que correspondem a 23% das notícias. Embora o predomínio seja de notícias sem enquadramento secundário, conseguimos observar algum tipo de relação entre a dimensão espetáculo com as dimensões questões de gênero e técnica esportiva em enquadramento secundário. Isso mostra uma cobertura um pouco mais diversificada quando se olha para as notícias da dimensão espetáculo, unindo o enquadramento sobre visibilidade midiática e dimensão mercadológica do evento com outras dimensões do esporte.

Já no portal Dibradoras, a dimensão espetáculo se relacionou fortemente com a dimensão questões de gênero em enquadramento secundário, com 5 notícias que correspondem a 45% deste enquadramento primário. Aqui novamente observamos a tendência do portal Dibradoras em dialogar as demais dimensões com as questões de gênero, problemática de destaque no contexto de uma Copa do Mundo de futebol de mulheres. Porém observamos também que as notícias sem enquadramento secundário obtiveram uma proporção relevante, com 4 matérias correspondendo a 36% das notícias.

Já o enquadramento primários da dimensão questões de gênero no portal Globoesporte.com dialogou majoritariamente com a dimensão técnica esportiva em enquadramento secundário, com 7 notícias que correspondem, o que corresponde a 43% deste enquadramento. Portanto, a discussão sobre gênero esteve bastante relacionada com questões técnica esportivas das atletas e das seleções. Também observamos que as dimensões espetáculo e emoção dialogaram com as questões de gênero, com 3 notícias cada, o que corresponde a 18% das matérias, mesma proporção das notícias sem enquadramento secundário. Esses dados nos mostram que a dimensão questões de gênero foi a única dimensão entre as três mais relevantes do portal que estabeleceu diálogos maiores com as outras dimensões, ou seja, as notícias de questões de gênero tiveram maior complexidade e diversidade nas suas discussões. Já as dimensões espetáculo e técnica esportiva estiveram muito

pautadas em notícias pouco aprofundadas, concentradas apenas na discussão das questões técnicas esportivas pelas questões técnicas esportivas e espetáculo pelo espetáculo.

Já no portal Dibradoras, a dimensão questões de gênero teve a tendência a dialogar fortemente com a dimensão técnica esportiva, com 6 notícias que corresponderam a 60% das matérias deste enquadramento primário. Aqui, vemos que as discussões de gênero estiveram sempre em diálogo com as questões técnicas táticas das atletas e seleções, tendo como plano de fundo a valorização dessas mulheres como atletas. A dimensão espetáculo também esteve presente em 3 notícias, que corresponderam a 30% das matérias.

Esses dados confirmam que as dimensões ética, estética e emoção estiveram subjugadas em ambos os portais. Porém, observamos que embora tenha existido a tendência de cobrir o evento pelas dimensões técnica esportiva, espetáculo e questões de gênero, o portal Dibradoras promoveu mais diálogo entre as dimensões, abordando contextos mais amplos e sempre com discussões e elementos de gênero como plano de fundo. Já a cobertura do Globoesporte.com tratou as dimensões com pouca profundidade, com pouco diálogo entre as dimensões. Ou seja, esse portal fez uma cobertura superficial, não complexificou e nem diversificou o conteúdo de suas matérias da Copa 2019.

SELEÇÃO, ÊNFASE E EXCLUSÃO

Apresentamos neste tópico a análise das dimensões selecionadas, enfatizadas e excluídas pelos portais na cobertura da Copa do Mundo de Futebol Feminino 2019. A partir da nossa escolha metodológica, as dimensões selecionadas foram aqueles mais presentes como enquadramentos primários nos portais. As enfatizadas foram as dimensões que estiveram frequentemente presentes na cobertura da Copa. As dimensões excluídas, foram aquelas que estiveram pouco presentes (sub-representada) na cobertura dos portais.

DIMENSÕES SELECIONADAS

DIMENSÃO TÉCNICA ESPORTIVA

No Globoesporte.com, houve predomínio da dimensão técnica esportiva nas notícias, ocupando mais da metade dos conteúdos do portal (53%), seguido da dimensão espetáculo (17%) em proporção bem inferior. A partir disso, podemos afirmar que as dimensões técnica esportiva e espetáculo foram os conteúdos selecionados para realizar a cobertura esportiva da Copa do Mundo no portal Globoesporte.com. Já no portal Dibradoras, houve maior equilíbrio entre as dimensões técnica esportiva (40%), espetáculo (24%) e questões de gênero (22%). Desta forma, concluímos que essas três dimensões balizaram os principais conteúdos selecionados por esse portal para produzir as notícias da Copa.

Essa seleção feita principalmente através das dimensões técnica esportiva e espetáculo, no caso do Globoesporte.com, pode indicar uma simplificação do fenômeno esportivo e contribuir para que as notícias sejam mais ligadas ao entretenimento e à curiosidade, se desdobrando em uma cobertura do evento com ênfase nos resultados das partidas, notícias pré e pós jogos, treinamentos e interesses econômicas relacionados ao espetáculo, como a visibilidade e audiência.

Bourdieu (1997) afirma que o conteúdo favorito do jornalismo sensacionalista são as notícias de variedades, aquelas em que se busca atrair a atenção do público. O autor chama de “fatos-ônibus” essas notícias que “não devem chocar ninguém, que não envolvem disputa, que não dividem, que formam consenso, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada de importante” (BOURDIEU, 1997, p. 23). Claro, se tratando de um evento esportivo, é esperado que se aborde assuntos relacionados aos jogos da Copa. Porém, o problema está em uma cobertura que privilegia abordagens superficiais e/ou descontextualizadas socialmente – como notícias pré e pós jogos, resultados e treinos – e pouco destaque ou aprofundamento das questões técnico-táticas do jogo e questões importantes socialmente ligadas ao esporte em geral e ao futebol

de mulheres em especial – como igualdade de gênero, desenvolvimento da modalidade, questões salariais, etc. Portanto, ao produzir notícias de entretenimento, “[...] ao insistir nas variedades, preenchendo esse tempo raro com o vazio, com nada ou quase nada, afastam-se as informações pertinentes que deveria possuir o cidadão para exercer seus direitos democráticos” (BOURDIEU, 1997, p.23- 24).

Para melhor compreensão de como foram apresentadas cada dimensão nos portais, evidenciaremos trechos de algumas notícias publicadas. Vale ressaltar que as matérias serão evidenciadas a partir do seu enquadramento primário, portanto, poderá conter características de seus enquadramentos secundários.

No Globoesporte.com, a dimensão técnica esportiva foi fortemente representada pelos resultados das partidas da Copa. Sendo que das 124 notícias que abordaram as questões técnicas esportivas no portal, 52 se referiam aos resultados – as chamadas matérias ao vivo/lance a lance. Abaixo é possível observar exemplos desse formato.

Numa reação heróica, a Argentina segue viva na Copa do Mundo. A equipe saiu perdendo por 3 a 0 para a Escócia, nesta quarta-feira, no Parque dos Príncipes, em Paris, mas fez três gols em 20 minutos - o último com ajuda do VAR -, arrancou o empate e manteve a chance de classificação para as oitavas de final.[...] Durante 75 minutos de jogo, a Escócia foi amplamente superior. E construiu a vantagem de forma natural, com gols de Little, Beattie e Cuthbert - esta última, uma das melhores em campo. Mas a Argentina, com as substituições, melhorou e foi eficiente nas chances que teve no fim da partida. (COM AJUDA DO VAR, ARGENTINA BUSCA EMPATE HERÓICO E MANTÉM ESPERANÇA, Globoesporte.com, 19/06/2019)

A Copa do Mundo que representa uma passagem de bastão na seleção brasileira começou com um show de uma das principais atletas da história do futebol feminino no país. Na ausência de Marta, lesionada, coube à artilheira Cristiane decidir em seu último Mundial. A camisa 11 brilhou com uma grande atuação, marcou três gols e garantiu o triunfo do Brasil na estreia: 3 a 0 sobre a Jamaica, em Grenoble, neste domingo.[...] A vitória por 3 a 0 garante ao Brasil a liderança do grupo C ao fim da primeira rodada. A equipe comandada por Vadão tem três pontos e três gols de saldo, ficando à frente da Itália, que tem a mesma pontuação, mas saldo de apenas um. Austrália e Jamaica não somam pontos.[...] Fora da Olimpíada de 2016, no de Janeiro, Cristiane chegou à Copa do Mundo neste ano em clima de despedida, afirmando que este será o seu último Mundial. Mas, aos 34 anos, mostrou o quanto ainda pode ser decisiva. A camisa 11 deu um show diante das jamaicanas, dando trabalho à zaga adversária e sendo precisa quando teve as chances. O primeiro gol veio em uma linda e precisa cabeçada; o segundo, mostrando oportunismo, aproveitando sobra de bola; o terceiro, em uma bomba em cobrança de falta. Cristiane foi eleita a melhor do jogo e pediu música no Fantástico: "Jogadeira", canção criada por Cacau, atacante do Corinthians. (CRISTIANE DA SHOW, MARCA TRÊS GOLS, E BRASIL ESTRÉIA NA COPA DO MUNDO COM VITÓRIA, Globoesporte.com, 09/06/2019⁵⁹)

Nessas notícias, é possível observar um formato padrão. Além de um texto principal, elas apresentam o resultado do jogo, possuem vídeos dos gols e dos melhores lances, em seguida são apresentados alguns tópicos que geralmente trazem um breve resumo da partida, quais atletas

59 Disponível em <<https://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/jogo/09-06-2019/brasil-jamaica.ghtm>>

fizeram os gols, dão ênfase para jogadoras que foram destaque e/ou quebraram um recorde, abordam o VAR quando este esteve em ação no jogo, e apresentam a situação do grupo e/ou quem serão os próximos adversários das equipes. Esse padrão de notícia traz ainda o lance a lance da partida (redigido ao vivo), com a descrição dos principais lances, informações sobre arbitragem, cartões, estatísticas, vídeos dos gols e das melhores jogadas. Cabe destacar que a sessão Lance a lance também adotou a estratégia de republicar comentários feitos no Twitter durante a partida por jornalistas e comentaristas do Grupo Globo (em especial da Amanda Kestelman, jornalista que fez a cobertura da Copa 2019 in loco), jornalistas da cobertura oficial da FIFA (caso do jornalista brasileiro Giancarlo Giampietro), do perfil oficial da FIFA e de personalidades (no jogo entre Brasil e Jamaica, por exemplo, o Lance a lance republicou postagem do Usain Bolt comemorando a defesa de um pênalti pela goleira Jamaicana).

As notícias pré e pós jogo também foram muito presentes no portal Globoesporte.com, como observamos abaixo.

Confiança. Esse é o clima na seleção brasileira na véspera do duelo decisivo contra a França, pelas oitavas de final da **Copa do Mundo Feminina**⁶⁰. Em entrevista coletiva na cidade de Le Havre, palco do duelo contra as anfitriãs do torneio, o técnico Vadão e a atacante Debinha demonstraram esse sentimento. Mesmo tendo pela frente **uma seleção que fez uma campanha melhor e que joga em casa**. – É mais um jogo com duas equipes que tem um potencial muito grande. Brasil atravessou momentos difíceis, contusões, mas tem jogadoras individualmente muito boas. Acabamos pegando de surpresa a saída da Andressa Alves. Independentemente dos problemas que temos, temos uma seleção que tem condição de fazer frente (à França). A França tem torcida a seu favor, momento especial, quesitos que favorecem, mas tecnicamente falando, as coisas só vão se resolver no campo. Nós nos sentimos muito confiantes em relação ao jogo – disse Vadão. (CONFIANTE PARA DECISÃO COM A FRANÇA, VADÃO NÃO GARANTE MARTA DURANTE 90 MINUTOS: "OTIMISTA", Amanda Kestelman, Globoesporte.com, 22/09/2019)

Quando entrou em campo neste domingo para a estreia do Brasil na Copa do Mundo da França, Formiga estava batendo uma marca expressiva e impressionante. Em seu sétimo Mundial de sua carreira, se tornou recordista em número de participações, entre homens e mulheres. Sua primeira edição do torneio foi em 1995. E engana-se quem acha que, aos 41 anos, ela não sente mais a tensão de uma estreia: – Sempre vou sentir o nervosismo do primeiro jogo. O frio na barriga. A emoção toma conta, ainda mais na hora do hino nacional - disse a camisa 8 da seleção. (AOS 41 ANOS, FORMIGA BATE RECORDE E DIZ QUE AINDA SENTE "FRIO NA BARRIGA" EM SUA SÉTIMA COPA, Amanda Kestelman, Globoesporte.com, 09/06/2019)

Nessas notícias, podemos observar que não predominam conteúdos relacionados ao desempenho esportivo das seleções, são notícias com característica de entretenimento e curiosidade. As notícias pré e pós jogo foram mais frequentes no dia que antecedia as partidas do

60 Os trechos das notícias preservam os negritos e indicação de hiperlinks (verde) originais.

Brasil, apresentando entrevistas com atletas e treinador e curiosidades, criando expectativa para os jogos da seleção brasileira.

Essas notícias do Globoesporte.com se aproximam da falação esportiva, nos termos de Umberto Eco (1984, p.223): configuram-se como um discurso sobre o discurso do jornalismo esportivo e, no limite, podem inclusive dispensar o próprio esporte praticado e continuar a existir. Ou seja, nessas notícias, podemos ver a construção de expectativa na quando a goleira Bárbara relembra os últimos jogos contra a seleção australiana; quando a entrevista do treinador Vadão é dramatizada ao discorrer sobre a possibilidade de Marta jogar ou não; quando aborda as histórias da jogadora Formiga e sua quinta participação em Copas.

O portal Dibradoras não cobriu em tempo real as partidas e não produziu notícias limitadas ao informe de resultados e lances. As notícias, publicadas antes e depois das partidas (com ênfase nos jogos do Brasil), atrelavam os lances e resultados à análise técnica e tática, conforme observamos abaixo.

Analizando de fora os últimos jogos, a Austrália parece um time mais pronto que o Brasil, em que os acertos costumam superar os erros. Vendo os jogos da seleção brasileira em 2019 e também o Torneio das Nações no ano passado e os amistosos que fecharam a temporada, o que se percebe é que os erros ainda não estão sendo minimizados. Por exemplo, os erros de passe. A comissão técnica afirmou antes do embarque da seleção para a França que os erros de passe tinham chegado a 27% – na época da Olimpíada, não costumavam passar de 10%. Isso implica em duas coisas: primeiro num ataque que não consegue chegar, porque algum passe sai errado antes das atacantes chegarem mais perto do gol; e segundo numa defesa que acaba muitas vezes exposta, porque quando se erra um passe, isso gera uma oportunidade de contra-ataque para as adversárias em uma situação mais fácil para elas, já que a nossa defesa ainda vai precisar se recompor. O esquema que Vadão tem usado (4-2-4) costuma deixar a defesa ainda mais exposta porque tem quatro jogadoras no ataque e só duas no meio. (O QUE A SELEÇÃO FEMININA PRECISA FAZER PARA GANHAR DA AUSTRÁLIA, Dibradoras, Renata Mendonça, 12/06/2019)

O treinador mudou o esquema com o qual vinha jogando – um 4-2-4 – para um 4-3-3 com Marta mais centralizada, armando as jogadas e girando o ataque junto com Cristiane, Debinha e Andressa Alves. A camisa 10 lesionou a coxa na preparação para a Copa do Mundo e voltou a campo contra a Austrália determinada a sair de campo com a vitória. A comissão técnica optou por não deixá-la nos dois tempos, mas na primeira etapa ela já fez toda a diferença. As principais jogadas de ataque passavam pelo pé dela, que ia dando o ritmo às chegadas brasileiras. E a principal diferença estava aí: a bola ia de pé em pé, no chão, do jeito que as brasileiras mais estão acostumadas a jogar. O estilo de jogo que a seleção vinha adotando antes apostava numa ligação direta com passes muito longos que, na maioria das vezes, saíam errados e deixavam a defesa exposta na perda da bola. Diante da Austrália, o Brasil mudou com Formiga ficando mais recuada e protegendo a área brasileira, Thaísa e Marta um pouco mais avançadas e com a camisa 10 tendo liberdade para invadir a área adversária tanto pela direita, quanto pela esquerda. Foi assim que saíram as principais jogadas de ataque do Brasil. (GOL ‘IMPERDOÁVEL’ E MUDANÇA DE POSTURA: MOTIVOS DA DERROTA DA SELEÇÃO, Renata Mendonça, Dibradoras, 13/06/2019)

Podemos observar nessas notícias uma ênfase nas análises técnicas e táticas da seleção e das atletas, com análises sobre a importância tática e técnica de atletas e o seu papel no time brasileiro. O conteúdo dessas matérias vai além de uma simples descrição dos lances, elas trazem alguns elementos críticos de análise do jogo e do contexto da partida: o esquema tático da partida, descrição de como as jogadas estavam sendo construídas, a performance das atletas, entre outros elementos que nos davam noção de como a equipe tinha se saído no jogo. Podemos perceber na notícia sobre a derrota da seleção brasileira para a australiana que a atleta Marta⁶¹ - que entrava em campo pela primeira vez no mundial em função de uma lesão - foi uma das personagens eleitas como foco da narrativa: sua performance em campo, articulação das jogadas, posicionamento com relação a outras atletas, melhores maneiras de construir as chances de ataque.

Para Bourdieu (1997), a produção do espetáculo é feita em dois momentos: a primeira vez por todo o conjunto de indivíduos que participam e contribuem para a realização da competição - como atletas, árbitros, treinadores, organizadores, entre outros -, e segundo por todos que participam da reprodução das imagens e discursos do espetáculo. Ou seja, aquilo que vemos ou lemos sobre os eventos é uma representação feita pela mídia, um recorte produzido e não o evento em si. Nessa direção, Betti (1997) destaca que a mídia “interpreta os eventos para nós, fornece uma estrutura de significados na qual o evento faz sentido” (p. 114). Sendo assim, neste contexto da Copa 2019, ao lermos as notícias dos portais, estes decidem o que nos mostrar, como interpretar da partida e analisar as jogadas, mas também decidem o que será excluído ou silenciado. Portanto, é necessário que as análises divulgadas pela mídia esportiva nos forneçam uma compreensão ampliada do contexto da partida, de modo que possamos tanto ter elementos para entender os aspectos táticos, técnicos, sociais, culturais, políticos do jogo - entre outros -, quanto nos tornarmos autônomos criticamente. Assim, defendemos que a mídia assuma um papel de contribuir para a formação e ampliação da cultura esportiva do espectador.

Gasparetto, Schmitz Filho e Laporta (2010) ressaltam a importância de desvincular a compreensão do jogo de uma fragmentação jornalística e apontam a necessidade que se entenda os acontecimentos do jogo de forma mais abrangente possível, o que colaboraria para uma construção de uma auto-referência sobre as características do jogo. Os autores ainda afirmam que para o desenvolvimento de uma cultura esportiva, seria interessante que houvesse um desprendimento do esporte e entretenimento, promovido pela influência midiática.

Schmitz Filho, Santos e Kaufmann (2010) observaram em sua pesquisa a falta de informações sobre o jogo de futsal durante as transmissões, e isso contribuiu para que o público ficasse sem informações necessárias para um entendimento mais apurado da partida. E isso é um tanto problemático, já que se deixam de lado informações importantes para que se entenda e aprenda a

⁶¹ Marta Vieira da Silva - atleta brasileira de destaque mundial, eleita seis vezes como a melhor jogadora do mundo pela FIFA, maior artilheira em Copas do Mundo e maior artilheira da seleção brasileira.

complexidade do jogo. A forma como os conteúdos são produzidos funcionam de acordo com o que o sistema jornalístico define como modelo (GASPARETTO, SCHMITZ FILHO, LAPORTA, 2010). Apesar disso, é necessário que haja a promoção de uma reflexão sobre os acontecimentos do jogo, de modo que o público construa seu conhecimento de maneira autônoma (SCHMITZ FILHO, SANTOS, KAUFMANN, 2010)

Ao olharmos para os portais analisados nesta pesquisa, vemos um tratamento diferente da dimensão técnica esportiva. Ao olharmos para o Globoesporte.com, houve o predomínio de notícias abordando os resultados dos jogos, diferente do Dibradoras, que levou informações técnico-táticas das partidas da seleção brasileira. Pensando em uma cobertura que colabore para uma formação para a cultura esportiva, os apontamentos e discussões sobre escolhas técnicas e táticas do jogo buscariam fomentar a compreensão ampliada sobre a complexidade esportiva (SCHMITZ FILHO; SANTOS; KAUFMANN, 2010; GASPARETTO; SCHMITZ FILHO; LAPORTA, 2010).

Como vimos nas notícias acima, o portal Dibradoras realiza uma leitura mais interpretativa das partidas, com análises táticas do jogo, comentários sobre o desempenho da seleção brasileira, aponta alguns erros cometidos e algumas possibilidades para que a seleção tenha um desempenho melhor, descreve o posicionamento tático de atletas, seu desempenho e como isso ajudou – ou não – a equipe. Já no Globoesporte.com, esse tipo de análise foi menos predominante. Como vimos, não foram feitas muitas análises táticas dos jogos, apenas descrições das jogadas de uma forma mais sucinta.

Desta forma, observamos que apesar de o Globoesporte.com utilizar mais a dimensão técnica esportiva, na maioria das vezes as notícias eram apenas descritivas das jogadas e pouco contribuíam para uma formação crítica e uma ampliação da cultura esportiva, e muitas vezes relacionando a dimensão técnica esportiva com a dimensão emoção nas notícias pré e pós jogos. Diferente do Dibradoras, que propôs mais análises, contribuindo para um maior entendimento do jogo e ampliação da cultura esportiva.

Além dessas notícias pré e pós jogos com um caráter de curiosidade e entretenimento presentes no Globoesporte.com, podemos observar também algumas notícias que analisaram o desempenho esportivo da seleção, como observamos a seguir.

Acabou a fase de grupos da Copa do Mundo Feminina. O Brasil se classificou às oitavas de final como uma das melhores terceiras colocadas e teve a nona melhor campanha da primeira fase. Marta ainda se tornou a maior artilheira da história das Copas ao marcar na vitória por 1 a 0 sobre a Itália. Além disso tudo, o Brasil teve outros números curiosos nestes três primeiros jogos. Sabe quem foi a jogadora que mais finalizou na Seleção? As que mais atuaram? Quem mais cometeu falta? Quem mais sofreu? O GloboEsporte.com usou a base de dados disponibilizada no site da Fifa para ver os destaques estatísticos do Brasil na Copa do Mundo. (MAIORES FINALIZADORAS, MAIS TEMPO EM CAMPO, MAIS CAÇADAS...

CONFIRA OS NÚMEROS DO BRASIL NA COPA, Guilherme Maniaudet e Guilherme Marçal, Globoesporte.com, 21/06/2019)

Figura 7- Dados quantitativos sobre as atletas que permaneceram mais tempo em campo



Fonte: Globoesporte.com

A grande atuação de Cristiane garantiu ao Brasil três gols e a [vitória sobre a Jamaica](#) na estreia da Copa do Mundo Feminina. Mas, apesar de elogiar a criação de suas atacantes, o técnico Vadão não ficou plenamente satisfeito com o 3 a 0 em Grenoble. Na entrevista coletiva depois do jogo, o treinador chamou a atenção para o desperdício de algumas boas chances, que poderiam deixar o placar ainda mais elástico. - Eu acho que no jogo de hoje, tirando a Cristiane que fez três gols, faltou as atacantes colocarem a bola para dentro. O ataque jogou muito bem, criou alternativas pela lateral, por dentro, com bolas longas, principalmente no primeiro tempo, com Andressa Alves e Debinha em diagonal. O ataque funcionou muito bem, o que não funcionou foi a eficiência - disse Vadão. (FOI POUCO? VADÃO DIZ QUE BRASIL PRECISA SER MAIS EFICAZ: "SE TIVER CHANCE, FAZER", Amanda Kestelman, Globoesporte.com, 09/06/2019)

Essas notícias já abordam questões técnico-táticas, estatísticas do jogo e relacionadas à performance esportiva. Trazem dados precisos sobre o desempenho esportivo de cada atleta brasileira, com informações estatísticas importantes para serem corrigidas e melhorar o desempenho brasileiro na Copa. Portanto, observamos que no Globoesporte.com também estiveram presentes notícias contendo análises mais detalhadas dos jogos, porém em um número reduzido.

Na primeira notícia acima, observou-se a presença do *scout*⁶² para apresentar os números das atletas Brasileiras na Copa. Esses dados estatísticos são interessantes para o público observar o desempenho individual de cada atleta e também como a equipe está em campo. A utilização desses

62 O scout é uma ferramenta que registra as informações do jogo e auxilia na análise das partidas.

dados estatísticos proporcionados pelo *scout* na produção das notícias de uma partida de futebol, como “passes, lançamentos, cruzamentos, desarmes, finalizações com ou sem chance de gol”, são elementos interessantes “que contribuem para o entendimento do jogo de futebol por parte do telespectador. (VENDITE; VENDITE; MORAES, 2005, p.4)

Os autores ressaltam que quando se faz uma leitura dos dados do *scout* é possível observar todo o perfil de um time, e quando analisados de forma adequada eles podem ajudar na forma como o time vai proceder durante todo o campeonato. Sendo assim, percebemos que a leitura correta desses dados pode contribuir para que os espectadores melhor compreendam o jogo e a forma como as equipes se portam em campo.

No entanto, Vendite, Vendite e Morais (2005) destacam que é necessário cuidado ao lidar com esses dados, “pois uma leitura equivocada pode acarretar uma interpretação completamente errônea e sugerir uma outra visão da partida de futebol” (p. 4). Os autores ainda afirmam que os dados estatísticos têm aparecido cada vez mais nas transmissões das partidas e que a “ falta de preparo por grande parte da imprensa, ou pelo desconhecimento desta área, tem feito com que o ‘scout’ no futebol induza a opiniões às vezes equivocadas por parte dos comentaristas esportivos.” (VENDITE; VENDITE; MORAES, 2005, p.4).

Dentro da dimensão técnica esportiva, um tema que esteve presente nas notícias diz respeito às críticas e desempenho de Vadão no comando da seleção. Embora o treinador sofresse críticas pelo desempenho da seleção nos amistosos que antecederam a Copa (naquele momento, o Brasil vinha de 9 derrotas consecutivas), o portal Globoesporte.com não assumiu postura contrária a sua permanência. A estratégia adotada foi a elaboração de notícias que questionavam o técnico a partir das críticas de ex-atletas que foram utilizadas como fontes:

[Às vésperas da estreia na Copa do Mundo](#), a seleção brasileira entra como uma das favoritas ao título. Mesmo com a qualidade técnica indiscutível de Cristiane, Formiga e Marta no elenco, uma das pioneiras do futebol feminino teme que o Brasil possa ser eliminado precocemente na competição. Roseli foi uma das primeiras jogadoras profissionais no Brasil, e questionou sobre a falta de oportunidade dada para técnica Emily Lima e não esconde a insatisfação com a longevidade de Vadão no comando da Seleção. Segundo ela, o técnico deve ter "costas quentes na CBF".

– O Vadão perdeu nove jogos, eu acho que ele deve ter as costas quentes na CBF porque continua na seleção brasileira. E essas derrotas são ruins para nós, a mídia está em cima do Brasil e eu tenho medo dele estar ali. Mais uma vez não conseguimos alcançar nosso principal objetivo. Não consigo entender porque ele está lá até hoje, não tem explicação. (EX-ATACANTE DA SELEÇÃO FEMININA QUESTIONA TRABALHO DE VADÃO: "DEVE TER COSTAS QUENTES NA CBF", Marcio Luiz, Globoesporte.com, 08/06/2019)

Foi logo após o jogo da Seleção, nesta quinta-feira, 13, que o Bate-papo GE entrou ao vivo no Globoesporte.com/ro com a ex-lateral da seleção brasileira, Nenê. Ela comentou sobre a atuação das jogadoras no jogo contra a Austrália.

Quando saiu o primeiro gol da Austrália e voltou para o segundo tempo, além das duas substituições logo de cara, o que imagino que deveria segurar uns dez minutos cada uma

e depois substituir, isso uma de cada vez. Isso acaba voltando com o mesmo time que dá um vigor melhor para a Seleção que vem jogando durante todo o primeiro tempo - fala Nenê.

Se fosse no masculino, Vadão não estaria com essa equipe no campeonato mundial depois de nove derrotas. Na terceira qualquer time tira o técnico, piorou na Seleção Brasileira, mas como é a Seleção Feminina, eu não sei o que acontecer lá dentro da CBF, que permanece com um cara que vem de nove derrotas. Contratou meninas que nunca jogaram juntas. Eu acho que se tem uma mudança, ela não pode ser radical e nem drástica como foi - diz. (BATE-PAPO GE: "SE FOSSE NO MASCULINO, VADÃO NÃO ESTARIA COM ESSA EQUIPE", DIZ NENÊ, EX-SELEÇÃO BRASILEIRA, Jheniffer Núbia, Globoesporte.com, 13/06/2019)

Nas notícias, observamos uma crítica incisiva contra Vadão, vinda de ex-atletas que criticaram fortemente o desempenho do treinador frente à seleção e expõem em suas falas o tratamento diferente dado pela CBF para as equipes masculina e feminina.

No Dibradoras também observamos críticas mais incisivas ao treinador brasileiro, em momentos questionado pelas suas escolhas táticas equivocadas, em outros pela sua falta de autocrítica, como podemos ver nas matérias abaixo.

A seleção brasileira entrou em campo diante da Itália com o maior desfalque já teve nos últimos 24 anos. A meio-campista Formiga, que está em sua sétima Copa do Mundo e veste a camisa amarela desde os 17 anos de idade tomou o segundo amarelo contra a Austrália e não pode entrar em campo nesta terça-feira, na partida que definiria os rumos da seleção neste Mundial. Sem ela, Vadão optou por escalar Andressinha no meio-campo ao lado de Thaísa e Marta, e colocou Ludmila para substituir Andressa Alves que acabou lesionada no último treino. E logo no primeiro tempo já deu para sentir o tamanho do peso da ausência de uma jogadora tão polivalente quanto Formiga. Aos 41 anos de idade, é ela que consegue dar o ritmo do meio-campo do Brasil, que protege a defesa e, ao mesmo tempo, consegue sair jogando com muita qualidade para apoiar o ataque. Sem ela, a seleção ficou praticamente sem meio-campo. Com buracos enormes entre as linhas e muita dificuldade para fazer qualquer transição entre defesa e ataque – não à toa, as melhores jogadas do ataque nos primeiros 45 minutos vieram de cobranças de escanteio. O problema começa com a falta de opção que o Brasil tem no banco para o setor coberto por Formiga. Na convocação, Vadão chamou apenas quatro jogadoras que exercem efetivamente a função de meio-campistas – Formiga e Thaísa, que são titulares, e Andressinha e Luana, reservas. Só que as duas suplentes têm características muito mais ofensivas do que defensivas, e isso complica demais na hora de substituir uma jogadora como Formiga, que é incansável na marcação e nas roubadas de bola. (ANDRESSINHA VAI BEM, MAS BRASIL AINDA SOFRE DEFENSIVAMENTE SEM FORMIGA, Renata Mendonça, Dibradoras, 18/06/2019)

Além de criticar as escolhas de convocação e também suas escolhas táticas, a autora da notícia do Dibradoras também publicou uma foto tirada durante a partida e que ilustrava, em tom de indagação e ironia, o problema tático destacado na matéria – ausência da meio-campista Formiga e a dificuldade de sua substituta de cumprir a mesma função.

Figura 8 - Publicação do Twitter das Dibradoras onde elas mostram a desorganização da seleção brasileira em campo



Fonte: Twitter das Dibradoras

A imagem mostra a desorganização das linhas do time brasileiro em um momento em que grande parte das jogadoras estavam ocupando apenas um lado do campo, deixando grandes espaços (buracos) para as ações das adversárias. Além das críticas em relação ao posicionamento da equipe em campo, as críticas em relação à falta de autocrítica do treinador estavam relacionadas as suas inúmeras tentativas de Vadão em justificar as derrotas e os erros cometidos pela seleção, afirmando que a seleção teve um bom desempenho e minimizando os possíveis erros cometidos.

Já há algum tempo, Vadão parece tentar “maquiar” seus erros com declarações de quem parece não ter visto o mesmo jogo que todos nós. Nas nove derrotas acumuladas antes da Copa, o treinador insistia que a seleção perdia por “erros pontuais”, “uma bola que a menina teve a felicidade de acertar”, “um chute que elas tiveram a felicidade de concluir”, etc, etc. Só que os “erros pontuais” se multiplicam em 10 derrotas nos últimos 12 jogos. Erros principalmente de posicionamento na defesa. É exatamente como as jogadoras analisaram: a Austrália teve pouco mérito nos gols que fez. Ela não trabalhou a bola, encontrou espaços e construiu jogadas para fazer essa virada. Ela simplesmente se aproveitou de erros do Brasil que se repetem há bastante tempo desde que o técnico está no comando. (SINCERIDADE DAS JOGADORAS CONTRASTA COM PASSIVIDADE DE VADÃO APÓS DERROTA, Renata Mendonça, Dibradoras, 14/06/2019)

Nessas duas notícias, observamos críticas ao treinador brasileiro seja em relação às suas escolhas táticas e possíveis erros na convocação (que ocasionaram ausência de jogadoras do meio campo com determinadas características), seja pela sua falta de autocrítica. Mas o que podemos dizer é que as críticas feitas não eram vazias, mas sim fundamentadas. A jornalista justificou respeitosamente as suas críticas ao treinador, seja mostrando imagens do posicionamento das atletas em campo que evidenciavam a bagunça nas linhas, seja na argumentação sobre as características das jogadoras que tiveram dificuldade de substituir a atleta Formiga. São críticas

importantes e justificadas com argumentos e que mostram a preocupação tanto com o tratamento da modalidade, quanto com a construção dos discursos e interpretações que chegam ao espectador.

Merece reflexão o fato de que, apesar da grande quantidade de derrotas sofridas pela seleção, Vadão foi pouco questionado por jornalistas nas notícias do Globoesporte.com. As críticas mais contundentes vieram da fala de uma ex-atleta se posicionando sobre essa situação. Tal situação parece ser inimaginável quando se fala do futebol de homens, onde desempenhos irregulares (empates com seleções medianas, por exemplo) resultam em uma enxurrada de críticas. No caso específico da seleção de mulheres na Copa 2019, pouco (ou quase nada) se questionou na principal mídia de jornalismo esportivo no Brasil sobre o papel da comissão técnica na irregular campanha preparatória da equipe.

Ao analisarmos os dois portais, as críticas à comissão técnica vieram de pessoas que estão fortemente ligadas ao contexto do futebol de mulheres, sejam elas atletas ou jornalistas, que vivenciam o ser mulher ocupando espaços que foram por muito tempo um monopólio masculino – jogar futebol e fazer jornalismo esportivo. Esse lugar de fala é muito importante, sobretudo quando se dá voz para essas mulheres que por um longo período foram silenciadas.

Notícias sobre o desempenho dos treinadores têm sido comuns na mídia esportiva, os jornalistas frequentemente discutem sobre o papel desempenhado e os resultados conquistados. No entanto, ao analisar como as notícias relacionadas aos treinadores têm sido produzidas na mídia, Silva et al (2014) observaram que as categorias mais utilizadas são: articulador técnico-tático, incompetente, competente, formador de opinião e disciplinador/exigente. Os autores revelaram que nas notícias que abordavam a articulação técnica e tática do treinador, muitos comentários aprovavam ou discordavam da escalação; já as notícias que tratavam da competência ou incompetência do treinador estavam fortemente relacionadas à vitória ou à derrota de sua equipe. Ou seja, a partir das categorias observadas na pesquisa, as notícias apresentavam teor de crítica ou valorização do desempenho dos treinadores, porém sem um critério técnico para analisar.

Ferreira et al. (2018) também observaram essa tendência dos jornalistas produzirem notícias de teor avaliativo do trabalho dos treinadores, ora criticando, ora elogiando as decisões tomadas. Além disso, os autores também observaram a tendência dos jornalistas de abordar a capacidade ou incapacidade do treinador, se baseando principalmente nos resultados das partidas e deixando de abordar os motivos que os levaram aquele resultado.

Ao observar as notícias do Dibradoras produzidas sobre os treinadores, observamos que as jornalistas discutem e apontam alguns motivos que levaram a seleção brasileira à derrota e fazem algumas críticas fundamentadas, não apenas criticando os resultados, mas discutindo sobre o desempenho da seleção em campo. Já o Globoesporte.com se eximiu de produzir notícias que discutam sobre o treinador brasileiro, havendo críticas apenas de ex-atletas durante as entrevistas.

Outra característica das notícias enquadradas a partir da dimensão técnica esportiva no Globoesporte.com é o destaque dado a atletas que conquistavam feitos importantes, como podemos observar nos trechos abaixo.

A vitória do Brasil na estréia da Copa do Mundo feminina garantiu um recorde pessoal para Cristiane. A atacante da Seleção é a primeira jogadora a marcar mais de uma vez na mesma partida em três Copas diferentes. Além dos três gols anotados contra a Jamaica, Cristiane foi às redes mais de uma vez contra Guiné Equatorial, em 2011, e contra a China, em 2007. Além do recorde, a atacante se tornou a terceira brasileira a marcar três gols em uma partida de Copa do Mundo. Além dela, Pretinha e Sissi também alcançaram a marca. As duas primeiras, inclusive, marcaram na mesma partida: na goleada de 7 a 1 do Brasil contra o México, na Copa do Mundo de 1999, nos Estados Unidos. (CRISTIANE É A PRIMEIRA A MARCAR MAIS DE UM GOL NA MESMA PARTIDA EM TRÊS COPAS DIFERENTES, Globoesporte.com, 09/06/2019)

A melhor jogadora de todos os tempos alcançou mais um recorde. Era questão de tempo, mas com o gol marcado sobre a Itália, nesta terça-feira, em Valenciennes, Marta superou Miroslav Klose e se tornou a maior artilheira em Copa do Mundo com 17 gols. Na partida anterior, diante da Austrália, a craque havia igualado a marca do alemão. Marta também já havia alcançado outro recorde na partida de semana passada. Na ocasião, a camisa 10 da seleção brasileira se tornou a primeira a balançar as redes em cinco edições diferentes do torneio. Sua primeira Copa do Mundo foi em 2003, com 17 anos, depois, disputou as edições de 2007, 2011 e 2015. (É RECORDE! MARTA SUPERA KLOSE E SE TORNA A MAIOR ARTILHEIRA EM COPAS DO MUNDO, Amanda kestelman, Globoesporte.com, 18/06/2019)

A atacante Megan Rapinoe, dos EUA, foi eleita a craque da Copa do Mundo Feminina. Com um gol na decisão sobre a Holanda, a norte-americana chegou a seis gols no torneio e também faturou, além da Bola de Ouro, a Chuteira de Ouro, prêmio dado à artilheira da competição.

- Não sei se consigo descrever. Incrível. Todo o grupo que trabalhou para chegar até aqui merece. Nós estamos sempre muito motivadas para vencer – afirmou Megan Rapinoe, que também chamou a atenção na Copa pela postura fora das quatro linhas, exigindo igualdade de condições para as mulheres no futebol. (BOLA E CHUTEIRA DE OURO: MEGAN RAPINOE CONQUISTA PRINCIPAIS PRÊMIOS INDIVIDUAIS DA COPA, Globoesporte.com, 07/07/2019)

Nessas notícias, percebemos que ocorre uma ênfase nas conquistas individuais das atletas. Nos exemplos, seleciona-se um fato a ser dado destaque, produzindo uma notícia apenas relatando as conquistas, os recordes e prêmios na competição. E quando observamos quais atletas estão sendo destacadas na notícia, observamos que são as atletas que são mais conhecidas no Brasil e mundialmente e que, portanto, já possuem destaque na mídia. Percebe-se uma tentativa de construir uma imagem de heroína esportiva, a partir da imagem de Marta e Cristiane, que são as jogadoras mais importantes e mais conhecidas da seleção Brasileira – seja por sua longevidade na seleção, grandes desempenhos em campo e/ou conquistas individuais – e a imagem de Megan Rapinoe, atleta norte-americana que foi destaque na Copa.

A figura do herói na narrativa clássica “fala de luta, superação de obstáculos aparentemente intransponíveis e de redenção e glória de um povo. O herói tem que cumprir sua missão: conceder

dádivas aos seus semelhantes” (HELAL, 1998, p.146). Ou seja, aqueles atletas que recebem essa imagem de herói devem ter essas características na sua trajetória esportiva, devem ter uma história de luta, superação de obstáculos na carreira e, principalmente, representar o povo conquistando feitos e títulos esportivos de grande importância. Para o atleta ser reconhecido como herói, é necessário possuir talento nato e conquistas na carreira (HELAL et al., 2011).

De acordo com Helal (1998) “um fenômeno de massa não consegue se sustentar por muito tempo sem a presença de ‘heróis’, ‘estrelas’ e ‘ídolos’. São eles que levam as pessoas a se identificarem com aquele evento” (p.145). Nessa direção, observamos que o Globoesporte.com se utilizou da imagem de Marta para tentar criar essa heroína brasileira na Copa. A necessidade de uma heroína associada ao evento fato também pode ter contribuído para que a imagem de Megan Rapinoe – atleta dos EUA – começasse a surgir com mais frequência nas notícias do portal após a eliminação da seleção brasileira da Copa e, portanto, ausência de Marta.

Helal et al. (2011) também destacam que a utilização de adjetivos que qualificam os atletas na construção da notícia é rica em significados. Desta forma, ao observar os adjetivos utilizados para se referir à atleta brasileira percebemos em algumas notícias se referiam a Marta como “Rainha”, “a camisa 10 da seleção brasileira”, “Craque do Brasil”, “Melhor jogadora do mundo”, “a seis vezes melhor do mundo”, “A melhor jogadora de todos os tempos”. Ou seja, muitos adjetivos e expressões que dão destaque para as suas conquistas individuais e a sua posição importante na seleção e no futebol mundial. No entanto, na maioria das notícias produzidas nos portais, Marta era apenas Marta. Isso pode significar que talvez Marta não seja reconhecida como uma legítima figura heroica, pois na maioria das vezes ela é tratada como Marta, uma atleta, uma pessoa, e só recebe adjetivos de rainha e craque, que lhe atribui importância apenas em algumas notícias, em alguns momentos. Mas por outro lado, pode ser uma conquista para a legitimidade das mulheres no esporte, pois não observamos associações diretas da atleta com a figura de Pelé – em especial, não encontramos a expressão “Pelé de Saias”, muito presente na trajetória de Marta.

Rubio (2001) destaca que é necessário que nos questionemos se existe lugar para uma mulher ocupar esse lugar de heroína nesse mundo patriarcal dos esportes. A autora utiliza a mitologia grega como referência na criação atual da imagem do herói, e afirma que “excetuando algumas deusas que vão à guerra, à caça e outras atividades essencialmente masculinas, como Athena e Artemis, o heroísmo é uma função masculina.” (RUBIO, 2001,p.91).

Ao tratar do modelo padrão da imagem universal de heróis, Helal (2003) ressalta que não basta o atleta ter conquistado realizações importantes no futebol, o herói tem que ter outras características, como perseverança, determinação, luta. Para refletirmos sobre a possível construção da imagem heroica de Marta, ao ter esse modelo como referência, observamos que Marta preenche esses “requisitos”. Ela possui diversos títulos individuais de melhor jogadora do mundo e de

artilheira da Copa, além de conquistas importantes com o Brasil e é uma das atletas mais reconhecidas e respeitadas mundialmente. Além disso, Marta tem uma trajetória de luta que desperta o interesse da mídia e credencia ao posto de heroína, tendo que lidar com preconceitos, ter determinação para ocupar um espaço em um esporte que é dominado pelos homens e perseverança para não desistir do sonho de se tornar atleta profissional.

No entanto, mesmo preenchendo requisitos do modelo padrão da imagem de herói esportivo, percebemos que Marta não possui esse mesmo padrão de imagem universal de herói, esse mesmo “nível” de idolatria. Podemos perceber que essa reverência e utilização da imagem de Marta como heroína esportiva só acontece quando ela conquista algum prêmio individual importante ou quando se atribui a ela a expectativa e responsabilidade de ajudar a seleção brasileira a conquistar vitórias e títulos importantes. Passados esses momentos de grandes eventos e premiações esportivas, pouco se vê de Marta na mídia e jornais esportivos, não vemos com frequência notícias falando sobre os treinos de Marta em sua equipe nos EUA, qual o desempenho da atleta na liga americana, etc. Além disso, o que vemos algumas vezes são contestações de seus feitos, com frequência há pessoas questionando o seu recorde de artilheira das Copas, tentando diminuir o feito justificando que o futebol de mulheres “é de menor qualidade” do que o futebol de homens, que as seleções em que Marta marcou gols são “fracas”. Assim, por esses motivos, são comuns afirmações de que não se considerar que ela seja a artilheira das Copas, mas apenas da Copa do Mundo Feminina. Embora não seja o foco de análise deste estudo, os comentários dos leitores nos portais nos trazem elementos para compreendermos as dificuldades que o futebol de mulheres enfrenta para consolidar seu espaço e legitimidade. Por exemplo, na notícia do portal Globoesporte.com sobre o record de gols em Copas da Marta⁶³, há comentários como; “Aí forçou a barra ao extremo. Marta x Klose? Não existe como comparar. Coloca ela num time masculino e vê se ela faz tudo isso. Menos né, menos”, ou ainda, “Editores do Globo esporte, será que vcs não vêm pelos comentários que vcs nunca irão conseguir fazer com que a gente goste do futebol feminino na marra? Vcs são muito chatos”.

Costa (2019) entende que Marta e o futebol de mulheres no Brasil ainda não possuem as características fundamentais da construção da imagem de herói esportivo, que são o bom desempenho esportivo e farta visibilidade na mídia. No entanto, a autora atribui a Marta a imagem de uma “heroína trágica”, ao considerar que a atleta possui um tipo de imagem heroica que ainda não foi devidamente incorporada pelas mídias. Esse conceito proposto pela autora não significa uma história triste, mas uma categoria em que a mulher é a protagonista.

63 Disponível em <<https://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/e-recordemarta-supera-klose-e-se-torna-a-maior-artilheira-em-copas-do-mundo.ghtml>>.

A heroína trágica é uma desafiadora da ordem, sobretudo, a patriarcal. E esse parece ser o tipo de heroísmo encarnado por Marta se a pensarmos como uma atleta cuja carreira por si só questiona e desestabiliza o privilégio da masculinidade no futebol. Embora seu poder não tenha forças para fazer desmoronar a ordem estabelecida, podemos dizer que seus atos conseguem perturbá-la e fomentar profícuas incertezas e aberturas para novas perspectivas de mundo. Marta detém o recorde – tanto entre homens e mulheres – de premiação como a melhor futebolista do mundo, ganhando por seis vezes, sendo cinco de forma consecutiva. Em 2014, foi uma das embaixadoras da Copa do Mundo, nos Jogos 2016 esteve entre as oito personalidades esportivas a conduzir a tocha olímpica durante a abertura desse evento no Maracanã. Marta nos jogos de 2016, encarnou a reivindicação por um tratamento mais igualitário entre homens e mulheres no futebol. Façanhas como essas podem ser considerados heroicas por si só. (COSTA, 2019, p. 12).

Talvez a imagem de heroína esportiva de Marta seja de característica momentânea. Pois, devido à necessidade de se criar a imagem de um herói esportivo (HELAL, 1998), ao cobrir um evento como a Copa do Mundo, houve a necessidade de criar essa imagem para uma identificação com o público e Marta foi a escolhida por possuir as características necessárias – como já discutimos anteriormente. Portanto, essa imagem tradicional de herói esportivo realmente não seja comum às mulheres, assim como afirmou Rubio (2001), principalmente quando se fala do futebol, que é uma modalidade de domínio masculino. Talvez seja esse justamente um dos fatores que faz com que sua imagem de heroína esportiva não seja validada. É certo que existe admiração por ela, mas não o reconhecimento do poder de sua imagem/figura. O sucesso delas pode abalar as estruturas desse espaço criado e sob domínio masculino, onde a justificativa para essa superioridade deles está pautada na biologia dos corpos (GOELLNER, 2005).

Costa (2019) chama a atenção para um fato importante, que é a falta de um título importante de Marta com a seleção brasileira. Ou nas palavras de Helal (1998), a atleta ainda não “concedeu a dádiva a seus semelhantes”. Mas a autora ainda completa, destacando que “mesmo que Marta consiga essa glória, nada nos garante que a jogadora possa ser narrada como uma heroína nacional pela mídia esportiva” pois as “identidades nacionais ainda são construídas sendo balizadas por atributos considerados como próprios dos homens” (COSTA, 2019, p.13/14).

Além desse destaque para as conquistas de atletas, os portais Dibradoras e Globoesporte.com também produziram notícias sobre o grande desempenho das mulheres treinadoras na Copa, evidenciando que mesmo sendo minoria na fase de grupos, nas fases finais da competição, as equipes treinadas por elas se sobressaiam.

Quando a Copa do Mundo da França teve seu pontapé inicial, elas estavam em minoria. As técnicas mulheres eram representadas por 37% do grupo de treinadores no Mundial, comandando nove entre um total de 24 seleções. Passados 44 jogos do torneio, as quartas de final iniciam nesta quinta-feira com uma inversão de posições. E isso chama atenção no cenário internacional. Entre os oito times classificados para o restante da competição, cinco são comandados por mulheres. O cenário é considerado um avanço pela Fifa, já que, historicamente, a posição de comandar uma equipe de futebol está relacionada aos homens. Japão, África do Sul, Tailândia e Escócia, que já foram eliminadas, também

contavam com mulheres como treinadoras. A entidade tem tentado olhar atentamente para isso e anunciou, no ano passado, que pretende dobrar o número de mulheres registradas em cursos e em busca de certificados oficiais. Há também uma regra que obriga as seleções a terem mulheres em suas comissões técnicas na Copa de 2019. (MINORIA NO INÍCIO DA COPA, TREINADORAS DOMINAM AS QUARTAS DE FINAL COM CINCO REPRESENTANTES, Amanda Kestelman, *Globoesporte.com*, 27/06/2019)

A Holanda conseguiu garantir pela primeira vez uma vaga na decisão da Copa do Mundo feminina ao vencer a Suécia na prorrogação nesta quarta-feira. Com isso, a final do Mundial de 2019 terá duas técnicas se enfrentando em busca do título: Sarina Wiegman pela seleção holandesa e Jill Ellis pelos Estados Unidos. É a primeira vez que isso acontece nos últimos 16 anos.

Desta vez, a final da Copa do Mundo da França terá duas técnicas campeãs e muito admiradas no mundo todo. Jill Ellis é a atual detentora do título com os Estados Unidos, tendo levado a seleção americana à conquista de um Mundial após 16 anos de “jejum”. Sarina Wiegman conseguiu um feito inédito e incrível para a seleção holandesa, que tinha pouca expressão no cenário mundial do futebol feminino até 2017, quando conquistou a Eurocopa em casa. Essa é só a segunda participação da Holanda em Copas e, desta vez, a equipe comandada por Wiegman conseguiu o feito de chegar à decisão. (PELA PRIMEIRA VEZ EM 16 ANOS, FINAL DA COPA FEMININA TERÁ DUAS TÉCNICAS, Renata Mendonça, *Dibradoras*, 03/07/2019)

Nessas notícias ficam evidenciadas o destaque dado ao sucesso das treinadoras na Copa. Sendo minoria (comandando em 9 das 24 seleções), nas quartas de final já se tornaram maioria (comandando em 5 das 8 seleções), e comandaram os dois times da final. Essas notícias dão destaque a esse bom desempenho delas frente as seleções. Por um lado, ao exaltarem o sucesso das treinadoras a partir do seu talento e bom desempenho de suas equipes, as notícias mostram o potencial das mulheres no comando das equipes, quebram paradigmas e preconceitos e evidenciam a falta de oportunidades dadas às mulheres no comando das equipes. Por outro, caberia indagar em que medida o destaque dado às treinadoras, em um universo de dominação masculina, não se relaciona em parte com o caráter inesperado e inusitado do sucesso das mulheres no comando das equipes finalistas – excepcionalidade (atribuído pelo senso comum) que confere valor às notícias e corrobora para sua seleção.⁶⁴

O cargo de treinador na Copa foi majoritariamente ocupado por homens, e de certa forma isso é um reflexo das ocupações desse cargo no esporte em geral, onde as mulheres ocupam um espaço bem menor. A participação de mulheres como treinadoras esportivas de equipes de mulheres no Brasil, por exemplo, é de apenas 7% (FERREIRA et al. (2013).

Em uma pesquisa realizada por Passero et al (2020), ao analisarem o espaço destinado aos homens e mulheres nos cargos de comissão técnica no Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino, houve uma predominância de homens (85%) ocupando os cargos de comissão e o cargo que houve uma maior participação de mulheres (22%) foi o de auxiliar técnica, seguido de massagista e

⁶⁴ O estudo de Gautung e Ruge, de 1960, aponta a ideia de desvio como um padrão clássico para a seleção das notícias. Esse caráter desviante ajudou diversos pesquisadores (Wolf, Traquina, etc) a elegerem diferentes valores notícias, dentre eles esse caráter inesperado de alguns acontecimentos o agrega valor de notícia.

treinadora. Nessa mesma pesquisa, percebeu-se que na participação de mulheres nos cargos analisados tem aumentado de modo lento e gradual ao longo dos anos (2013-2019).

Na pesquisa realizada por Braga, Monteiro e Mourão (2019) sobre os cargos ocupados por mulheres no Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino 2019, os autores identificaram que dos 92 cargos, 18 são ocupados por mulheres. Sendo que dos cargos relacionados à performance (técnico, auxiliar técnico, preparador físico e preparador de goleiras), somente 15,78% são ocupados por mulheres. Já nos cargos relacionados ao cuidado e prevenção (médico, fisioterapeuta e massagista), as mulheres ocupam 25,71% dos cargos.

Essas pesquisas nos mostram que por um lado tem aumentado essa presença das mulheres ocupando cargos relacionados ao futebol, no entanto elas ocupam cargos menos importantes e os cargos de liderança ainda são ocupados majoritariamente por homens.

Ao questionar o porquê de poucas mulheres ocuparem esse cargo de treinadoras esportivas no Brasil, Ferreira et al. (2013) realizaram um estudo com objetivo de verificar quais são os motivos dessa baixa representatividade. O levantamento feito na pesquisa mostrou que das 259 federações esportivas analisadas, em apenas 7% as mulheres ocupam o cargo de treinadoras. Além disso, as participantes elencaram os motivos pelos quais ocorre a baixa representatividade delas nos cargos de comando, são eles: barreiras enfrentadas pelas técnicas; dificuldade de ascensão na carreira; aceitação feminina da exclusão; falta de mulheres com perfil para o cargo e desistência da carreira. A partir desses resultados, observamos os motivos por trás de ter tão poucas mulheres ocupando cargos de comando: além de se preocuparem com questões relacionadas aos treinos, competições, desempenho de suas equipes, as mulheres ainda encontram muitas barreiras, têm que se dedicar aos papéis e funções esperados atribuídos socialmente a elas na família e se qualificar cada vez mais para conquistarem respeito e justificarem sua presença naquele cargo. Como sintetiza Passero, os “atributos tradicionalmente masculinos são esperados e supervalorizados nesses cargos e as características de feminilidade, tradicionalmente vinculadas à mulher, são indesejadas nesse contexto.” (PASSERO, 2020, p. 03).

Muitas vezes essas barreiras não estão relacionadas à falta de preparo das treinadoras, mas sim ao maior questionamento e cobrança que recai sobre as mulheres. Para se manterem ocupando essas posições de poder, elas devem possuir vasta qualificação, já que ao ocuparem cargos de liderança elas são desafiadas em relação a sua capacidade de estar ali (PASSERO, 2020).

Além de abordar o sucesso das treinadoras na Copa, os portais também deram destaque para a relação de projetos de países que buscaram fortalecer o futebol de mulheres com o bom desempenho de suas seleções na Copa 2019.

Não é por acaso que o time comandado por Corinne Diacre está em quarto lugar no ranking da Fifa do futebol feminino e chegou para esse Mundial sob muitas expectativas

de finalmente conquistar um título de expressão na modalidade. O investimento da Federação Francesa com programas especiais para incentivar a formação de clubes de base e profissionais entre as mulheres começou há pelo menos 10 anos. A evolução é nítida: se na primeira participação da França na Copa feminina o país sequer avançou da primeira fase – estava no grupo do Brasil, inclusive, conseguiu um empate com a seleção, mas ficou em terceiro da chave e voltou para casa, em 2011, dois anos após o programa de desenvolvimento, as francesas já conseguiram seu melhor resultado ficando em quarto no Mundial. (COMO A FRANÇA VIROU POTÊNCIA E FAVORITA CONTRA O BRASIL NA COPA FEMININA, Renata Mendonça, Dibradoras, 21/06/2019)

As holandesas nunca figuravam entre as grandes forças do futebol feminino. A Copa do Mundo da França é apenas a segunda com uma participação da Holanda. Mas a campanha realizada até a semifinal e o trabalho dos últimos anos elevaram o nível e colocaram essa equipe em um outro patamar. No Mundial de 2015, o seu primeiro, a Holanda chegou apenas nas oitavas de final. Mas, desde então, percorre um caminho que mostra que a presença nesta semifinal não chega a ser uma surpresa. Em 2017, a Holanda venceu a Eurocopa em casa e trouxe um grande interesse do país na futebol feminino. Apesar disso, teve um caminho tortuoso na classificação para a Copa, avançando apenas na repescagem europeia. Algo que, ao longo do torneio, parece ter sido colocado no passado. Sob o comando da técnica Sarina Wiegmann, com trajetória pelo futebol dos Estados Unidos, a Holanda lapidou nos últimos anos uma geração formada por atletas de enorme talento. Jovens que atuam juntos desde as categorias de base, se conhecem e se desenvolveram no mesmo tempo. [...] Com a presença na semifinal, a Holanda conseguiu outro feito inédito para a seleção feminina do país. No ano que vem, a equipe estará nos Jogos Olímpicos de Tóquio. (COM A MAIOR ARTILHEIRA E EX-MELHOR DO MUNDO, HOLANDA CHEGA NA SEMI DA COPA E EMPOLGA O PAÍS, Amanda Kestelman, Globoesporte.com, 03/07/2019)

Na atual edição da Copa do Mundo feminina, disputada na França, os Estados Unidos colecionam resultados significativos (como o 13 a 0 sobre a Tailândia), seis vitórias em seis jogos e despontam como as favoritas à taça. E ainda por cima tem a possibilidade de conquistar, além do quarto título em oito disputas, os prêmios de melhor jogadora e artilheira. Algo que não seria inédito para a equipe norte-americana.

Há quatro anos, a Holanda foi para sua primeira Copa do Mundo, no Canadá. O resultado não foi muito expressivo. Tudo bem que a derrota acabou sendo para o Japão, até então o atual campeão da competição, por 2 a 1, nas oitavas de final. [...] Nesta Copa do Mundo, a Holanda já fez história ao ser uma das três seleções europeias mais bem colocadas, o que garantiu a equipe laranja na disputa de sua primeira Olimpíada, no ano que vem, em Tóquio. Agora, na final, tal como 2015, a Holanda enfrenta as atuais campeãs. Não são favoritas diante das norte-americanas, mas o futebol sempre guarda grandes histórias. (FINAL EUA X HOLANDA: HISTÓRIA INÉDITA OU REPETIDA?, Bruno Saldanha, Globoesporte.com, 06/07/2019)

Todas essas matérias se referem a equipes treinadas por mulheres. Se por um lado as notícias valorizam o resultado do trabalho das treinadoras, por outro, pode haver uma contradição: as treinadoras, figuras que também são protagonistas dentro da dinâmica do futebol, foram excluídas destas matérias que trataram justamente do sucesso das equipes por elas treinadas.

Como já vimos no capítulo anterior, a dimensão técnica esportiva foi a mais proeminente nos dois portais, ambos produziram notícias que abordaram informações sobre o pré e o pós dos jogos, conquistas individuais de atletas e o desempenho das equipes comandadas por treinadoras. No entanto, ao enquadrar as performances individuais, o Globoesporte.com por vezes utilizou a

estratégia da construção do herói esportivo, enquanto o Dibradoras estabeleceu mais diálogos com outras dimensões, como questões de gênero.

Um dos diferenciais da cobertura do Globoesporte.com em relação ao Dibradoras foram as notícias que tratavam exclusivamente dos resultados dos jogos da Copa – sendo responsáveis por quase metade da cobertura a partir da dimensão técnica esportiva. Apesar de tematizarem o mesmo fato social, ou seja, a partida jogada, houve diferença no enfoque das notícias e nas perspectivas abordadas. O Dibradoras realizou uma cobertura que dialogou com as outras dimensões que perpassam o jogo, enquanto o Globoesporte.com focou no jogo em si, ou seja, nas questões técnicas esportivas pelas questões técnicas esportivas. Assim, na cobertura do Globoesporte.com, em especial nas notícias das partidas, pudemos perceber bem denotadas as características do esporte da mídia (BETTI, 2002): ênfase ao alto rendimento e no binômio vitória-derrota, ignorando a concepção de um esporte com potencial de socialização, educação e autoconhecimento.

DIMENSÃO ESPETÁCULO

A dimensão espetáculo, em ambos os portais, destacou a expectativa pelos jogos da Copa, depositando nesta edição um sentimento de que seria um evento histórico para a modalidade, sendo tratado como uma ‘revolução’ do futebol de mulheres. A notícia abaixo, do portal Dibradoras, demonstra a construção de tal expectativa.

A Copa do Mundo de futebol feminino foi manchete em alguns dos principais jornais do mundo nesta sexta-feira, dia da abertura do torneio em Paris. Com grande expectativa em torno desse Mundial – o primeiro a ter uma cobertura massiva da mídia internacional –, o Mundial deste ano pode representar um ponto de virada na história do futebol das mulheres. É isso que anuncia o jornal britânico Telegraph em sua manchete principal: "Um torneio de futebol? Nós podemos estar assistindo a uma revolução". [...] Se não é possível "respirar" clima de Copa como acontece no torneio masculino normalmente, já pode-se dizer que a visibilidade que esse Mundial feminino está atraindo é algo inédito. A quantidade de caminhões de transmissão ao redor do estádio da abertura em Paris já evidencia isso. A BBC, uma das maiores emissoras do mundo, está com uma equipe de mais de 200 pessoas na França para fazer a cobertura do torneio – um número imensamente maior do que o desolado em 2015. Isso já mostra o tanto de atenção que a Copa feminina está despertando. No total, 950 mil ingressos foram vendidos até agora – em 2015, o público total do Mundial feminino foi de 1,35 milhão. A organização acredita que superará esse número e já reforça que tem 10 jogos esgotados, com o objetivo de dobrar isso nos próximos dias. Com o início do torneio, a ideia é que o clima vá contagiando as pessoas a comprarem seus ingressos e acompanharem uma Copa histórica que já está acontecendo na França. (JORNAIS DO MUNDO FALAM EM ‘REVOLUÇÃO’ COM A COPA FEMININA EM 2019, Renata Mendonça, Dibradoras, 07/06/2019)

A partir dessa matéria, observamos essa grande expectativa em torno da Copa, sobretudo pela mobilização tanto das emissoras que disponibilizaram/levaram equipes de jornalistas para cobrir o evento, quanto a mobilização de torcedores para conseguir ingressos para assistir as partidas. Esse movimento exposto pela notícia denota o aspecto econômico da Copa a partir do potencial do evento de atrair e mobilizar torcedores para seu consumo. . O sentimento de revolução exposto na notícia tem relação com a visibilidade e procura pelo futebol de mulheres, reforçando a premissa de que outras edições da Copa não tinham/recebiam tanta visibilidade da mídia como a edição de 2019. Claro, para quem normalmente é sub-representada pela mídia, receber um pouco de visibilidade é um elemento de destaque. No entanto, cabe refletir também sobre como a ênfase na ampliação da visibilidade midiática do evento é também uma das suas estratégias de agendamento para criar expectativa e ampliar o público consumidor.

A notícia do Dibradoras reproduziu ainda imagens de jornais franceses com manchetes sobre a Copa do Mundo e a expectativa em torno do evento.

Figura 9 - Capas de jornais franceses sobre a Copa do Mundo de Futebol Feminino 2019



Fonte: Portal Dibradoras

No Globoesporte.com também foi possível observar essa expectativa para a Copa, conforme mostra a notícia abaixo.

É bem verdade que toda Copa do Mundo naturalmente entra para a história do esporte. Mas não é exagero dizer que o que vamos viver a partir desta sexta-feira é histórico antes mesmo de a bola rolar. [...] A primeira edição da Fifa foi há 28 anos, em 1991, e apesar das barreiras quebradas e recordes positivos ao longo do tempo, a edição que começa nesta sexta traz novas possibilidades. Nunca antes houve tantas seleções niveladas por alto e tão pretendentes ao título, como neste Mundial. Além das atuais campeãs americanas, Alemanha, França e Inglaterra estão na lista para chegar ao topo.

Destaque também aos trabalhos de Austrália, Holanda, Canadá e Japão.[...]Será a Copa feminina com maior alcance em termos de transmissão - serão 130 emissoras envolvidas e com alcance de 135 países. É também um Mundial que buscou mobilização em campanhas anteriores ao torneio para chamar a atenção das pessoas. [...]Dois meses antes do Mundial, a Fifa anunciou que a venda de ingressos já estava quebrando recordes. Para se ter uma ideia, as entradas para finais e semifinais esgotaram em apenas 48 horas. Aliás, dez jogos já estão com todos vendidos.(UMA NOVA REVOLUÇÃO FRANCESA: POR QUE ESTA COPA DO MUNDO FEMININA JÁ É HISTÓRICA ANTES MESMO DE COMEÇAR, Amanda Kestelman e Victoria Leite, Globoesporte.com, 07/06/2019)

A partir dessas notícias foi possível observar como os portais mobilizaram elementos para caracterizar a Copa 2019 como um evento histórico a partir da sua grande visibilidade.

Ainda no início do evento, o portal Globoesporte.com, em tom eufórico, destacou a grande repercussão do jogo de estreia da seleção brasileira contra a jamaicana nas redes sociais.

A bela vitória da seleção brasileira sobre a Jamaica na estreia da Copa do Mundo Feminina levou a internet à loucura na manhã deste domingo. Durante a partida, os dez assuntos mais comentados do Twitter eram sobre o triunfo canarinho ou sobre o Mundial que acontece na França. E, claro, Cristiane, autora de um hat-trick no duelo em Grenoble, foi uma das mais exaltadas nas redes. (ESTREIA DO BRASIL NA COPA E SHOW DE CRISTIANE LEVAM A INTERNET AO DELÍRIO, Globoesporte.com, 09/06/2019)

Figura 10 - Meme publicado no twitter



Fonte: Portal Globoesporte.com

Figura 11- Publicações do Twitter sobre vitória brasileira no jogo Brasil X Jamaica



Até “Cerginho”, do Falha de Cobertura, exaltou a artilheira.

Fonte: Portal Globoesporte.com

A notícia também evidencia outra estratégia utilizada pelo Globoesporte.com na construção do seu conteúdo sobre a Copa 2019: o uso de postagens de participantes da rede social Twitter como fonte ou ilustração do conteúdo da notícia – personificando a manifestação dos torcedores, comentando sobre atletas e seleções, reproduzindo memes, entre outros.

A notícia a seguir nos mostra como o portal Dibradoras abordou de forma crítica as redes sociais e demais mídias digitais, analisando o monitoramento das postagens e comentários sobre a Copa 2019.

Na estreia da seleção brasileira na competição, o monitoramento mostrou um dado bem importante. O público feminino foi quem mais comentou sobre a partida nas redes sociais, representando 54% de interações contra 36% do público masculino. Outra informação captada foi que Marta, mesmo sem entrar em campo, foi a jogadora mais citada nas redes.[...]Marcas, influenciadores, veículos e fan-pages engajaram muitas pessoas por meio de posts em seus perfis. A Rede Globo, por exemplo, é o veículo de imprensa que mais alcançou seguidores durante o jogo nas redes sociais. Com nove posts feitos sobre o jogo em redes como Facebook e Twitter, a emissora impactou mais de 10 milhões de pessoas. [...]Mesmo marcando os três gols da vitória do Brasil, a atacante Cristiane foi a segunda jogadora mais mencionada da seleção nas redes sociais. Marta, em primeiro lugar, lidera o ranking com 15% das citações, Cristiane em segundo com 13% e em terceiro, Formiga, que disputa sua sétima Copa do Mundo, aparece com 5% das menções.[...]As redes sociais das jogadoras brasileiras também cresceram vertiginosamente após o primeiro jogo. Entre os dias 07 e 10 de junho, Formiga foi a atleta que mais cresceu nas redes sociais, cerca de 295%. [...] Para além das emissoras de tevês, as redes sociais também demonstram com exatidão o quanto tem sido positiva a

visão do público sobre a modalidade. (O IMPACTO DA COPA FEMININA E DA ESTREIA DO BRASIL NAS REDES SOCIAIS, Roberta Nina, Dibradoras, 10/06/2019)

Essas notícias nos mostram que embora a televisão ainda possua certa centralidade na veiculação do esporte, bem como na construção da estética (um modo de representar e narrar), há ampliação da importância das redes sociais na atualidade para a divulgação dos eventos esportivos, para o consumo midiático do esporte em diferentes plataformas e para fornecer feedback dos espectadores para as emissoras televisivas.

O uso das redes sociais pode ser uma alternativa interessante para o cenário das mulheres no esporte – onde a invisibilidade é tão presente. Medeiros et al (2017), por exemplo, observaram que as fotos compartilhadas nas redes sociais de atletas universitárias se mostraram como uma alternativa de ampliação da visibilidade do futebol de mulheres, sobretudo pela característica das redes, da possibilidade de conectar ao mesmo tempo muitas pessoas que possuem interesse pelo mesmo assunto.

O crescimento de seguidores nas páginas das redes sociais das jogadoras também é um movimento importante proporcionado pelas redes sociais, faz com que a voz das jogadoras seja ouvida e impacte mais pessoas. Também mostrou como ampliar a divulgação e visibilidade despertou o interesse das pessoas em conhecer as jogadoras, conhecer a modalidade. Sabedora de que não temos interesse por aquilo que não conhecemos, a mídia organiza estratégias para divulgar seus produtos e criar expectativa. Portanto, a partir do momento que é divulgado que há interesse, a procura aumenta. Outro dado interessante da notícia do Dibradoras é que a maior parte dos usuários que procuraram informações sobre a Copa é do sexo feminino: o que nos leva a pensar na importância do evento para a identificação e representatividade das mulheres.

A pouca visibilidade do futebol de mulheres e o consequente desconhecimento sobre o universo da modalidade, bem como o interesse pela modalidade despertado pela Copa 2019 foram abordados pelo portal Dibradoras a partir de dados do buscador Google.

Um outro indicativo que mostra o crescimento do interesse pelo futebol feminino está nas buscas do Google. No último domingo, dia da estreia da seleção brasileira, a atacante Cristiane fez três gols e resolveu a partida para a seleção brasileira. Isso fez com que a busca pelo nome dela no Google tivesse um aumento de 7.800% – cresceu oitenta vezes se comparado ao sábado, considerando a procura feita no site no Brasil. Já as principais perguntas feitas ao Google desde o fim do jogo da seleção brasileira feminina contra a Jamaica mostram o interesse das pessoas em saber mais sobre a história do futebol feminino no Brasil. A que mais apareceu foi "quando é o próximo jogo da seleção feminina", mas há um destaque também para:– Quantas Copas tem a Seleção feminina de futebol?– Quando começou o futebol feminino no Brasil?– Quando surgiu o futebol feminino no Brasil? [...] Algumas das perguntas que mais foram feitas no Google por esses dias relacionadas a esse assunto foram justamente sobre quando seria o jogo da seleção e que horas.– A que horas é o jogo da Seleção Brasileira feminina?– Que dia é o jogo da Seleção Brasileira feminina?– Quando o Brasil feminino vai jogar? Mas as perguntas sobre a história do torneio também não deixaram de aparecer. (SELEÇÃO

FEMININA NA TV ABERTA ALCANÇOU 32 MI; BUSCAS NO GOOGLE DISPARAM, Renata Mendonça, Dibradoras, 11/06/2019)

A notícia nos traz elementos para pensarmos que a história e as personagens do futebol de mulheres no Brasil ainda são pouco conhecidas. À revelia do interesse público – uma das chaves do jornalismo –, o silenciamento /pouca visibilidade da mídia – agravado pelo pouco apoio da CBF, federações, clubes e patrocinadores – dificulta também que o futebol de mulheres seja atraente o suficiente para ser noticiado a partir do interesse do público – produto de mídia abordado a partir do entretenimento. Claro que não podemos ignorar a relevância da exposição – na televisão aberta e nas mídias digitais – que o evento trouxe à modalidade. Os recordes de audiência em diferentes canais e formatos nos mostram que realmente o evento despertou o interesse pela modalidade no público. Nesta direção, a notícia abaixo do portal Globoesporte.com tematiza a audiência e busca expor os fatores que explicam o seu crescimento.

Mais de 108 milhões de pessoa impactadas pelas partidas. Mais do que o dobro em relação à edição anterior. A [Copa do Mundo de futebol feminino](#) bateu recorde de audiência em 2019 no Brasil, segundo números do Kantar Ibope Media obtidos pelo blog. Há pelo menos três fatores que explicam o crescimento da audiência. Em primeiro lugar, há um evidente interesse do público em consumir a modalidade. Em segundo, a Copa conseguiu a transmissão da TV Globo na rede aberta em 2019, em substituição à TV Brasil em 2015. Também jogou a favor da Copa de 2019 o fato de que a cobertura foi maior, ou seja, mais partidas foram transmitidas por canais abertos e fechados. A Bandeirantes, por exemplo, que havia feito a transmissão apenas das oitavas de final em 2015, neste ano passou a fase de grupos. (COPA DO MUNDO FEMININA MAIS DO QUE DOBRA AUDIÊNCIA DE EDIÇÃO ANTERIOR E BATE RECORDE NO BRASIL, Rodrigo Capelo, Globoesporte.com, 05/07/2019)

A notícia, embora aponte fatores pertinentes ao crescimento da audiência da modalidade, em especial o papel da cobertura da Copa 2019 na principal rede de TV aberta do Brasil e a ampliação do número de partidas transmitidas, parte do “evidente interesse do público em consumir a modalidade” sem refletir sobre os fatores que levaram ao aumento deste interesse. Assim, a circularidade entre agendamento e audiência não entra em pauta, tampouco o fato da noticiabilidade e consequente audiência do futebol de mulheres ser sazonal e concentrar-se no período de grandes eventos como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos. Pensado como produto de mídia, ou seja, inserido em uma estratégia de divulgação e cobertura midiática que garantem visibilidade e condições de consumo, a prerrogativa de que o futebol de mulheres não dá audiência não se sustenta. A verdade é que é difícil se interessar por algo que não é transmitido e, portanto, não encontra espaço de valorização.

O portal Dibradoras, a partir dos dados de audiência da Copa 2019, também questionou o argumento de que o futebol de mulheres não possui visibilidade porque não desperta o interesse do público.

Está ficando cada vez mais difícil para os 'haters' que insistem em dizer que "futebol feminino não dá audiência". Esta Copa do Mundo feminina veio como um marco para comprovar que, quando há divulgação e visibilidade, os números evidenciam que um jogo de mulheres pode, sim, ter grande interesse do público [...] Somando a transmissão de Globo, Band e SporTV, foram 35,245 milhões de pessoas assistindo à partida. Somando todas as TVs do país que estavam ligadas em um canal aberto, 53% delas estavam na Globo durante a transmissão do jogo. Esse número é simplesmente **a maior audiência da história das Copas do Mundo de futebol feminino no mundo inteiro**. Antes, o detentor do recorde era os Estados Unidos, que registraram 25,6 milhões de espectadores assistindo à final do Mundial em 2015, quando as americanas derrotaram o Japão e conquistaram o tricampeonato. Para se ter uma ideia do crescimento de uma Copa para a outra no Brasil, em 2015 o SporTV também transmitiu os jogos da seleção feminina, mas naquela época havia pouquíssima divulgação – por parte dos próprios canais que estavam transmitindo – sobre os horários dos jogos e qualquer coisa relacionada ao Mundial. Os números de audiência, obviamente, foram bem menos expressivos naquele ano. Em 2015, o jogo entre Brasil x Austrália nas oitavas de final da Copa teve apenas 0,82 ponto de audiência no SporTV (a Globo nem transmitiu) e, neste ano, a mesma fase do torneio teve uma audiência 300% maior, chegando a 3,26 pontos. (30 MILHÕES VIRAM BRASIL X FRANÇA, A MAIOR AUDIÊNCIA DA HISTÓRIA DA COPA, Renata Mendonça, Dibradoras, 25/06/2019)

O Brasil ter sido o país com maior audiência para este jogo da Copa é mais um indício da relação entre as estratégias de divulgação e veiculação do evento e o interesse da população pelo futebol de mulheres. Cabe destacar que o “Relatório de transmissão global e público” da Copa 2019, documento oficial da FIFA sobre a audiência e a visibilidade do evento, explicita que “a audiência brasileira foi impulsionada pelo envolvimento da maior emissora nacional Globo” (FIFA, 2019, p. 6), e apresenta a justificativa de que apenas a Globo foi responsável por uma audiência oito vezes maior que a alcançada pela soma de todas os canais televisivos na edição anterior de 2015.

Embora não tenha sido o foco das análises deste trabalho, mostrou-se relevante observar as associações entre os perfis oficiais da FIFA no Twitter e a transmissão televisiva. Como já apontado anteriormente, publicações em redes sociais – torcedores, atletas/ex-atletas, celebridades, jornalistas, entre outros – são frequentemente utilizadas como fonte das notícias para o jornalismo. As redes sociais, por sua vez, tematizam, comentam, discutem os conteúdos da mídia, incluindo seus enquadramentos e estratégias de produção (PEREIRA et al, 2015). No contexto dos portais estudados, os perfis da FIFA no Twitter foram canais de diálogo com as notícias sobre a Copa 2019 e a transmissão televisiva – ora como fonte para o jornalismo, ora pautando a cobertura televisiva do evento.

Nesta direção, Gastaldo et al.(2005) dizem que com o surgimento e crescimento da mídia o esporte cada vez mais tem agregado características de um espetáculo a ser assistido, tornando-o um objeto de consumo de massa. Assim, o esporte é tratado de uma forma que gere audiência e atraia o público: tudo se refere à conquista de audiência e o jornalismo se apropria da importância de

eventos como a Copa do Mundo de futebol para aumentar o interesse social a partir de todos os meios que possui:

(...) existe toda uma “construção de interesse” por parte do discurso midiático. Esta construção opera como um “amplificador” dessa demanda social, magnificando esse interesse e tornando-o central e quase exclusivo na definição da realidade no país, colaborando para gerar fenômenos de audiência a cada jogo do Brasil na competição. Afinal, audiências recordes equivalem diretamente a valorizações recordes de cada segundo veiculado (GASTALDO, 2009, p. 367)

Quando olhamos para o evento Copa do Mundo de Futebol Feminino, em um primeiro momento tornam-se embaçadas as fronteiras entre a “invenção” e o “aumento” do interesse do público pelo futebol de mulheres. Não há dúvida de que a mídia parte da demanda social – o Brasil, nos termos de Gastaldo (2009), é o “país do futebol mediatizado”. No entanto, ao analisarmos as estratégias da mídia para agendar, transmitir e noticiar a Copa do Mundo 2019, todas elas voltadas à promoção do evento, fica evidente o papel desempenhado pela mídia na construção do interesse social.

As estratégias de agendamento, por exemplo, contribuíram para a construção do interesse social pela Copa 2019 e foram mais presentes no portal Globoesporte.com – pertencente à empresa detentora dos direitos de transmissão. Quando observamos o portal Globoesporte.com, a produção de notícias aumentou significativamente – e em proporção maior que o portal [Dibradoras](http://Dibradoras.com) – conforme o início do evento se aproximava, e se expandiu ainda mais durante o evento. Portanto, ao ser a detentora dos direitos de transmissão, a Globo se utilizou de diversas estratégias para aumentar o interesse social pelo evento, entre elas fazer do jornalismo um espaço para se auto exaltar e ampliar a expectativa do público para o seu próprio produto⁶⁵.

Observamos, portanto, a forte influência de interesses comerciais nessas decisões estratégicas das emissoras em grandes eventos como a Copa do Mundo de Futebol de homens (GASTALDO, 2009) e nos Jogos Olímpicos (PIRES; LISBÔA, 2015). Ao olharmos para a Copa do Mundo de futebol Feminino da FIFA, evento que normalmente não é um produto tão explorado pela mídia como as suas edições para homens e os Jogos Olímpicos, percebemos que o Globoesporte.com utilizou da estratégia de auto-agendamento para criar interesse do público. E um dos fatores que pode ter contribuído para isso é que ao se tornar esse objeto principal a ser explorado e vendido pela Globo, o futebol de mulheres teve que se adequar ou passar por processo mais agudo de

65 Movimento parecido também foi observado por Lisbôa et al (2015) durante os Jogos Olímpicos de Londres 2012. Naquele contexto, a emissora de TV Record possuía os direitos de transmissão dos jogos, e os autores observaram essa mesma estratégia de auto agendamento – pois a Record veiculava com exaltação os fatos acontecidos e agendava os jogos que ainda ocorreriam. Além disso, os autores ainda observaram a estratégia de “não agendamento” das emissoras Globo e Band, ou seja, essas emissoras noticiavam outros acontecimentos e silenciavam ou davam pouquíssimo espaço para os Jogos Olímpicos em seus telejornais – afinal, este era um produto explorado pela emissora concorrente. Essas estratégias de enquadramento atendem ao mesmo princípio: o de influenciar a opinião pública (Lisbôa et al., 2015), seja para o bem ou para o mal.

espetacularização, virar um produto de consumo seguindo as mesmas lógicas e processos pelos quais passam a Copa do Mundo de Homens, os Jogos Olímpicos e demais eventos de relevância mundial.

O aspecto econômico da Copa envolve outras questões além da audiência da TV e redes sociais, outras formas de divulgação com o intuito de atrair o público para o evento também se tornaram conteúdos das matérias no Globoesporte.com, como podemos observar nas notícias abaixo:

Desde a chegada na França, as jogadoras da seleção brasileira se uniram para levantar o astral e tentar iniciar uma nova etapa na [Copa do Mundo](#). O retrospecto ruim nos jogos que antecederam o torneio tinha que ficar para trás. A música se tornou aliada, com as atletas carregando seus instrumentos em todos os trajetos. E o ambiente ganhou uma trilha sonora toda especial. A música "Jogadeira" se tornou o hino oficial das mulheres brasileiras na Copa da França. Está presente no caminho do treino e na volta para o hotel. Também naqueles momentos de descontração e descanso. Mas ganhou de fato o país quando Cristiane, ao marcar três gols, elegeu essa a canção para embalar sua atuação no "Fantástico". Viralizou, fez sucesso em todo o Brasil. ("QUAL É, QUAL É... FUTEBOL NÃO É PRA MULHER?": CONHEÇA A HISTÓRIA POR TRÁS DO HINO DA SELEÇÃO NA COPA, Amanda Kestelman e Denise Thomaz Bastos, Globoesporte.com, 11/06/2019)

A Copa do Mundo Feminina que está sendo disputada na França levou o publicitário potiguar César Valença a apresentar seus traços para destacar as jogadoras da seleção brasileira. As ilustrações de Marta, Cristiane e Andressa Alves logo começaram a viralizar entre os torcedores por todo o Brasil.[...] - A repercussão está sendo legal. Muitos blogs e perfis do Instagram estão compartilhando e, inclusive, a atacante Andressa Alves chegou a compartilhar os desenhos. Vou continuar a fazer para as pessoas conhecerem mais as meninas - completou. (PUBLICITÁRIO CRIA ILUSTRAÇÕES PARA HOMENAGEAR CRAQUES DA SELEÇÃO NA COPA DO MUNDO FEMININA, Augusto César Gomes, Globoesporte.com, 11/06/2019)

Em outras Copas, encontrar o álbum de figurinhas do mundial feminino era raro por não ser popular. Em 2019, ele continuar difícil de achar nas bancas, mas desta vez por estar esgotado em diversos locais de Araraquara, interior de São Paulo, cidade que respira o futebol feminino por conta do trabalho da Ferroviária desde 2001, quando surgiram as Guerreiras Grenás, em alusão às cores do clube.[...] Nas ruas de Araraquara, quem conseguiu o álbum de figurinhas nas bancas celebrou. Caso de Antonella Cuenca, de 12 anos, que joga futebol e encontrou na publicação uma forma de se aproximar de Marta e Cia.

Ela disse que queria o álbum, é apaixonada pela Bia, pela Marta, fomos atrás, mas foi difícil encontrar – afirmou a mãe dela, Vanessa.

Sempre tive vontade de jogar futebol, desde criança. É minha paixão. Acho que posso sim ser jogadora um dia – completou Antonella. (IMPULSIONADO POR GUERREIRAS GRENÁS, ÁLBUM DA COPA VIRA FEBRE ENTRE MENINAS DE ARARAQUARA, Globoesporte.com, 19/06/2019)

Essas notícias nos mostram outras ferramentas que ajudaram a mobilizar o interesse pela Copa 2019: comprar um álbum de figurinha mobiliza torcedores, criar uma música para a seleção feminina desperta um sentimento de nacionalidade e produzir material ilustrando as atletas as

tornam familiares ao público. Todas essas formas de divulgação mobilizam torcedores e geram interesse do público.

Pires (2002), utilizando como base estudos de Adorno e Horkheimer⁶⁶, destaca que “a indústria cultural, por seus agentes, que são os diferentes meios de comunicação de massa, estaria produzindo um sistema próprio, pseudoformador, em cuja essência estaria o mecanismo de indiferenciação entre as suas diversas produções.” (PIRES, 2002, p.63). Ou seja, o futebol de mulheres passou por esse processo de indiferenciação, tornando-se um produto do espetáculo esportivo, se adequando às regras do mercado, agregando características de um futebol espetacularizado, com interesses econômicos, assim como o futebol de homens.

No entanto, Pires (2002) ressalta que apesar do mecanismo de indiferenciação dos produtos, Adorno e Horkheimer destacam a importância do movimento de diferenciação desses produtos na mídia como estratégia de incentivo ao consumo – como sendo uma novidade, um apelo – porém sem alterar a essência do produto, neste caso, a especificidade do futebol como um todo, e do futebol de mulheres em específico.

Assim também se dá em relação ao esporte. Não que as diferentes modalidades estejam se tornando assemelhadas, mas o processo de produção, venda e consumo do espetáculo esportivo segue uma ordem análoga, isto é, baseia-se em idênticos procedimentos técnicos e iguais interesses comerciais” (PIRES, 2002, p.94)

Portanto, a Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA foi vendida como uma novidade, porém passou pelo processo de produção e venda baseado em interesses comerciais, em que interessava mais a rentabilidade a partir da construção da audiência do que as questões relacionadas ao contexto social do futebol de mulheres.

De certa forma, o portal Dibradoras estabeleceu contrapontos à espetacularização predominante nas coberturas esportivas, como podemos observar na notícia que abordou a polêmica publicação de uma edição do jornal satírico francês Charlie Hebdo

O jornal satírico francês Charlie Hebdo lançou mais uma polêmica nesta semana. Desta vez, para falar da Copa do Mundo de futebol feminino, que acontece na França, a publicação usou uma imagem um tanto quanto controversa. A capa traz o desenho de uma vulva com uma bola de futebol no meio e os dizeres: “Nós vamos comê-las por um mês”. Como não poderia deixar de ser, a repercussão foi grande nas redes sociais do mundo inteiro.[...] “É incrivelmente vulgar”, afirmou a Cnews, que decidiu censurar a acapa. O assunto dominou também o Twitter com muitas mulheres e homens criticando a abordagem do Charlie Hebdo sobre o futebol feminino. (O POLÊMICO CHARLIE HEDBO NA COPA FEMININA: ‘NÃO É ENGRAÇADO, É IRRITANTE’. Renata Mendonça, Dibradoras, 13/06/2019)

A notícia do Dibradoras, ao criticar a inadequação do Charlie Hebdo – embora em tom eufemístico ao descrever um conteúdo claramente machista como “um desenho de cunho

66 ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. Dialética do esclarecimento. Rio de Janeiro: Zahar,1985.

sexual com uma frase grosseira” –, se coloca como uma voz que reflete sobre a própria mídia e os modos como esta constrói as representações sociais sobre as mulheres no esporte, em especial a objetificação do corpo feminino. Se em algum período anteriormente essa objetificação foi aceita e recorrente em matérias relacionadas ao futebol de mulheres – como observaram Salvini e Marchi Junior (2016) em algumas notícias sobre o futebol de mulheres na revista *placar* na década de 1990 que davam destaque ao corpo e a beleza das atletas –, a posição do Dibradoras e de outros veículo, bem como o movimento nas redes sociais, representam um movimento de não aceitação a este tipo de discurso.

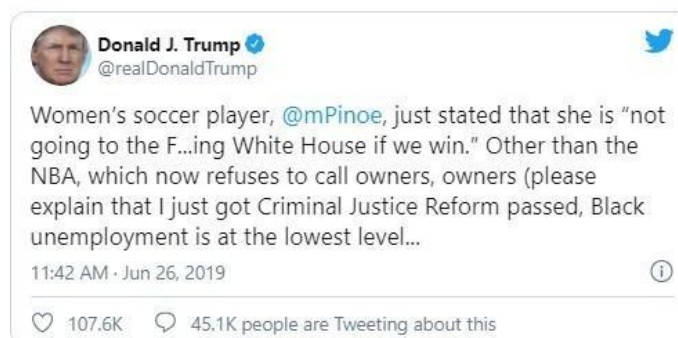
A dimensão espetáculo parte da perspectiva de que o espetáculo esportivo não se limita ao que acontece dentro do tempo/espaço da disputa, ou no caso do futebol, dentro das 4 linhas (MARCHI JUNIOR., 2015). Assim, nesta dimensão concentram-se aspectos que estão relacionados à organização e realização do evento, como as questões burocráticas, políticas e econômicas. Uma temática presente na cobertura da Copa 2019 estava relacionada aos embates políticos decorrentes do posicionamento de atletas, treinadores e demais envolvidos no evento. Talvez o acontecimento mais emblemático desta Copa tenha sido a discussão entre a atleta norte-americana Megan Rapinoe e o Presidente dos EUA Donald Trump.

O portal *Globoesporte.com* abordou esse embate entre Rapinoe e Trump, como podemos observar abaixo:

“Eu não irei para a porra da Casa Branca, não”. A frase de Megan Rapinoe, capitã da seleção dos Estados Unidos que disputa a Copa do Mundo Feminina, não foi nada bem digerida pelo presidente do país, Donald Trump. O Chefe de Estado usou as redes sociais para responder a jogadora que deu a declaração ao ser perguntada se, caso os EUA vencessem o Mundial, ela visitaria a sede do governo norte-americano.

- No nosso país as ligas e os times amam visitar a Casa Branca. Eu sou um grande fã da seleção americana, e do futebol feminino, mas Megan deve VENCER primeiro e depois FALAR! Termine o trabalho! Não convidamos ainda Megan e a seleção, mas agora eu estou convidando a SELEÇÃO, vencendo ou ganhando. Megan nunca deve desrespeitar nosso país. Tenha orgulho da bandeira que você está vestindo – escreveu Trump. (DONALD TRUMP RESPONDE CAPITÃ DOS EUA E DIZ: "MEGAN NUNCA DEVE DESRESPEITAR NOSSO PAÍS", *Globoesporte.com*, 26/06/2019)

Figura 12 - Publicação de Donald Trump no Twitter



Fonte: Publicação do Twitter encontrado no portal *Globoesporte.com*

A notícia do Globoesporte.com enfatizou o posicionamento do presidente Donald Trump em resposta à atleta Rapinoe, incluindo a reprodução de uma das suas postagens de Trump no Twitter. A posição de Rapinoe, pronunciada em uma entrevista dada à revista norte americana "Eight by Eight", é incluída na reportagem através da reprodução de um trecho do vídeo original. Porém, o vídeo é em inglês e não há tradução. A reportagem limita-se a dizer que as declarações da atleta representam um “sentimento de repulsa da seleção americana de futebol feminino pelo seu presidente”. Não há, contudo, exposição dos motivos que levariam a tal sentimento. Em 27 de junho de 2019, dia seguinte à primeira reportagem, a Globoesporte.com novamente abordou o assunto, agora a partir da fala de Rapinou na coletiva de imprensa daquele dia⁶⁷. A notícia focou a breve fala da atleta sobre a incompatibilidade dos valores dela com os do presidente. Não há, mais uma vez, discussão ou contextualização sobre as diferenças político-ideológicas das duas personagens.

O Dibradoras também abordou esse embate, embora este tipo de notícia não tenha sido tão frequente na cobertura do portal. A notícia abaixo

A capitã dos Estados Unidos esteve presente na coletiva de imprensa oficial dos Estados Unidos no dia que antecede a partida diante da França pelas quartas de final da Copa do Mundo feminina e, antes que começassem as perguntas, fez questão de abrir com um posicionamento a respeito da polêmica envolvendo o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump. "Saíram muitas notícias sobre isso recentemente. Eu mantenho o que eu disse sobre não ir à Casa Branca, com a exceção do palavrão. Minha mãe ficaria muito chateada com isso", afirmou a atleta.

Nesta semana, um vídeo que ela gravou em uma entrevista em maio foi divulgado e, nele, a jogadora dizia que "não iria à m**** da Casa Branca" se os Estados Unidos conquistassem o título. Isso acaba sendo um costume comum por lá, dos times campeões visitarem a residência oficial do presidente. [...]Não é a primeira vez que Rapinoe tem um posicionamento forte a respeito da administração de Trump. A jogadora é uma ativista LGBT e há alguns anos não coloca a mão no peito na hora do hino, como é costume dos americanos, nem canta as estrofes por não se sentir representada pela administração do país. [...]Obviamente que sua postura levanta muitas polêmicas nos Estados Unidos e, tão logo sua declaração foi divulgada nas redes sociais nesta quinta-feira, muitos americanos já começaram a atacá-la por sua postura contra o governo de Trump. O ato de não cantar o hino também é considerado bastante desrespeitoso por lá e isso faz com que a jogadora não seja uma unanimidade na torcida. (RAPINOE REFORÇA QUE NÃO IRÁ À CASA BRANCA: ‘NÃO LUTAM PELO MESMO QUE NÓS’, Renata Mendonça,Dibradoras,27/06/2019)

67 “APÓS RESPOSTAS DE TRUMP, CAPITÃ AMERICANA REITERA POSIÇÃO CONTRA O PRESIDENTE: ‘PELOS MEUS VALORES’”. Globoesporte, 27/06/2019. Disponível em <https://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/capita-da-selecao-feminina-doseua-volta-a-rejeitar-convite-para-a-casa-branca.ghtml>

No portal Dibradoras, a fala de Megan Rapinoe é acompanhada de uma contextualização que apresenta e discute os posicionamentos da atleta contra a administração de Trump, em especial seu histórico de lutas como ativista LGBT.

A discussão entre a atleta e o presidente dos EUA se tornou emblemática na Copa. Não é comum ver atletas se posicionando publicamente e de forma tão incisiva contra seus governantes, ainda mais em um evento em que tem sobre si as lentes do mundo todo. Embora o fato tenha sido abordado em ambos os portais, a ênfase, como exposto, é distinta entre eles.

É polêmica, na sociedade e na mídia, o posicionamento aberto de atletas sobre questões políticas e sociais, e, por vezes, inclui a represália e punições por parte de equipes, clubes, federações entre outros⁶⁸ – como vimos em 2020. Esse embate foi um assunto recorrente durante a Copa, sobretudo quando os EUA se aproximavam das fases finais da competição. Sem dúvidas, termos atletas se posicionando politicamente e sendo noticiadas pela mídia é um acontecimento importante. Embora a mídia saiba que as manifestações políticas, uma vez noticiadas, possam também impulsionar a visibilidade e interesse pelo evento, é relevante que as vozes de mulheres atletas sejam ouvidas e encontrem eco ao tratarem de questões de grande relevância para a sociedade.

Outras “polêmicas” que geraram discussão em relação à Copa – também relacionadas à seleção dos EUA – foram abordadas pelo portal globoesporte.com, conforme vemos a seguir:

Agora, todos os olhares da Copa do Mundo estão voltados para Lyon. Palco das semifinais e da final do torneio, a cidade receberá, nesta terça-feira, o duelo entre Estados Unidos e Inglaterra. Um confronto que gera enorme expectativa por sua importância, seus personagens e também por suas polêmicas. Arrogância. Uma palavra que esteve presente ao longo dos últimos dias nas perguntas e respostas das coletivas de imprensa. A opinião pública britânica reforçou por algumas vezes declarações e atitudes americanas que, sob determinado ponto de vista, mostravam confiança acima do tom antes da semifinal. Criou-se primeiro uma linha tênue entre "arrogância ou planejamento". [Funcionários da equipe americana estiveram no último domingo no hotel onde a delegação inglesa está hospedada](#). A ideia era se antecipar em caso de uma classificação para a final e utilizar a instalação até o fim de semana.[...]Entretanto, antes do jogo a polêmica já estava instalada. E houve, inclusive, veículos britânicos levantando a hipótese de espionagem durante a visita no hotel. O "hotelgate", como parte da imprensa da Inglaterra classificou, já faz parte da semifinal da Copa. (SEMI COMEÇA COM POLÊMICAS, DUELO PARTICULAR E UMA PERGUNTA: É POSSÍVEL VENCER OS ESTADOS UNIDOS?, Amanda Kestelman, Globoesporte.com, 02/07/2019)

Depois da polêmica comemoração da capitã norte-americana, Alex Morgan, que simulou estar bebendo um xícara de chá depois de marcar o primeiro gol dos Estados Unidos na semifinal contra a Inglaterra. Megan Rapinoe, companheira de Morgan nos Estados Unidos, defendeu a atacante em entrevista ao jornal "L'Equipe", da França.

68 Um exemplo de represália contra as manifestações de atletas envolveu a jogadora brasileira de vôlei de praia Carol Solberg. Por ter gritado a frase “Fora Bolsonaro” em uma entrevista ao vivo (SporTV2) ao final de uma das etapas do Circuito Brasileiro de Vôlei de Praia (disputada em Saquarema – RJ em setembro de 2020), a atleta foi denunciada e julgada pelo Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD). A atleta recebeu uma advertência – uma medida educativa, de acordo com o presidente da comissão julgadora.

- É Copa do Mundo, o que vocês esperam que a gente faça? Eu não acho que alguém realmente acredite que nós desrespeitamos o jogo ou nossas adversárias. Nós temos todo o respeito pela Inglaterra, por todos os times que enfrentamos e por todos que ainda vamos enfrentar. Treinar duro, jogar duro e se divertir o máximo está no DNA desse time - afirmou Rapinoe.

Depois de causar polêmica, Morgan explicou que a comemoração foi uma resposta às críticas de arrogância feitas aos Estados Unidos. Além disso, a jogadora ainda afirmou que foi uma maneira de desafiar a própria Rapinoe, que estava fora da partida, mas faz sucesso nas redes sociais com sua comemoração. (DEPOIS DE POLÊMICA EM COMEMORAÇÃO CONTRA INGLATERRA, RAPINOE DEFENDE ALEX MORGAN, Globoesporte.com, 03/07/2019)

Mais uma vez, a seleção dos EUA virou notícia e gerou discussão devido ao seu comportamento dentro e fora de campo. A postura confiante da seleção dos EUA compõe por um lado, a imagem de uma equipe multi-campeã de um país que investe no desenvolvimento da modalidade. No entanto, por outro lado, essa postura de confiança foi muito retratada – pelas fontes, mas também pelos jornalistas – como arrogância⁶⁹.

De modo geral, os dois portais abordaram os aspectos econômicos da Copa 2019 a partir dos dados sobre a audiência e visibilidade na TV e nas redes sociais. No portal Globoesporte.com, este enquadramento ampliado do espetáculo abordou mais aspectos e temáticas – do álbum de figurinhas às polêmicas sobre as declarações políticas de atletas. Ou seja, embora tenhamos encontrado ênfase em conteúdos de interesse público neste portal, com destaque para as notícias sobre as partidas, mas também sobre aspectos econômicos, audiência, visibilidade da Copa nas redes sociais, entre outros, o portal também deu muito destaque a aspectos de interesse do público, com notícias com perfil de entretenimento e pouco valor informativo.

Já o Dibradoras concentrou suas notícias sobre o espetáculo em menos aspectos e temáticas – em especial sobre a audiência e a visibilidade na TV, mídia impressa e redes sociais. Porém, as notícias se mostraram mais complexas e contextualizadas, elencando explicações e buscando associar as notícias a contextos mais amplos – como no caso da notícia do jornal francês Charlie Hebdo que sexualizou as mulheres

DIMENSÃO QUESTÕES DE GÊNERO

A dimensão questões de gênero recebeu um tratamento diferenciado pelos portais. No portal Dibradoras, esta foi uma dimensão selecionada para fazer parte da cobertura da Copa, de modo que representou 22% dos enquadramentos primários das notícias. Já no Globoesporte.com esta

⁶⁹ A palavra arrogância, fortemente relacionada à seleção norte-americana nesta Copa, esteve presente em outras notícias, portanto, discutiremos sobre esta questão posteriormente no texto a partir de matérias que tratam especificamente sobre a suposta arrogância da seleção norte-americana.

dimensão foi excluída da cobertura, ficando sub-representada representando apenas 7% da cobertura. No entanto, mesmo sabendo que receberam tratamento diferenciado, iremos apresentá-las em forma de comparação como fizemos nas dimensões anteriores. Escolhemos apresentar desta forma para melhor organização do trabalho, apresentação e comparação das notícias dos portais, pois se apresentássemos em tópicos separados iríamos perder a oportunidade de observar as diferenças de abordagens dos portais e causaria certa fragmentação.

A questão de gênero nos portais esteve fortemente relacionada aos posicionamentos de atletas em busca da igualdade de gênero no futebol, seleções buscando igualdade salarial, ou seja, essa postura mais firme das atletas em busca de seus direitos. Além disso, algumas notícias mostravam a mudança de tratamento com a modalidade em alguns países, conforme observamos a seguir.

Aconteceu na Austrália, no Brasil e em muitos outros países. Houve um momento em que a sociedade olhava para o futebol feminino com preconceito. Em outro, um pouco mais adiante na história, com estereótipos sexistas. Em 1999, na época da Copa do Mundo, as jogadoras australianas foram modelos em um ensaio nu fotográfico de calendário. Não havia referência com o status delas como atletas. Pelo contrário, as fotos eram de teor sensual, em que as jogadoras posaram nuas. Para quem estava na campanha da época, a repercussão foi negativa, já que o que se buscava de fato divulgar era o futebol feminino, e não o corpo de quem jogava. Vinte anos depois, a ideia - que visava divulgar a modalidade - ainda envergonha. Mas isso melhorou com o tempo e com a mudança de atitude, sobretudo, da federação que rege o futebol na Austrália. Nos últimos anos, com resultados bem melhores que os Socceros, as Matildas reclamavam publicamente de desigualdade salarial. Assunto que já mudou na semana passada, às vésperas da abertura do Mundial, depois que a Federação de Futebol Australiana anunciou que irá igualar os salários. [...]

Tento promover igualdade de gênero no esporte e na vida em geral, também. A mensagem principal que eu tento passar é para ver crianças, meninos e meninas, crescendo com mulheres como modelo. Quando eu era criança, não tive essa sorte. Nós crescemos num mundo melhor agora, tem tantas atletas mulheres de qualidade e eu sou muito orgulhosa de fazer parte disso. (Sam Kerr). (FORÇA DAS MATILDAS: AUSTRÁLIA VIRA REFERÊNCIA DE RESPEITO 20 ANOS APÓS CALENDÁRIO POLÊMICO, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 12/06/2019)

A notícia do Globoesporte.com descreve uma mudança de tratamento em relação ao futebol de mulheres na Austrália, de uma fase em que a modalidade era tratada de forma sexista, sexualizando as atletas – a ponto de haver um calendário em que as atletas posavam nuas – a um tratamento atual de baixo cunho sexual que busca valorizar as mulheres como atletas. O tratamento dado pela mídia ao futebol de mulheres que enfatiza os atributos estéticos das atletas foi estudado em uma pesquisa realizada por Salvini e Marchi Junior (2016) sobre a revista Placar. Os autores revelam que no ano de 1984, a revista estampou em sua capa uma foto da atleta Vandira do clube Pinheiros – PR vestindo a camiseta do clube e uma calcinha. Dentro dessa edição da revista eram

destacadas as equipes que praticavam o futebol no Brasil e a matéria tinha como título “o charme vai a campo”.

Assim como observamos nos registros destacados na revista Placar, parece haver a intenção dos jornais daquele período em retratar a qualidade e habilidade do futebol de mulheres colado a uma imagem de uma jogadora bela e atraente. Salvini e Marchi Junior (2016, p. 104) definem essa mescla no discurso da revista como “habilidosa, porém feminina”, e evidenciam isso em outras matérias publicadas na revista Placar: “ ‘Bel: com a camisa 7, a grande musa do belo inter’; ‘Paraná: Colorado e Pinheiros lutam pelo título’; ‘Eurico Lira: cartola, pai e técnico’; ‘Vandira: preocupações vaidosas’; ‘Sally: agora, felizmente, o futebol é coisa pra mulher’”.

Essa ênfase na beleza dos corpos das mulheres como uma estratégia para ancorar visibilidade e lucro também se faz presente nos campos. Para atrair a atenção do público, por exemplo, a Federação Paulista de Futebol tentou se valer de uma estratégia no ano de 2001 que condicionava a participação das mulheres em partidas de futebol ao cumprimento de alguns requisitos estéticos. Franzini (2005) destaca uma reportagem do jornal onde revela que para a elaboração de um torneio de futebol, um dos pontos do projeto elaborado pela Federação Paulista de Futebol e pela empresa Pelé Sports & Marketing “condicionava seu sucesso a ‘ações que enalteçam a beleza e a sensualidade da Jogadora para atrair o público masculino. Tradução: calções minúsculos, maquiagem e longos cabelos, presos em rabos-de-cavalo.’”(FRANZINI, 2005, p. 316-317).

De acordo com Salvini e Marchi Junior (2016), os anos 1990 ficaram marcados por representações entre a habilidade e a sensualidade do futebol de mulheres, a partir da “participação em eventos esportivos internacionais, pela construção dicotômica de corpos e ações práticas entre jogadoras de futebol federadas e as modelos jogadoras de futebol” (p. 108).

Ainda que a mercadorização do corpo das mulheres e a desigualdade de gênero ainda sejam presentes, parece estar em curso uma mudança de tratamento com as atletas que praticam futebol. Na Austrália, por exemplo, essa mudança de atitude fez com que a federação australiana anunciasse que igualará os salários entre as seleções de homens e mulheres. Atitude importante para a modalidade e para a valorização das mulheres como atletas. Assim, aos poucos, temos exemplos das entidades que regem a modalidade que vão encontro das reivindicações de atletas e movimentos da sociedade.

O Globoesporte.com apresentou também a história da reviravolta do futebol de mulheres na Itália, outrora esquecido e que vem recebendo investimentos nos últimos anos.

O próximo jogo será decisivo para as brasileiras. As italianas já estão classificadas, mas, mesmo assim, cada partida tem tido um sabor de recomeço para esse grupo. Afinal, a Itália ficou 20 anos sem disputar um Mundial.[...]Após a vitória de virada sobre as australianas, Barbara Bonansea, destaque do time no duelo, foi questionada se lembrava

da última participação do país em um Mundial. Sua resposta mostrou bem como uma mudança profunda foi necessária na Itália nos últimos anos.

-Eu não assisti. Em 1999, eu nem sabia o que era futebol feminino - disse a atacante [...] Historicamente, a Itália não olhava com entusiasmo para seu futebol feminino. Não fazia parte da formação de atletas e tampouco despertava interesse. Por isso mesmo, a mudança súbita de cenário chama atenção e passa, logicamente, pelo fortalecimento interno da liga nacional. O próximo passo é transformar todas as atletas em profissionais. Um atraso que ainda é alvo de críticas. Mas para se ter uma ideia, das 23 jogadoras convocadas para a Copa, 22 jogam no próprio futebol italiano. A Juve investiu de forma maciça não só no fortalecimento e profissionalismo do time, mas como na popularização do futebol: lançou até uma boneca da estrela Sara Gama - um dos destaques também da seleção do país no Mundial. Foi um sucesso de vendas. (ITÁLIA SE REINVENTOU COM CRESCIMENTO DA LIGA; ATÉ BONECA DE JOGADORA EXPLICA NOVO CENÁRIO, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 16/06/2019)

A notícia destaca a importância – do fortalecimento da liga nacional a partir do investimento na formação de atletas, profissionalização e divulgação do futebol de mulheres – incluindo o lançamento de uma boneca. Aborda ainda a luta das mulheres pelo direito de se tornarem atletas profissionais, de terem seus direitos como atletas garantidos. Observamos que apesar desses avanços importantes em diversos aspectos, a modalidade de certo modo ainda sofre com falta de reconhecimento e investimento. Além dessas questões, outro ponto destacado na notícia se refere à representatividade. Na matéria, a atleta Bonansea afirma que nem sabia o que era o futebol de mulheres na participação da Itália na Copa de 1999. Essa fala mostra o quanto elas foram invisibilizadas, impossibilitando que as meninas tenham referências de mulheres atletas. Ou seja, na terceira edição da Copa – o maior evento da modalidade – muitas mulheres não sabiam que existia o futebol de mulheres.

A Nova Zelândia foi outro exemplo de mudança nos investimentos e representatividade do futebol de mulheres que foi noticiado pelo Globoesporte.com:

Dez de junho de 2018 é a data mais importante da história do futebol feminino da Nova Zelândia. A seleção não disputara nenhum título importante nesse dia - na verdade, havia perdido um amistoso para o Japão por 3 a 1. A conquista foi fora de campo. A partir dali, um anúncio da confederação de futebol do país oficializava o que as mulheres neozelandesas buscaram por décadas: receber o mesmo tratamento que o futebol masculino. Atualmente, na Nova Zelândia, as mulheres ganham os mesmos salários e bonificações que os homens, têm acesso aos mesmos centros de treinamentos e recebem as mesmas regalias - por exemplo, até junho de 2018, somente a equipe masculina viajava na classe executiva pra jogos fora do país. Uma das líderes nessa luta por igualdade foi a zagueira e capitã do time, Abby Erceng. Ela já havia deixado a seleção por duas vezes, mas voltou ao time depois da mudança de tratamento da confederação. - Por muito tempo a gente jogou de graça, pelo amor ao futebol, mas é preciso entender que isso é um trabalho, uma carreira. Nós temos que ser pagas, e eu acho que as pessoas perceberam isso. (NOVA ZELÂNDIA BUSCA A 1ª VITÓRIA EM COPAS UM ANO APÓS EQUIPARAR SELEÇÕES MASCULINA E FEMININA, Globoesporte.com, Guido Nunes, 17/06/2019)

Durante muitos anos as mulheres foram sub-representadas, e como vimos, ainda hoje continuam sendo. Cabe compreender melhor como a mídia, que ora dá ênfase às reivindicações por igualdade das atletas, ora relativiza e exclui esta temática das suas discussões, contribui para esse movimento de emancipação das atletas buscar por apoio e direitos nos esportes. Um ponto importante trazido na matéria é a fala da atleta Abby Erceng afirmando que o futebol é um trabalho para as mulheres e por esse motivo elas devem ser pagas. Sabemos que na sociedade em diversos setores as mulheres recebem menos que os homens. E quando se fala em futebol de mulheres ainda vemos atletas com seus direitos trabalhistas negligenciados.

A questão da representatividade também esteve presente nas notícias produzidas pelo portal Dibradoras, conforme observamos abaixo.

"Eu ainda não sei porque escrevi. Eu nunca assisti a uma partida de futebol feminino na TV. Eu não sabia que havia uma liga profissional. Eu nem sabia que o futebol feminino era uma coisa além de jogar por diversão", contou a jogadora para o site The Players Tribune, em maio deste ano. [...] Assim como suas companheiras de time, Alex Morgan sempre enfatiza como é importante ser uma referência para que as próximas gerações de garotas tenham em quem se inspirar dentro do esporte.

"Quando faço fila para os jogos agora, como uma das jogadoras mais experientes da equipe, fico pensando em quem virá em seguida. Olho para as garotas segurando a bandeira e penso: elas sabem quem somos? – e com isso quero dizer, nós as inspiramos?", disse. [...]

"Eu realmente acredito que a Copa do Mundo pode ser uma plataforma para o empoderamento feminino, e queremos capitalizar isso, tanto dentro quanto fora do campo. O que tudo isso levará, espero, é que as mulheres se construam e continuem nossa luta por um lugar na mesa. Espero que na próxima vez que estivermos lá cantando o hino nacional, as garotas segurando a bandeira olhem para nós, tomem coragem e se inspirem no que fazemos. E quem sabe ... talvez mais tarde naquela noite, um deles vai escrever uma pequena nota para sua mãe." (O BILHETE DE ALEX MORGAN PARA A MÃE AOS 7 ANOS DESCREVEU SEU FUTURO, Dibradoras, Roberta Nina, 12/06/2019)

Uma garota que queria jogar futebol precisou sempre sonhar com aquilo que ela sabia que não iria acontecer. Porque ela não poderia ser Ronaldinho, Zidane, Iniesta... apesar de sonhar em ser como eles. É mais ou menos como a holandesa Lieke Martens descreveu ao "The Player's Tribune". Ela, que venceu o prêmio de melhor do mundo da Fifa em 2017, conquistou a Eurocopa, jogou pelo Barcelona, viajou junto com Messi, confessou: nunca sonhou com nada disso. Não porque não desejava viver essas coisas, mas simplesmente porque achava que seria impossível.

"Como uma menina, eu nunca sonhei com nada disso. Nunca pensei que pudesse ganhar a Euro, nunca me vi jogando pela Holanda. Não porque eu não queria sonhar. Mas porque eu não podia", afirmou a atacante holandesa. "Tudo o que eu sabia é que eu queria jogar futebol o tempo todo. Mas eu não tinha heroínas. Eu não podia olhar para uma mulher que estava fazendo aquilo que eu queria fazer. Nem sabia que a seleção holandesa feminina existia. Então eu sonhava com outra coisa. Eu queria jogar no Ajax, meu time na Holanda. Mas não no time feminino – no time masculino", contou. (COPA DA FRANÇA FAZ SONHO DO FUTEBOL SER POSSÍVEL TAMBÉM PARA MULHERES, Dibradoras, Renata Mendonça, 30/06/2019)

Nessas notícias podemos observar o enquadramento da representatividade das mulheres (ou ausência dela) a partir de relatos de atletas que nunca tiveram referências de mulheres jogando

futebol. As vozes das atletas destacam que referências que pudessem alimentar o sonho de se tornar atleta eram negligenciadas pelas mídias, uma exclusão marcada pelo preconceito e pela diferenciação de tratamento entre homens e mulheres na sociedade. Assim, é significativo que essas atletas que não possuíram referências na mídia de mulheres no futebol tenham suas histórias, protestos e reivindicações incluídos nas notícias.

A consciência das atletas sobre o papel e a representatividade que elas possuem é muito importante para que as suas vozes sejam ouvidas e que sirvam de inspiração para outras pessoas. Na edição da Copa 2019 houve muitos posicionamentos de atletas ecoando suas vozes pela luta pela igualdade de gênero no futebol. A atleta Marta foi uma delas, como mostra a seguir a notícia do Globoesporte.com.

Na comemoração, a [camisa 10 brasileira mostrou a chuteira, exibindo o símbolo a favor da igualdade de gênero no esporte](#). Marta está sem contrato com qualquer patrocinadora de material esportivo desde julho de 2018. Também por isso teve a liberdade de utilizar aquela chuteira. Em ano de Copa do Mundo, a mais assistida da história do torneio feminino em todo o planeta, esse cenário chama a atenção.

O que foi proposto foi bem abaixo do que eu recebia, bem menos, menos da metade. A gente achou por bem não renovar. Muito abaixo do que a gente vê no futebol masculino. Resolvemos fazer isso então. Mais uma oportunidade de lutar pelos nossos direitos. Há uma diferença muito grande em relação a salários, e a gente tem que estar sempre lutando para provar que é capaz - disse a única atleta eleita seis vezes a melhor do mundo . [...]

Em pleno 2019, aos 33 anos, com recordes, prêmios e títulos na bagagem, Marta diz que ainda tem que se provar. Fazemos isso para que as próximas meninas que venham aí possam usufruir de uma qualidade maior de trabalho, de mais opções. Cada vez que tem oportunidade, a gente precisa mostrar ao mundo que a igualdade é necessária. É preciso para que a gente possa ver o outro como ser humano. "É uma luta constante. É triste ver que a gente ainda precisa fazer isso, mas é uma luta de todas e todos de modo geral", disse Marta (EM COPA MARCADA PELA LUTA CONTRA A DISCRIMINAÇÃO, MARTA SOBE TOM AO PEDIR POR IGUALDADE, Globoesporte.com, Amanda Kestelman e Carol Barcellos , 16/06/2019)

Nas últimas semanas, o que vemos na França é uma versão forte e ao mesmo tempo leve da melhor jogadora de todos os tempos. Também através de suas falas e atitudes, tem assumido um protagonismo no torneio. Na [vitória contra a Itália](#), aguentou mais tempo em campo do que esperava, saindo aos 37 da segunda etapa. A Rainha ainda não está 100% de sua forma, mas traz na Copa uma versão com características marcantes. Nas últimas semanas, Marta subiu o tom, como jamais fizera antes, ao pedir igualdade no esporte. Sabe da sua força no cenário do futebol, e fez barulho. Após o [gol de pênalti que a levou a quebrar mais um recorde](#), de gols em Copas do Mundo, repetiu seu discurso.

Sem dúvida é uma oportunidade que estamos tendo de pedir por mais apoio. De lutar por igualdade, pelo empoderamento, não é nada fora do normal, mas sim buscar demonstrar o quanto nós mulheres somos capazes de desempenhar qualquer atividade. Por ser uma Copa que está sendo vista por todos, a maior transmissão da história. Fique claro que não é só no esporte, é uma luta por igualdade para todas - disse Marta. (MARTA ESQUECE SUSTO COM LESÃO E ASSUME PROTAGONISMO TAMBÉM FORA DE CAMPO NO MUNDIAL, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 19/06/2019)

Essas notícias que trazem posicionamento de Marta sobre a igualdade de gênero e repercutiram bastante na mídia, pois a atleta nunca tinha se pronunciado de uma forma tão marcante. Com a sua chuteira com o símbolo da igualdade, a atleta levantou uma discussão sobre patrocínios de material esportivo e evidenciou essa desigualdade de tratamento e valores reduzidos que elas recebem – embora possamos discutir também que a manifestação com a chuteira seja também uma estratégia de promoção pessoal (que não desmereceria a relevância do posicionamento político). Marta usou sua imagem tão conhecida e importante no cenário futebolístico para ecoar um discurso de igualdade que pode extrapolar o contexto esportivo e inspirar a luta em outros contextos da vida social.

O posicionamento de Marta sobre a igualdade de gênero também foi abordado no portal Dibradoras a partir da notícia sobre o record de gols em Copas alcançado pela atleta brasileira.

É da gente, esse recorde é nosso, é de todas as mulheres que estão lutando por melhorias em todos os setores". Foram essas as palavras que Marta disse após conquistar o feito de ser a maior artilheira da história das Copas. [...]

O discurso feito por Marta, reforçando que as mulheres precisam se provar capazes de desempenhar qualquer função é muito verdadeiro e presente. E logo depois que alcançou o recorde de artilheira das Copas, o desmerecimento ou a diminuição da sua conquista apareceram nas redes sociais, na imprensa, na discussão entre torcedores.

Nunca se contestou de Ronaldo Fenômeno ou de Miroslav Klose o nível dos adversários que sofreram gols dos atacantes. Dos 16 de Klose, por exemplo, três foram contra Arábia Saudita, um contra Irlanda, outro contra Camarões

– nenhuma delas são seleções de tradição no futebol. Mas, com Marta, o feito parece ser digno de avaliações mais profundas. [...]

A discussão aqui deve ir além dos adversários vazados por Marta. Se desejam estabelecer comparações entre os gêneros, deve-se levar em consideração as oportunidades que a brasileira teve durante toda sua trajetória para se tornar quem foi. Sua grande sorte foi ter nascido com um dom sobrenatural com a bola nos pés, porque se dependesse de apoio, de estrutura e oportunidades dentro de seu próprio país, ela jamais teria alcançado todos os seus feitos. (MARTA DIVIDE A MAJESTADE COM TODAS AS MULHERES - E É CONTESTADA POR HOMENS, Dibradoras, Roberta Nina, 20/06/2019)

A notícia ainda apresenta e se contrapõe às contestações que torcedores e imprensa fizeram da conquista do record de gols em Copas de Marta. Contra os argumentos que diminuem o record de Marta a partir da comparação com o futebol de homens, a matéria reforça a trajetória de sucesso alcançada por Marta mesmo sem apoio e estrutura no país para o futebol de mulheres. Esses discursos revelam que o futebol de mulheres continua sendo sub-representado na sociedade, sendo tratado como uma modalidade inferior que tem o futebol de homens como a “referência”⁷⁰.

70 Moragas Spà (1999; 2007) discute o papel das instituições esportivas, na relação com a mídia, de produzir as políticas e ações que valorizem e reconheçam o esporte – e não apenas se submeterem aos ditamos da mídia. No caso do futebol de mulheres, a própria FIFA não assume esse papel de produção de políticas que valorizem as atletas e equipes, como podemos constatar no caso do reconhecimento e valorização do recorde de gols em Copas de Marta. Em matéria de 11/06/2020, o portal Dibradoras expôs a dificuldade da FIFA, passado um ano da Copa 2019, de reconhecer o record de gols em Copas do Mundo de Marta: no dia do aniversário de Klose, o perfil da FIFA no Twitter fez uma postagem comemorativa do maior artilheiro do mundo em Copas e foi questionado pelo público e imprensa. Em resposta ao questionamento do Dibradoras, a FIFA pronunciou-se justificando que "Miroslav Klose é o maior goleador

O portal Dibradoras, ainda sobre a Marta, refletiu sobre as mudanças de postura da jogadora brasileira que reforçaram a sua imagem extra-campo e seu poder de engajar pessoas.

Se dentro de campo ela deu o melhor de si, marcando gols em jogos importantes, multiplicando-se em diversos setores da equipe e orientando as mais novas, fora dele as palavras da Rainha foram mais precisas do que nunca, reforçando a luta por equidade de gênero, pedindo mais dedicação da nova geração, respondendo provocações à altura e até mesmo demonstrando a alegria com seu cavaquinho em mãos. Mesmo eliminada com a seleção diante da França nas oitavas de final da Copa do Mundo, o papel da camisa 10 brasileira foi marcante e abre espaço para que mais posicionamentos do tipo surjam por parte do nome mais importante do futebol brasileiro. [...] Seria impensável imaginar alguns anos atrás que Marta pudesse estrelar campanhas milionárias e estampar capas de revistas renomadas – ainda mais de moda – como tem acontecido. Marta é uma mulher muito simples, de origem humilde e que não faz questão nenhuma de negar suas raízes. Talvez esse seu comportamento tenha a afastado dos holofotes por muitos anos, mas hoje, com seus feitos e conquistas, é um erro sem tamanho ignorar a força que essa mulher tem de engajar pessoas – especialmente as mulheres – por toda sua história de vida. (O CHORO DE MARTA MUDOU. E A POSTURA TAMBÉM, Dibradoras, Roberta Nina, 25/06/2019)

A notícia contextualizou o caminho de altos e baixos da atleta e da seleção brasileira em competições importantes como a Copa do Mundo e Jogos Olímpicos, Mas, em especial, abordou o percurso de Marta, passando de uma postura um tanto tímida no início da carreira até o estágio em que a atleta se tornou uma voz na luta por equidade de gênero e passou a estrelar campanhas milionárias e estampar capas de revistas importantes. As imagens presentes na notícia ilustram essa mudança;

de todos os tempos da Copa do Mundo da FIFA com 16 gols e Marta é a maior goleadora de todos os tempos da Copa do Mundo Feminina da FIFA com 17 gols". A partir da declaração, o Dibradoras denuncia que a distinção entre os records de gols das Copas do Mundo masculina e feminina só passou a ser feita depois que uma mulher passou a ser a recordista. Disponível em <<https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2020/06/11/quase-um-ano-depois-fifa-tem-dificuldade-dereconhecer-ecorde-de-marta/>>. Acesso em 05 nov 2020.

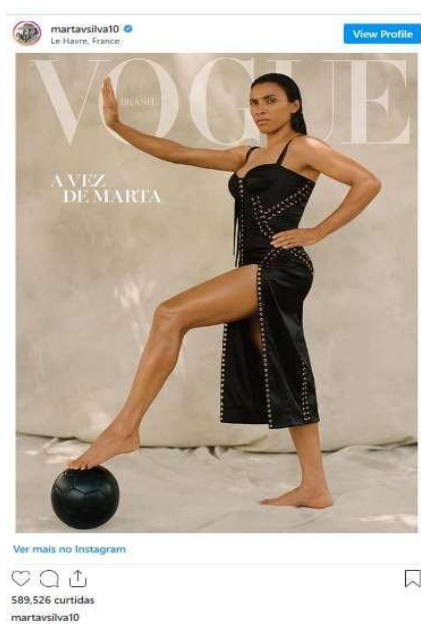
Figura 13 - Marta olhando para o céu fazendo uma espécie de reclamação/desabafo na partida final contra os EUA nas Olimpíadas de Pequim - 2004



Marta em Pequim (Reprodução/YouTube)

Fonte: Imagem publicada no portal Dibradoras

Figura 14 - Marta estampando a Capa da Revista Vogue



Fonte: Imagem divulgada no Instagram de Marta publicada no Portal Dibradoras

As manifestações de Marta foram bastante emblemáticas, pois poucas vezes as atletas brasileiras se posicionam sobre questões importantes. Rubio (2011) utiliza o conceito de

cordialidade proposto por Holanda (2006)⁷¹ e o transpõe para a relação das mulheres nos esportes. Para a autora, as virtudes da cordialidade, como a hospitalidade e generosidade, são definidoras do caráter brasileiro e a construção dessa subjetividade da mulher brasileira reflete na relação entre mulheres e esportes, de modo que “as mulheres foram levadas a trilhar um caminho de conquistas único, marcado não pelo confronto aberto contra as instâncias de poder, mas pela busca de espaços a partir de uma postura combativa, porém cordial.” (RUBIO, 2011, p.94). Ou seja, a forma como o ser mulher no Brasil foi construído fez com que essas características de benevolência refletissem também nos esportes, de modo que as mulheres lutam por suas conquistas de forma cordial, sem promover um confronto aberto contra as estruturas de poder que as dominam.

Para Rihan, Soares e Novais (2017), o fato de o futebol ser considerado espaço privilegiado da soberania dos homens contribui para um preconceito em relação à inserção delas nesse esporte, principalmente “quando elas conseguem desestabilizar esse campo, parece haver um esforço ainda maior para impedir e subestimar suas conquistas” (RIHAN; SOARES; NOVAIS, 2017, p. 2180). Esses autores analisaram notícias publicadas no site Globoesporte.com e os comentários do público em relação ao conteúdo das matérias. A pesquisa mostrou que o público demonstrou resistência e estranhamento quando as mulheres se destacavam no futebol. Em uma notícia analisada sobre a jogadora Marta e seus recordes, por exemplo, o público não reconheceu os dados da matéria. Os dados dos autores são reforçados pelo que foi encontrado nos portais sobre a Copa 2019. Embora as notícias tenham dado destaque às mulheres e suas conquistas – afinal, as mulheres eram parte do produto a ser explorado na mídia – e problematizado em alguns momentos a desvalorização e preconceito contra o futebol de mulheres, ainda perdura na sociedade um discurso onde independente do quanto as mulheres se destaquem, conquistem títulos e quebrem recordes, elas sempre terão seus feitos diminuídos e contestados, sobretudo no universo do futebol.

Neste âmbito, destacam-se notícias produzidas pelo portal *Dibradoras* que problematizam e se colocam contra a inferiorização das mulheres no futebol e a utilização dos referenciais masculinos para a elaboração do discurso jornalístico. Por exemplo, o *Dibradoras* rechaçou a estratégia utilizada pela mídia nacional e internacional de evocar a rivalidade entre França e Brasil nas Copas do Mundo de Futebol masculino para promover o agendamento do jogo entre os dois países na Copa 2019 (Vingança por 1998? A história desse Brasil x França na Copa é das mulheres, *Dibradoras*, Renata Mendonça, 22/06/2019).

Além de Marta, outras atletas se destacaram por seus posicionamentos nessa Copa. Uma das atletas que mais foi notada foi a norte-americana Megan Rapinoe – como já apontado na análise das notícias que tematizaram as discussões entre Rapinoe e Trump. As notícias a seguir abordam a postura de luta por igualdade da atleta norte-americana.

71 HOLANDA, S. B. *Raízes do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras (2006)

E basta ouvir algumas declarações da capitã dos Estados Unidos para entender que sua representatividade vai muito além das quatro linhas.[...]Nos últimos dias, Rapinoe entrou em atrito com ninguém menos que o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump. **A atleta já havia enviado sua mensagem contra atual administração através de seu silêncio: ela se recusa a cantar o hino nacional antes dos jogos. Posteriormente, afirmou em entrevista que não aceitaria visitar a "p... da Casa Branca" em caso de título americano no torneio.**[...] As atletas, contando com Megan Rapinoe e outras estrelas, abriram um processo pedindo igualdade entre homens e mulheres no país. Não é uma luta apenas da capitã da seleção, mas diz muito sobre sua postura e liderança. Ela questionou abertamente, no início da Copa, o tratamento dado pela entidade para as atletas mulheres. Apontou diferenciação entre valores de salários, premiações e estrutura de viagens. Além disso, Rapinoe fala abertamente sobre o fato de ser gay e se tornou uma das vozes mais ativas na luta contra a homofobia. Discursa, defende e briga pelos direitos iguais em seu país. Sabe a força de sua voz (DO PROTESTO PELO SILÊNCIO

Figura 15 - Megan Rapinoe protestando ajoelhada durante a execução do hino norte-americano



Foto: Getty

ATÉ A VOZ POTENTE: RAPINOE, A CAPITÃ QUE NÃO BAIXA A GUARDA PARA TRUMP, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 28/06/2019)

Fonte: Portal Dibradoras

A notícia do portal destaca o posicionamento de Rapinoe, uma atleta que ganhou grande destaque nesta Copa por não cantar o hino de sua seleção, por lutar pela igualdade salarial, igualdade de gênero, causas LGBTs e ter tido um debate público com o presidente dos EUA. A atleta usa sua imagem para chamar atenção das pessoas para essas causas e promover uma discussão sobre essas desigualdades. Postura essa que parece encontrar eco na seleção norte-americana, que abriu um processo contra a Federação Americana de Futebol denunciando a diferença de tratamento recebida pelas mulheres e reivindicando tratamentos e salários iguais aos

dos homens. Mais uma vez, o tema foi tratado em ambos os portais, como podemos observar a seguir

Atuais campeãs e com a enorme tradição de serem as maiores vencedoras do torneio, nem mesmo a **vitória apertada nas oitavas sobre a Espanha** tira das americanas esse posto. Mas há algo nebuloso e que chama atenção na seleção americana nesta Copa do Mundo. Mesmo repleta de estrelas em ótima forma no Mundial, o ambiente interno é conturbado e carrega uma nuvem de insatisfação e uma mobilização interna sem precedentes na modalidade do país. Nesta semana, em plena Copa do Mundo, houve um esforço para se colocar panos quentes em um desgaste interno que dura meses. Em um processo aberto em março, 28 jogadoras - inclusive as principais estrelas - acusaram a *USA Soccer* (federação local) de "discriminação institucionalizada de gênero". Afirmaram também que a desigualdade no tratamento afetava seus treinamentos, viagens e o desenvolvimento de talentos. Pediam, em suma, igualdade de salário com homens e condições ideais de trabalho. (ESTADOS UNIDOS SEGUEM FORTES E FAVORITAS NA COPA, MAS NEM TUDO SÃO FLORES PARA AMERICANAS, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 26/06/2019)

Não é novidade que as jogadoras de futebol ganhem bem menos do que os jogadores. Há toda uma lógica de mercado nisso, que se baseia na simples ideia de que, se os homens rendem mais lucros para seus clubes/empregadores, é natural que eles também recebam mais por isso. Nem vamos entrar no mérito de quanto foi investido antes no futebol deles para que o retorno pudesse chegar à casa dos bilhões como é hoje. A questão é que, mesmo quando se considera a regra mercadológica, no caso dos Estados Unidos a lógica do pagamento segue invertida. Isso porque lá a seleção feminina, além de ser infinitas vezes mais vencedora do que a masculina, também rende mais lucro à confederação – e, ainda assim, recebe menos por isso.

"Eu preciso ser muito melhor do que qualquer jogador, porque tenho que ser boa dentro de campo e fora dele para mostrar que isso deveria ser o bastante para recebermos pelo que fazemos. Os jogadores não precisam se preocupar com mais nada além de jogar futebol. Desde os 14 ou 15 anos, eles não têm qualquer preocupação além de ser bons jogadores. Esse é o único foco deles, e o mesmo não acontece para nós", afirmou Megan Rapinoe, uma das líderes da seleção americana no movimento por igualdade de pagamento e de condições de trabalho (NOS EUA, SELEÇÃO FEMININA É MAIS VENCEDORA E LUCRATIVA, MAS GANHA MENOS, Dibradoras, Renata Mendonça, 06/07/2019)

Figura 16 - Torcedores com cartaz "EQUAL PAY" em apoio a seleção norte-americana



Foto: Dibradoras

Fonte: Portal Dibradoras

As notícias mostram que as atletas tiveram que processar a federação para tentar conquistar um tratamento melhor e salários iguais. Um dos argumentos apresentados diz que apesar de serem mais vitoriosas e gerarem mais lucros do que os homens, elas recebem menos. A notícia publicada pelo portal Dibradoras escancara essa diferença salarial com números de 2 anos (2016-2018), mostrando que a justificativa mercadológica não é pertinente, pois as mulheres geram mais lucro que os homens e continuam a receber menos. Não importa o quanto você se destaque e quantos títulos você conquiste no futebol, só pelo fato de você ser mulher já faz com que você receba menos dinheiro, menos atenção da mídia, tenha um tratamento inferior das confederações e federações e parte do público – que hora não dará reconhecimento às conquistas, ora questionará esses feitos – como discutimos acima.

Na reportagem do Dibradoras, cabe ressaltar o destaque dado à torcida que apoiou a luta por igualdade salarial e se manifestou a favor das atletas nos arredores de estádios da Copa 2019.

O portal Globoesporte.com também enquadró as manifestações da torcida pela igualdade de gênero no futebol a partir das vaias e gritos direcionados a Gianni Infantino presidente da FIFA, na partida final da Copa 2019.

Assim que foi anunciado seu nome para a cerimônia de premiação, o presidente da Fifa, Gianni Infantino, ouviu uma sonora vaia de grande parte dos 57.900 torcedores que lotaram o estádio em Lyon para a final da **Copa do Mundo Feminina**. Em seguida, escutou o coro que ganhou mais força com a **vitória dos Estados Unidos sobre a Holanda por 2 a 0: "equalpay"**, pagamentos iguais, em bom inglês. Depois da partida, a atacante americana Rapinoe reforçou a manifestação. Acho que estamos prontos para essa conversa e também para o próximo passo. Todos

querem isso. Vamos ao ponto. E agora? Como vão fazer? "O que a Fifa e seus patrocinadores farão pelas ligas do mundo?"

Não é uma surpresa o que fizemos como jogadoras. Fizemos o melhor show que poderíamos aqui. Já impressionamos muito, já somos grandes embaixadoras. É hora de levar isso adiante - afirmou Rapinoe. (GIANNI INFANTINO É VAIADO E OUVI CORO POR "PAGAMENTOS IGUAIS" NA PREMIAÇÃO DA COPA DO MUNDO, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 07/07/2019)

Mais vez, a notícia destacou o papel de protagonismo da atleta Rapinoe, incluindo a transcrição de suas falas após a partida.

Sabemos que ainda tem muito a se conquistar, que o preconceito ainda está muito presente e que terão pessoas querendo diminuir os feitos das mulheres no futebol, sempre o tratando como algo menos importante e menos interessante que o futebol de homens. Essa comparação também foi abordada pelo Dibradoras, como vemos a seguir.

Os Estados Unidos já faziam 3 a 0 em cima do Chile no segundo jogo da Copa do Mundo feminina e ainda com o time reserva, quando ouvi o comentário do jornalista ao meu lado que falava com outro colega. "Esse time americano é diferente. Elas jogam como um time masculino"

As americanas estavam engolindo as adversárias em campo. Então basicamente o que ele quis dizer é que "jogar como um time masculino" é jogar bem. Necessariamente. Mas eu poderia nomear aqui pelo menos 10 times masculinos da Série A do Brasileiro que jogam um futebol medonho, muito abaixo desse apresentado pelos Estados Unidos na Copa feminina. Então quando é que "jogar como um homem" virou sinônimo de jogar bem? E por que as americanas não podem simplesmente estar jogando como mulheres, craques, que são? [...]

"Acho que nós somos um time feminino e nós jogamos um ótimo futebol. Não estamos tentando comparar com os homens de nenhuma maneira. Mas acho que nós queremos ser as melhores, queremos ser dominantes. Acho que depois desses dois jogos as pessoas puderam ver que nós podemos ser dominantes, que podemos manter a posse de bola e marcar gols bonitos" – Sauerbrunn. ('ESSAS AMERICANAS SÃO DIFERENTES MESMO. PARECEM UM TIME MASCULINO JOGANDO, Dibradoras, Renata Mendonça, 16/06/2019)

Nessa notícia, o Dibradoras denunciou que jornalistas homens comentaram no intervalo entre a partida EUA e Chile que as jogadoras norte-americanas 'jogam como time masculino' para se referirem que elas jogam bem. A jornalista Renata Mendonça, recorrendo também à fala de uma das atletas, problematizou muito bem a inadequação da comparação com o referencial masculino, afinal, os discursos que tomam o futebol de homens como uma referência de qualidade caracterizam comumente o futebol praticado por elas como uma "cópia imperfeita".

A desigualdade de gênero no discurso da mídia é problematizado por Costa (2019):

Afinal, dificilmente assistimos a elogios do tipo "você jogou como uma mulher", frase que aliás, é, frequentemente, dita quando se deseja criticar a performance, sobretudo, de atletas homens. O modo pelo qual se costuma

lidar com as duas assertivas, uma tomada como elogio e a outra como uma ofensa, dá mostras do quanto questões vinculadas à desigualdade de gênero são explicitadas nos discursos que rondam as práticas esportivas. (COSTA, 2019, p. 4)

Para a autora, o fato de chamar Marta de “Pelé de saias” contribui para que o desempenho dos homens seja o padrão de excelência esportiva. Portanto, ao invés de elogiar, está apenas reforçando esse lugar de superioridade que a figura de um homem ocupa no futebol.

O Dibradoras trouxe outros exemplos em que houve comparações.

Não temos sentimento de vingança com a França. Perdemos um jogo que a França jogou muito bem em 1998. Mas acho que a França vivia um momento bom, não tivemos nenhum tipo de problema, provocação, nada que fosse criar clima hostil. Falando em feminino, menos ainda. Não temos rivalidade com a França a ponto de alguma vitória significar vingança ou qualquer coisa além do sentimento desportivo mesmo", respondeu Vadão. [...]Ninguém chega em uma coletiva de imprensa antes de um jogo Brasil x Estados Unidos no futebol masculino e pergunta ao técnico brasileiro se ele traz o sentimento de vingança para a partida por conta dos dois ouros perdidos pela seleção feminina nas Olimpíadas de 2004 e 2008 justamente para as americanas. Não se transfere a rivalidade que já foi construída entre as mulheres no futebol – como por exemplo essa entre Brasil e Estados Unidos – para os homens. Então por que fazer o contrário com elas? Por que projetar rivalidade, tradição e história do futebol masculino para o futebol feminino? [...]Brasil x França nas oitavas de final desta Copa do Mundo será um jogo por si só. Pelas jogadoras que estarão em campo – algumas das melhores do mundo, como Marta e Cristiane do nosso lado, Le Sommer e Henry do lado delas -; pelos personagens de fora das quatro linhas – a técnica CorinneDiacre, uma das grandes transformadoras do futebol feminino francês, Vadão, o técnico tão criticado da seleção feminina que chega à sua segunda Copa muito questionado. (VINGANÇA POR 1998? A HISTÓRIA DESSE BRASIL X FRANÇA NA COPA É DAS MULHERES,Dibradoras, Renata Mendonça, 22/06/2019)

Nessa matéria observamos que para gerar certa expectativa para os jogos, parte da mídia buscou recorrer ao histórico Brasil x França, porém trazendo uma rivalidade existente apenas no futebol de homens. A notícia do Dibradoras enfatiza que essas comparações não se aplicam a elas, ou seja, é necessário que se entenda, se divulgue e se construa a história e rivalidades a partir delas e não da transposição ou comparação com a história do futebol de homens.

Mais uma vez, a contextualização e postura crítica do Dibradoras, colocando a desigualdade de gênero no centro da notícia, reforça a tendência de construção da narrativa jornalística do portal a partir de enquadramentos temáticos. Assim, a naturalização da comparação entre o futebol de mulheres e de homens é rechaçada a partir de argumentos que mostram ao leitor a inadequação de muitos dos discursos que perpassaram o evento. Afinal, e parece ser essa a posição do Dibradoras,

nessa construção da história dos jogos a partir da competição discursiva entre o desempenho deles e delas, as mulheres mais perdem do que ganham (COSTA, 2019).

Embora as comparações entre homens e mulheres não tenham sido um tema principal nos enquadramentos do Globoesporte.com, em algumas notícias observamos essa temática, porém de forma secundária, em especial a partir das falas de atletas e técnicos que responderam perguntas de jornalistas onde as comparações com os homens se fizeram presentes. . Em uma notícia, por exemplo, que abordava coletiva de imprensa anterior à partida entre França e Brasil (oitavas de final), o Globoesporte.com deu destaque à pergunta de um jornalista e à resposta do técnico brasileiro sobre um suposto sentimento de vingança em relação à equipe francesa – já que a seleção brasileira de homens foi eliminada pela França na Copa do Mundo de Futebol em outras oportunidades. A resposta de Vadão, reproduzida pela matéria, nega a rivalidade com a França tendo como referência o futebol masculino: a maior rivalidade com países da América do Sul e a história dos homens no jogo final da Copa 1998:

Revanche de 1998?

Perguntado sobre se o Brasil pode, em campo, vingar a derrota da seleção masculina na Copa de 98 para a França, Vadão negou qualquer sentimento de revanche.

Não temos sentimento de vingança da França. O Brasil tem até outros rivais mais tradicionais na América do Sul. Menor sentimento de vingança da França. Jogaram muito bem em 98, teve toda a história do Ronaldinho que talvez tenha atrapalhado um pouco. Naquele momento a França vivia um momento bom. Não foi um jogo que teve briga e provocação. Nada que criasse clima hostil. No feminino, menos ainda. Não temos nenhum tipo de rivalidade com a França a ponto de uma vitória significar algum tipo de sentimento de vingança que não seja o sentimento desportivo. (CONFIANTE PARA DECISÃO COM A FRANÇA, VADÃO NÃO GARANTE MARTA DURANTE 90 MINUTOS: "OTIMISTA", Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 22/06/2019)

Em outra oportunidade, por ocasião da entrevista coletiva que antecedeu a final entre EUA e Holanda, o Globoesporte.com noticiou o questionamento de jornalistas direcionado à treinadora holandesa Sarina Wiegman sobre um suposto trauma em finais. O argumento, mais uma vez, evocava a história de uma equipe masculina, já que a seleção holandesa de homens nunca venceu uma Copa do Mundo e conquistou três vice-campeonatos. em 1974, 1978 e 2010.

(...) Sarina Wiegman foi questionada se existia uma espécie de "trauma holandês" em finais de Copa do Mundo. Na pergunta, eram apontadas as finais do Mundial masculino de 1974, 1978 e 2010, todas perdidas pela Holanda. A comparação, entretanto, não agradou a treinadora.

- De forma alguma. Não nos sentimos nenhum pouco responsáveis por isso. Temos que pensar na nossa equipe e no nosso melhor - respondeu, de forma

direta. (TÉCNICA DA HOLANDA RECHAÇA TRAUMA EM FINAIS DE COPA: "NÃO SOMOS RESPONSÁVEIS POR ISSO", Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 06/07/2019)

Embora a posição da treinadora holandesa que descarta qualquer comparação com os homens tenha sido incluída na notícia, não há novamente nenhuma discussão que problematize esta estratégia de construção do discurso e da expectativa sobre o futebol de mulheres a partir do referencial masculino.

Uma das notícias do Globoesporte.com que tratou da vitória francesa sobre a seleção brasileira nas oitavas de final deu eco às manifestações em redes sociais que compararam a eliminação das mulheres em 2019 com a eliminação dos homens da seleção brasileira para a França na Copa de 2006. Utilizando-se da coincidência do sobrenome da atleta Amandine Henry, autora de um dos gols da França em 2019, ser o mesmo do atacante Thierry Henry, autor do gol de 2006, o Globoesporte.com criou a manchete: “Fantasma Henry volta a assombrar a Seleção (...)”. O tom de anedota, expresso em um texto de poucas linhas, foi acompanhado da reprodução de memes com a comparação entre os dois Henry. Prevalece, neste caso, além do parâmetro masculino, um enquadramento que dilui as fronteiras entre jornalismo e entretenimento.

Ainda com relação às questões de gênero, um tema importante que foi abordado apenas pelo portal Dibradoras se refere à maternidade das atletas. A questão foi tratada a partir da experiência vivida pela atleta brasileira Tamires e a sua trajetória no futebol tentando conciliar a carreira com a maternidade.

“Quando eu descobri (que estava grávida), eu tinha 21 anos, não era tão nova, mas como eu era atleta, essa é a fase que você está começando a ganhar experiência. Para mim, foi um baque muito grande. Era uma responsabilidade enorme. Eu pensei que futebol tinha acabado pra mim ali”, disse Tamires às dibradoras. [...]

"Eu vejo muitas meninas no futebol com o sonho de ser mãe. Quando elas falam comigo, elas falam: mas já estou com 27, 29, como eu vou voltar? É essa indecisão de ser mãe ou continuar jogando. É difícil explicar ou aconselhar, até. Hoje entendo que foi melhor eu ter tido cedo, porque me deu a chance de voltar."

Ela convive com o dilema das jogadoras que sonham em ser mães, mas evitam pensar nisso por conta da carreira. Se no mercado de trabalho já é difícil ser mulher e mãe, no esporte é quase uma escolha eliminatória: se optar por um, vai ter que abdicar do outro.

"Os clubes têm que começar a pensar nisso. É uma coisa que a gente tem que mudar no Brasil, resolver essa situação. Toda mulher pode ter o sonho de ser mãe e também pode ter o sonho de jogar bola. Não tem que ser empecilho", pontuou. (TAMIRES É A ÚNICA MÃE DA SELEÇÃO BRASILEIRA PAROU DE JOGAR 2 VEZES E HOJE VIVE O AUGE, Dibradoras, Renata Mendonça, 12/06/2019)

Esse é um tema importantíssimo quando se trata de mulheres e esportes. Muitas vezes elas são obrigadas a escolher entre serem mães ou atletas. No entanto, há pouca discussão sobre a maternidade na mídia. A matéria do Dibradoras, ao dar voz à jogadora que é mãe, traz à tona a pressão para que as mulheres se foquem na carreira e a ausência de assistência dos clubes às atletas durante a maternidade, da redução de salários ao risco de demissão. Como confirmam histórias recentes, é comum que as atletas grávidas tenham os seus direitos são negligenciados, caso da atleta de vôlei Tandara Caixeta, da seleção brasileira, que engravidou quando jogava para o Praia Clube (Uberlândia - MG) e teve o salário reduzido drasticamente para 800 reais mensais. Tandara recorreu ao Tribunal Superior do Trabalho e conseguiu judicialmente que o clube a pagasse integralmente durante a gravidez e licença-maternidade. Desta forma, é importante que a mídia coloque esse tema em discussão, algo que não se fez efetivamente presente na cobertura da Copa 2019.

Ambos os portais abordaram temas referentes à representatividade, luta das seleções e atletas pela igualdade, posicionamentos de atletas de destaque no cenário mundial, como Marta e Rapinoe, desenvolvimento do futebol de mulheres em alguns países. Porém, o Dibradoras, além de problematizar bastante essas questões e dialogar com outras dimensões, também incluiu e aprofundou a discussão sobre outras questões importantes, como maternidade e a inadequação das comparações entre o futebol de mulheres e o futebol de homens. Portanto, a dimensão questões de gênero foi bastante proeminente nas notícias do Dibradoras, tratando dos diversos contextos que envolvem o futebol de mulheres, com um enquadramento mais temático. Já o Globoesporte.com, apesar de abordar algumas questões importantes como a luta pela igualdade salarial e de gênero, as notícias foram com frequência enquadradas episodicamente, sem aprofundamento crítico ou contextualização, predominando a ênfase na imagem de Marta e Rapinoe, polêmicas envolvendo outras personagens da Copa, além de questões inusitadas ou cômicas. As dimensões excluídas a partir da nossa escolha metodológica foram aquelas que ficaram sub-representadas nos portais⁷². No Globoesporte.com, foram excluídas as dimensões emoção, ética, estética e questões de gênero, já que elas representaram menos de 11% cada da cobertura midiática. Já no Dibradoras, foram

72 Entendemos que este formato escolhido na pesquisa não é a maneira tradicional utilizada para fazer a análise da seleção, ênfase e exclusão do enquadramento esportivo. Normalmente se comparam os portais escolhidos da pesquisa e um terceiro portal para observar possíveis conteúdos que ficaram de fora da cobertura ou comparando os conteúdos publicados em um portal e que não foi publicado no outro. Pode-se observar esse formato na pesquisa de: SILVEIRA, Juliano; MUNARIM, Iracema; BITENCOURT, Fernando Gonçalves; FIAMONCINI; Luciana, FAUTH; Fernanda, CAETANO; Angélica; SEÁRA, Éliton Clayton Rufino . A CONQUISTA DE ARTHUR ZANETTI E AS ESTRATÉGIAS DA MÍDIA ESPORTIVA: um exercício com a teoria do enquadramento. In: PIRES, Giovani de Lorenzi; LISBÔA, Mariana Mendonça (Org.). **Quem será mais Brasil em Londres/2012?:** enquadramentos no telejornalismo esportivo dos Jogos Olímpicos. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2015. p. 1-160. Nessa pesquisa, embora o termo exclusão não seja o mais adequado, ele será utilizado para se referir aquelas dimensões pouco presentes ou pouco selecionadas na cobertura dos portais. Entendemos que essa escolha nos gera um limite e certa confusão em relação ao termo exclusão.

excluídas as dimensões ética, estética e emoção, que representaram menos de 7 % cada da cobertura midiática. Essas dimensões excluídas contribuem para que o fenômeno esporte seja reduzido de sua complexidade, principalmente essas questões que são tão importantes para uma problematização de conteúdos de interesse público do esporte.

DIMENSÕES EXCLUÍDAS

Aqui relembramos que as dimensões excluídas do Portal Dibradoras foram as dimensões ética (5%), estética (2%) e emoção (7%). Já no Globoesporte.com as dimensões excluídas foram as dimensões ética (5%), estética (7%), emoção (11%) e questões de gênero (7%). Porém essa última, mesmo sendo considerada excluída da cobertura do Globoesporte.com, foi apresentada no tópico acima para apresentar, organizar e comparar melhor os conteúdos.

DIMENSÃO ÉTICA

A dimensão ética no portal Globoesporte.com abordou as questões relacionadas ao regulamento da competição, classificação, arbitragem, uso do árbitro de vídeo(VAR)⁷³, etc. A seguir observamos algumas notícias que abordaram essas questões.

Depois da **derrota de virada para a Austrália** na segunda rodada da Copa do Mundo feminina, Marta criticou muito o VAR e a arbitragem da partida. Na saída da zona mista, a melhor jogadora do mundo chegou a brincar dizendo que "quebraria o VAR", já que nos minutos finais do jogo, a arbitragem deixou de marcar um pênalti para a Seleção (APÓS DERROTA PARA AUSTRÁLIA, MARTA CRITICA ARBITRAGEM E VAR: "PREJUDICOU A GENTE", Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 13/06/2019)

Após a definição das quartas de final da Copa do Mundo de 2019, a Fifa realizou uma coletiva de imprensa nesta quarta-feira, em Paris, para analisar e tirar dúvidas sobre o ponto de vista da arbitragem durante o evento. Sob o comando do presidente do comitê de arbitragem da entidade, PierluigiCollina, a entidade defendeu mais uma vez a tecnologia e considerou sua utilização nos primeiros 44 jogos do Mundial como um sucesso. (APÓS POLÊMICAS, FIFA DEFENDE USO DO VAR NA COPA E AÇÕES DA ARBITRAGEM NA FRANÇA, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 26/06/2019)

⁷³ O VAR é o árbitro assistente de vídeo que utiliza imagens de vídeo do jogo para analisar as decisões tomadas pelo árbitro principal da partida.

As notícias nos mostram que questões relacionadas ao uso do VAR—tecnologia pela primeira vez utilizada em uma Copa do Mundo de Futebol Feminino –tiveram destaque no portal Globoesporte.com a partir da discussão sobre a pertinência do seu uso. Durante a Copa, enquanto a FIFA e comitê de arbitragem defendiam o VAR, decisões tomadas pela arbitragem em alguns lances polêmicos com o auxílio do árbitro de vídeo foram questionadas.

Além dessas questões que envolvem, na dimensão ética, a arbitragem, no portal Globoesporte.com também estiveram presentes discussões sobre o comportamentos de atletas e atitudes anti-desportivas, como observamos abaixo.

Muita reclamação e possível abandono da partida marcaram a eliminação da seleção de Camarões ao ser [derrotada por 3 a 0 para a Inglaterra](#) nas oitavas de final da Copa do Mundo Feminina, neste domingo. No primeiro tempo, a reclamação foi porque o segundo gol inglês foi validado sem a árbitra ir à tela ao lado do campo para verificar possível posição de impedimento, que não houve. Na etapa final, as africanas reclamaram por terem marcado, mas o lance ter sido corretamente anulado por impedimento, de novo sem revisão. A partida só voltou depois de uma conversa da juíza com a capitã Onguene. Além disso, houve um empurrão de Yango na árbitra em lance que gerou dúvidas quanto à real intenção da camisa 10 de Camarões (*veja o vídeo abaixo*). Outro momento que mostrou o destempero das camaronesas foi a cuspada de Ejangue no braço da atacante inglesa Toni Duggan (*veja no vídeo seguinte*). As sanções, nos casos acima, poderiam vir diretamente para as atletas. (ATITUDES DAS JOGADORAS DE CAMARÕES NA DERROTA PARA A INGLATERRA VÃO SER INVESTIGADAS, Globoesporte.com, 24/06/2019)

A partida entre Camarões e Inglaterra foi bastante polêmica e gerou muita discussão devido às atitudes das atletas camaronesas consideradas anti-desportivas. O início da confusão se deu pela discordância das jogadoras camaronesas com os procedimentos e decisões da árbitra durante a partida. A matéria do Globoesporte.com enfatizou as atitudes desrespeitosas das camaronesas – nominadas como “destempero” – com a árbitra da partida, adversárias e público, classificando com as atletas inglesas e com o público no geral. A notícia incluiu ainda vídeos com trechos das atitudes antidesportivas das atletas de Camarões.

Ferreira et al (2018) afirmam que o sensacionalismo é uma prática frequentemente adotada pelo jornalismo esportivo. Para os autores, os jornalistas buscam aquelas notícias que atraiam o público e causam impacto. Nessas notícias acima é possível observar essa tentativa de criar ou sustentar polêmicas. Além da matéria sobre as atitudes anti-desportivas das atletas, observamos essa mesma tendência em notícias que trataram de reclamações sobre o VAR no jogo do Brasil; notícias do embate entre Trump e Rapinoe; a comemoração polêmica de Morgam ⁷⁴(em que ela

⁷⁴Alex Morgan, atleta da seleção norte-americana.

supostamente estaria posando como se estivesse tomando um chá inglês na partida contra a Inglaterra); na suposta tentativa de espionagem da seleção norte-americana no hotel onde a seleção inglesa estava hospedada, entre outros momentos.

Mas além dessa questão das atitudes anti-desportivas, outra situação gerou discussão envolve os padrões e regras comportamentais que se esperam que as jogadoras e equipes cumpram. Abaixo podemos observar na notícia do portal Globoesporte.com esta situação:

Tornou-se quase uma verdade, principalmente sob o ponto de vista da opinião pública britânica e francesa: "esse time americano é arrogante e não respeita os adversários". Virou manchete de jornais, assunto nas redes sociais, tópico nas mesas de discussões e nas coletivas de imprensa. [...]Esse time americano sabe que está alguns degraus acima dos adversários. E isso as tornou confiantes não somente para chegar na França e, quem sabe, ganhar o quarto título Mundial. A autoestima, criticada nos últimos dias, merece ser enaltecida também. Sobretudo quando falamos de mulheres. [...]

Se isso é ser arrogante, precisamos de ainda mais arrogância dentro do esporte em geral. Mas, infelizmente, talvez essa autoconfiança das mulheres incomode muitas pessoas. [...] Não lembro de críticas similares ao discurso confiante de atletas de alto nível como Usain Bolt, Michael Phelps ou do poderoso time americano de basquete. (OPINIÃO: SELEÇÃO AMERICANA NÃO É ARROGANTE, APENAS RECONHECE SEU PODER. E ISSO DEVERIA SER BOM, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 04/07/2019)

Figura 17 - Reportagem do jornal inglês Daily Mail sobre a suposta arrogância da seleção norte-americana



Reportagem do jornal inglês Daily Mail no dia 1º de julho pergunta: "Essas estrelas americanas são arrogantes demais?" — Foto: Reprodução

Fonte: Imagem publicada no portal Globoesporte.com

Observamos nessa notícia a discussão referente a suposta arrogância e soberba de atletas norte-americanas. No texto, que inclui a reprodução de uma página do jornal inglês “Daily Mail”, há a defesa de que a autoestima e autoconfiança das jogadoras dos EUA são confundidos com arrogância

No portal Dibradoras, a questão ética esteve exclusivamente relacionada a suposta “arrogância” da seleção norte-americana, conforme observamos abaixo.

É comum ver as jogadoras dos Estados Unidos, seja dessa geração ou das anteriores, falando com muita naturalidade sobre a força que elas têm no cenário mundial e sobre o fato de serem favoritas ao título. E tem muita gente que vê tudo isso como um certo tom de "arrogância". Muito se falou sobre isso nas vésperas do confronto da semifinal com a Inglaterra, com os jornalistas britânicos questionando as jogadoras e a técnica Jill Ellis sobre esse tom de "superioridade" que pairava sobre a equipe americana. Após a classificação delas para a decisão, questionamos algumas das jogadoras dos Estados Unidos sobre isso.

"Eu diria que as pessoas devem estar confundindo arrogância com autoconfiança. Nós somos um time muito confiante, nós sabemos o quanto nós trabalhamos, sabemos o quanto nos sacrificamos, sabemos o nosso DNA. Se as pessoas veem isso como arrogância, nós vemos como preparação. Nós acreditamos umas nas outras e isso é só o que precisamos", disse a zagueira Becky Sauerbrunn. (EUA NA FINAL: ‘ CHAMAM DE ARROGÂNCIA, PARA NÓS É AUTOCONFIANÇA E PREPARAÇÃO,

Dibradoras, Renata Mendonça, 03/06/2019)

"É importante para o nosso time ter confiança. Eu não acho que esse time é arrogante, de nenhuma forma. Acho que esse time sabe que precisa merecer tudo, que nós temos adversários difíceis na nossa frente e que nós temos que fazer por merecer o direito de avançar neste torneio", respondeu a técnica Jill Ellis.

Há uma mistura de arrogância americana com um sentimento que é construído nas atletas dos Estados Unidos desde muito pequenas que é como uma "mentalidade vitoriosa". A técnica Ellis chegou a falar sobre isso ainda na primeira fase: "Você pode estar muito preparado fisicamente e taticamente. Mas pra mim, o que faz um time campeão é o mindset (mentalidade campeã)".

Megan Rapinoe, uma das artilheiras do time neste Mundial, também admite uma certa arrogância americana no time, que de certa forma também ajuda na confiança de sempre acreditar que a vitória é possível, mesmo nos momentos mais adversos. ('EUA X TODO MUNDO' : POR QUE OS EUA SÃO TÃO 'ARROGANTES' NA COPA?, Dibradoras, Renata Mendonça, 02/07/2019)

O portal Dibradoras, também citou a polêmica expressa em jornais britânicos, mas deu também destaque às falas da técnica e de atletas norte-americanas que defendiam que a autoconfiança pode ser interpretada como arrogância. Caberia questionar, por que é desconfortável que as mulheres se portem com confiança nos esportes, ou ainda, se esta a polêmica entre confiança e arrogância é um tema presente na cobertura de esporte de homens. Talvez, pelo fato de que seja ainda muito disseminada a visão das mulheres como pacíficas e submissas, a postura da seleção norte-americana tenha causado tanto alarde.

Figura 18 - Publicação do jornal inglês Daily Mail sobre a suposta arrogância da seleção norte-americana



Foto: Reprodução Daily Mail

Fonte: Imagem publicada no portal Dibradoras

A matéria do portal Dibradoras também incluiu a reprodução de uma publicação do site do jornal *The Daily Mail* com o título “Essas estrelas americanas são muito arrogantes? Elas são tão impopulares que até a França estará apoiando a Inglaterra”⁷⁵ (mesma publicação presente na notícia do portal Globoesporte.com). Mas ao invés de limitar-se à exploração da relação arrogância – autoconfiança – impopularidade, a matéria do Dibradoras busca explorar outros elementos, como a mistura de arrogância com a construção do sentimento de mentalidade vitoriosa típico de atletas norte- americano, a opinião de ex-atletas (Hope Solo, ex-goleira dos EUA), e a história da técnica do time norte-americano, nascida na Inglaterra, que seu mudou para os EUA para poder jogar futebol. Nesta mesma matéria do portal Dibradoras, foi publicada ainda uma imagem da rede social da atleta Alex Morgan, onde ela e as atletas Allie Long e Kelley O’Hara posam com uma camiseta escrita “EUA VS EVERYBODY” – para o Dibradoras, prova do discurso de que os EUA tinham “um time que não teme ninguém”.

Figura 19 - Imagem publicada no Instagram da atleta Alex Morgan



Fonte: Imagem do Instagram de Alex Morgan publicada no portal Dibradoras

Em síntese, a dimensão ética no portal Globoesporte.com abordou temas diversos , desde questões referentes a regras e, arbitragem até atitudes anti-desportivas e padrões comportamentais de atletas. Já o portal Dibradoras se concentrou em produzir notícias abordando apenas os padrões comportamentais das atletas. Desta forma, constatamos que o Globoesporte.com

75 Tradução nossa.

proporcionou uma maior diversidade de temáticas dentro da dimensão ética e no Dibradoras houve uma redução, se concentrando em apenas um tema dessa dimensão.

DIMENSÃO ESTÉTICA

A dimensão estética⁷⁶ também esteve pouco presente na cobertura da Copa do mundo no portal Dibradoras. A única notícia referente a essa dimensão se associa ao conceito de saúde – ou falta dela–, abordando as lesões sofridas por atletas durante a Copa. A notícia informava sobre a lesão da meio-campista Formiga, que sofreu uma entorse no tornozelo durante o primeiro tempo da partida contra a Austrália.

No último jogo da seleção feminina na Copa do Mundo contra a Austrália, além de sentir o gosto amargo da derrota de virada por 3×2, o time brasileiro sentiu também a ausência de uma de suas líderes em campo: a camisa 8, Formiga. [...] Mas, na verdade, o motivo que levou o técnico Vadão a sacá-la do time foi uma leve entorse no tornozelo esquerdo. A atleta havia sentido um incômodo no mesmo pé no primeiro jogo contra a Jamaica. Foi a campo contra Austrália e em um momento da partida, um movimento a fez sentir dor novamente e ela avisou a comissão técnica. [...] Ainda não foi feito nenhum exame para constatar o grau da lesão de Formiga, mas ela será avaliada nos próximos dias. Como a meio-campista não jogará contra a Itália, nesta terça-feira, ainda terá um tempo de recuperação, caso o Brasil avance para as oitavas-de-final (A LESÃO DE FORMIGA E O DRAMA DA SELEÇÃO BRASILEIRA PARA TENTAR SUBSTITUÍ-LA, Dibradoras, Roberta Nina, 15/06/2019)

As lesões foram problemas que acompanharam a seleção brasileira durante a Copa. No entanto, esse não foi um tema recorrente na cobertura do Dibradoras.

Por sua vez, no Globoesporte.com as lesões de atletas foi um tema recorrente nas notícias, conforme observamos abaixo

A zagueira Érika é a terceira baixa para a seleção feminina na [Copa do Mundo](#). Com uma lesão na panturrilha, a jogadora foi cortada do elenco e não disputará o torneio com o restante da equipe, que estreia na competição neste domingo, contra a Jamaica. Zagueira do PSG Daiane será convocada para o lugar. Érika foi constatada com uma lesão no músculo sóleo da panturrilha esquerda. Ela sentiu dores após uma atividade na última quinta-feira, e não treinou nesta sexta. Foi reavaliada pela equipe médica, e exames mostraram que a jogadora não tinha condições de continuar no elenco do

⁷⁶ Em seu modelo analítico do esporte, Marchi Jr. (2015) expõe que o principal discurso da dimensão estética é a associação do esporte com o discurso de saúde, em especial a partir da perspectiva de que a prática volta-se ao desenvolvimento fisiológico, bem-estar e padrões corporais.

técnico Vadão. (ÉRIKA É A TERCEIRA JOGADORA A SER CORTADA DA SELEÇÃO; DAIANE, DO PSG, SUBSTITUI A ZAGUEIRA, Globoesporte.com, AmandaKestelman e Victoria Leite, 07/06/2019)

O que era esperado foi confirmado: Marta vai estreiar na **Copa do Mundo Feminina** nesta quinta-feira. A melhor do mundo jogará como titular contra a Austrália, às 13h (de Brasília), pela segunda rodada do Grupo C, no estádio de Montpellier - **a TV Globo, o GloboEsporte.com e o SporTV transmitem ao vivo**. Quem sai para sua entrada provavelmente é Bia Zaneratto. Decisão foi tomada pelo técnico Vadão e anunciada ao grupo no início do dia. Marta sofreu uma lesão muscular na coxa esquerda em 25 de maio. Desde então, fez tratamento nas últimas três semanas e voltou a treinar com bola há dois dias. Na quarta-feira passada, iniciou a última atividade antes do confronto com as australianas entre as titulares. (VADÃO DEFINE TIME, E MARTA INICIA ENTRE AS TITULARES DIANTE DA AUSTRÁLIA, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 13/06/2019)

As lágrimas vieram logo no momento em que sentiu as dores durante o treinamento. E voltaram quando entrou em campo, mancando, para acompanhar o aquecimento das companheiras. Uma lesão de grau 2 na coxa afastou Andressa Alves da Copa do Mundo. Mas a atacante ainda tem esperança. [...] A atacante se machucou num treino da Seleção antes de enfrentar a Itália. Ela contou que soube na hora que havia sofrido algo grave.

- Sabia que alguma coisa tinha acontecido. Fui dar um passe de calcanhar para a Raquel e senti um estalo no músculo. Saí na hora, sabia que tinha dado ruim, cheguei chorando no vestiário. (ANDRESSA ALVES REVELA CHORO NO MOMENTO DA LESÃO E ESPERANÇA DE VOLTAR EM POSSÍVEL FINAL, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 18/06/2019)

Embora diversas atletas brasileiras tenham sofrido lesões durante a competição, a lesão que mais ganhou destaque nas notícias do Globoesporte.com foi a de Marta. Assim, as notícias concentraram-se em informar sobre como estava o tratamento e recuperação da atleta e possível data de estreia na Copa.

Mas porque a lesão de Marta foi mais noticiada do que as lesões sofridas por outras atletas? Esse fato pode ter relação com os valores-notícias. De acordo com Silva (2005), os valores-notícias tem como particularidade servir para nortear quais acontecimentos possuem potencial de se tornar notícia na seleção primária dos fatos, além de atuar no tratamento do material dentro das redações, auxiliando na seleção hierárquica dos fatos. Ou seja, são critérios que ajudam na escolha de acontecimentos diários possíveis de se tornarem notícias e quanto mais um acontecimento se encaixar nos critérios, maior pode ser a sua chance de se tornar notícia. Se formos olhar os valores-notícias elegidos por Wolf (2001)⁷⁷, o fato de Marta ser uma atleta reconhecida e premiada internacionalmente, tem relação com o critério de importância do indivíduo. Ou seja, ela é uma atleta reconhecida que possui influência sobre o interesse nacional, fazendo com que a expectativa

⁷⁷Valores-notícias elegidos por Mauro Wolf (2001): importância do indivíduo (nível hierárquico), influência sobre o interesse nacional, número de pessoas envolvidas e relevância quanto a evolução futura.

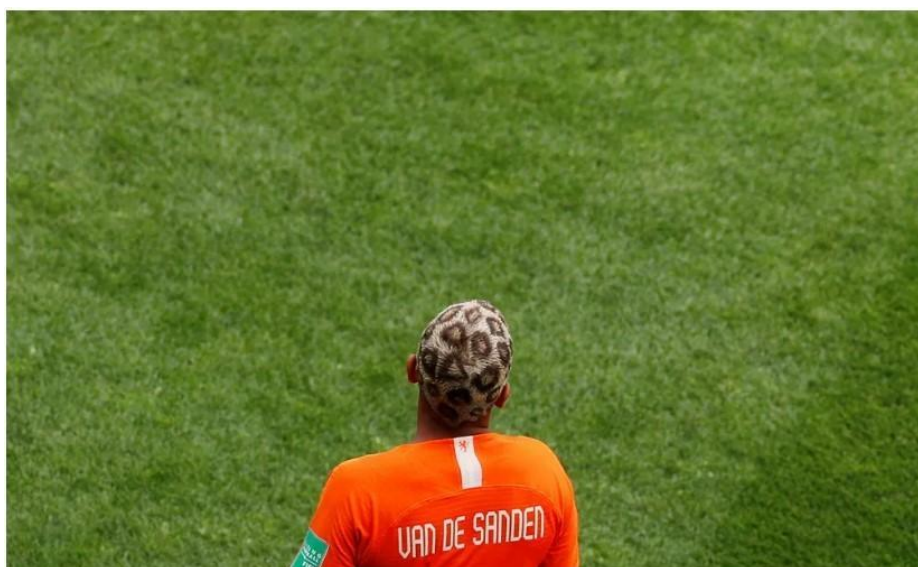
sobre a sua recuperação e data de estreia na Copa tornou-se um acontecimento com relevância para ser explorado pelo jornalismo. Por essas características, a lesão de Marta obteve maior valor como notícia e fez com que lesões de atletas menos conhecidas não tivessem a mesma atenção no portal.

Além das questões relacionadas à saúde e preparação física e a possibilidade de lesões ligada a isso, a dimensão da beleza estética, embora com apenas 2 notícias, também esteve presente no portal Globoesporte.com.

A camisa laranja ficou em segundo plano visual no stadoeocane, em Le Havre. Na **vitória da Holanda sobre a Nova Zelândia por 1 a 0**, pelo grupo e da **Copa do Mundo Feminina** nesta terça-feira, a tradicional cor do uniforme da seleção europeia serviu apenas de pano de fundo para o cabelo de Shanice Van de Sanden. a ponta direitachamou a atenção pelo estilo exibido no gramado: um penteado de pantera.

- eu tive muitas reações positivas, mas também há pessoas que dizem: "olha isso, claro que ela faz para chamar a atenção". Não, eu só pensei: a Copa do Mundo está começando, então eu vou fazer algo especial. Eu apenas gosto disso.(PANTERA NA COPA: ATACANTE HOLANDESA ESTREIA COM CABELO CUSTOMIZADO, Globoesporte.com, 11/06/2019)

Figura 20 - Atleta holandesa Van de Sanden



Shanice van de Sanden em Holanda x Nova Zelândia na Copa do Mundo Feminina — Foto: REUTERS/Phil Noble

Fonte: Foto publicada no portal Globoesporte.com

Não foi a primeira vez. E, infelizmente, tampouco será a última. Depois da vitória da França sobre o Brasil na prorrogação das oitavas de final da Copa do Mundo, a zagueira Wendie Renard foi alvo de comentários debochados e racistas sobre seu cabelo - sobretudo nas redes sociais. Renard engrossou a longa lista de mulheres reduzidas à aparência, mas a história da jogadora vai muito além do seu estilo e das quatro linhas do gramado. Antes de tudo, é preciso reconhecer o peso da trajetória da defensora de 28 anos. A francesa de 1,87m é atualmente a terceira jogadora mais bem paga do futebol mundial

à frente da brasileira Marta, eleita seis vezes melhor do mundo. Ela tem em casa uma pilha de títulos conquistados pelo Lyon - são 11 campeonatos franceses e quatro títulos da Liga dos Campeões. (MUITO ALÉM DO RÓTULO: ZAGUEIRA FRANCESA COLECIONA TÍTULOS E FIGURA ENTRE JOGADORAS MAIS BEM PAGAS, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 28/06/2019)

Figura 21 - Atleta francesa Wendie Renard



Wendie Renard comemoração França Copa do Mundo — Foto: REUTERS/Christian Hartmann

Fonte: Foto publicada no portal Globoesporte.com

As notícias se referem aos cabelos das atletas Shanice Van de Sanden e Wendie Renard. Apesar de ambas as notícias abordarem a estética das jogadoras, pouquíssimas vezes na cobertura da Copa houve referência à beleza das atletas. Assim, as atletas foram noticiadas justamente por não se encaixarem em padrões tidos como belos: Van de Sanden pelo penteado exótico de pantera (que a matéria diz chamar mais atenção que a camisa laranja holandesa) e Renard por ter sofrido comentários racistas sobre o seu cabelo (cujo contraponto posto pela matéria é o de que se trata de uma atleta vitoriosa que figura entre as 3 mais bem pagas do mundo – à frente de Marta). Os achados das pesquisas de Salvini e Marchi Júnior (2013) e Carvalho e Grohmann (2016) nos ajudam a refletir sobre a cobertura da Copa 2019. Na primeira pesquisa, os autores analisam publicações da revista Placar (dos anos 2000-2010) sobre a atleta Marta e verificam que não houve notícias abordando ações práticas normativas de gênero, pelo contrário, as notícias exaltavam o desempenho técnico de Marta, recebendo um modo de tratamento similar ao recebido por atletas homens. Na segunda pesquisa, ao analisarem os jogos transmitidos pelos canais ESPN e Sportv, Carvalho e Grohmann perceberam que o futebol de mulheres foi tratado com respeito, apresentando aspectos físicos, técnicos e táticos, estatística, além de elogiar a qualidade das atletas e ressaltar as conquistas. Nas notícias analisadas sobre a Copa 2019, não houve nas notícias o predomínio de linguagem que sexualizasse as atletas, as objetificassem ou fizessem menção ao seu corpo, com a

exceção, com relação à dimensão corporal, das notícias sobre os cabelos das jogadoras. As notícias produzidas se referiam às atletas principalmente através de seu desempenho esportivo, bem como as abordaram considerando questões de gênero.

De certa forma, esta postura já é um avanço e apresenta uma mudança de perspectiva de tratamento das mídias em relação às mulheres que praticam futebol. Como já abordamos anteriormente, a pesquisa de Salvini e Marchi Junior (2016) revelou que durante os anos 1990 e início dos anos 2000 a representação das mulheres que praticavam futebol na revista Placar estava fortemente colada à imagem de uma atleta bela, retratando o futebol de mulheres através da perspectiva “habilidosa, porém feminina”.

O portal Dibradoras pouco produziu notícias a partir da dimensão estética, concentrando com destaque apenas para a matéria relacionada à lesão da atleta brasileira Formiga – cuja abordagem dialogou com a dimensão técnica esportiva como segundo enquadramento ao discorrer sobre a dificuldade de substituí-la em campo após a lesão. Já o Globoesporte.com embora tenha produzido um volume maior de notícias abordando as questões de lesões sofridas pelas atletas brasileiras, sendo a maior ênfase, como visto, dada à lesão de Marta. Ainda assim, as lesões foram abordadas em sua maioria de forma superficial, limitando-se na maioria das vezes ao fato isolado. No entanto, o Globoesporte.com abordou a temática da beleza estética nesta dimensão, apresentando limites ao noticiar a aparência dos cabelos das atletas.

DIMENSÃO EMOÇÃO

A dimensão emoção no portal Globoesporte.com destacou a questão das torcidas na Copa, sobretudo a torcida para a seleção brasileira, como observamos a seguir.

A dois dias da estreia na Copa do Mundo Feminina, a seleção brasileira teve, na manhã desta sexta-feira, o primeiro contato com os torcedores franceses. A equipe comandada pelo técnico Vadão realizou pela primeira vez desde que chegou à cidade de Grenoble um treino aberto. E recebeu uma grata surpresa: uma mini torcida organizada. Treze crianças de um projeto local estiveram na arquibancada e animaram a atividade da Seleção com música. Ao acessarem o campo e se depararem com a banda, as jogadoras estamparam o sorriso, e algumas até pegaram os celulares para fazer um registro. (BANDA FAZ SURPRESA E ANIMA PRIMEIRO TREINO ABERTO DA SELEÇÃO BRASILEIRA EM GRENOBLE, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 07/06/2019)

O futebol feminino mundial vive um período de glória e proporciona jogos surpreendentes e cheios de emoções. As torcedoras de Porto Velho, capital de Rondônia, sentiram o coração vibrar, ao se reunirem para acompanhar o jogo de Brasil e Austrália. A cada lance, as torcedoras gritavam. Quando a

bola chegava no pé das brasileiras, elas entoavam “Vai, Bora, Bora”, mas quando a bola parava no pé das australianas, era vez dos gritos “Tira, Tira”. As torcedoras de Rondônia mostraram que entendem de futebol e apoiam o futebol feminino. (TORCIDA DE PORTO VELHO VIBRA COM JOGO DO BRASIL E AUSTRÁLIA, Globoesporte.com, 13/06/2019)

As guerreiras do tatame também estão na torcida. A Confederação Brasileira de Judô publicou nesta quinta-feira (13) um vídeo da Seleção feminina de Judô mandando uma mensagem de incentivo para a Seleção feminina de Futebol. Brasil e Austrália se enfrentam nesta quinta, às 13h de Brasília, pela fase de grupos. O confronto pode definir o futuro das seleções.

- Fala gurias, tudo bem, a gente está aqui na Alemanha se preparando para o nosso Campeonato Mundial. A gente está acompanhando vocês, mandando boas vibrações. Que vocês possam jogar com toda vontade, toda raça para vencer a Copa do Mundo aí. Contem com a nossa torcida, a nossa vibração - disse Maria Portela, abraçada com as colegas que vibraram ao final do vídeo. (TORCIDA ORGANIZADA! JUDOCAS MANDAM MENSAGEM DE APOIO PARA SELEÇÃO NA COPA DO MUNDO, Globoesporte.com, 13/06/2019)

Essas matérias do Globoesporte.com abordam a torcida a partir de diferentes ângulos e fontes, seja mostrando a torcida de crianças durante o treino da seleção brasileira na França, na reunião de torcedores para acompanhar os jogos da seleção ou mostrando o apoio de figuras conhecidas no cenário esportivo, como a judoca Maria Portela.

No portal Dibradoras, uma das matérias relacionadas a essa dimensão informava sobre locais que transmitiriam as partidas da seleção brasileira, com o intuito de divulgar essas iniciativas.

Uma das iniciativas que organizou encontros para abraçar a modalidade pelo país durante a Copa foi a PEITA, famosa marca-protesto que produz produtos como ferramentas de enfrentamento para mulheres lutarem contra as opressões diárias. Haverá transmissões confirmadas em bares de 21 cidades em 14 estados brasileiros.[...] Em São Paulo, o Museu do Futebol também reunirá a torcida para acompanhar aos jogos do Brasil nas instalações de um dos estádios mais amados da cidade, o Pacaembu. Os jogos serão transmitidos em um telão e contará com uma arquibancada para cerca de 100 pessoas. Participando in loco para conferir a estreia do Brasil, estarão as alunas do Pelado Real juntamente com os personagens da Turma da Mônica. Outros movimentos também estarão lá, como as integrantes da União Brasileira de Mulheres (UBM) e do Movimento Toda Poderosa Corinthiana. O clima será agitado também pelo grupo de samba União dos Bairros. (MULHERES SE MOBILIZAM NO BRASIL PARA ASSISTIREM AOS JOGOS DA COPA FEMININA, Dibradoras, Roberta Nina, 08/06/2019)

A reportagem expõe que a reunião de torcedores, bastante comuns na Copa do Mundo de Futebol Masculino, no entanto, ocorreram também na Copa de Mulheres a partir de um movimento interessante por parte de empresas, instituições e grupos de admiradores do futebol de mulheres. Um caminho para compreender essa maior mobilização de grupos para assistirem aos jogos passa – como vimos anteriormente – pela maior visibilidade dada pela mídia ao evento e maior interesse pela modalidade.

O Dibradoras também deu destaque à torcida que esteve presente no jogo de abertura Copa 2019 entre França e Coréia do Sul, com destaque para a ampla participação de mulheres e crianças.

Mas se queriam "clima de Copa", isso não faltou para quem esteve nas redondezas do Parc dês Princes nesta sexta-feira. Até mesmo no metrô, a caminho do estádio, cruzamos com algumas mulheres que puxaram gritos no vagão em apoio à seleção francesa, uma das favoritas a essa Copa. E mais perto do estádio, começaram a aparecer os inúmeros torcedores franceses, com os rostos pintados com as cores da bandeira do país, cantando juntos a Marselhesa.

Só que não eram simplesmente torcedores. Eram crianças. Muitas crianças. Meninas e meninos que se multiplicavam por onde passávamos. Na primeira esquina do estádio, um grupo de torcedoras cantava empolgada "AllezLesBleus". Dando mais alguns passos, uma mãe com suas duas filhas completamente uniformizadas para o jogo. Mais à frente, as meninas de 3 e 6 anos com as unhas e rostos pintados com as cores da França. "Elas não dormem há dois dias ansiosas por esse jogo". Na fila para a entrada, um pai aproveitou a oportunidade da Copa do Mundo para levar sua menina de 8 anos pela primeira vez ao estádio. Ela estava de calção, meião e camisa da França. "A gente comprou o ingresso há 4 meses, então ela estava na expectativa há muito tempo. Nesta semana, só falou disso. Acho que é um momento importante para as mulheres no futebol e é muito bom ver isso acontecendo aqui", afirmou o pai da garota. (FRANÇA ABRAÇA COPA E CRIANÇAS TOMAM CONTA DO ESTÁDIO NA ABERTURA, Dibradoras, Renata Mendonça, 08/06/2019)

As notícias acima abordam de modo geral a emoção do torcer. Para Damo (2006), essa “magia” de torcer pela seleção não é algo natural, mas um processo mediado e culturalmente construído. O autor atribui esse papel à mídia, de modo que ela é responsável por criar esse interesse pelas competições e gerar o poder de representação da seleção e dos atletas. Em relação à torcida de Copas do Mundo, Damo afirma que as características de torcer por uma seleção são diferentes do torcer por clubes:

As Copas do Mundo são disputadas por equipes que representam comunidades nacionais, associadas aos Estados modernos e não aos clubes. As regras do jogo são as mesmas, a forma de organização das disputas muito parecidas e os profissionais conhecidos dos torcedores. Todavia, no lugar do clubismo temos o nacionalismo; em vez de adesão por sedução e coação parental, temos adesão por nascimento (também ela uma marca arbitrária aplicada aos indivíduos; e indissolúvel, segundo o Estado); a intensidade das hostilidades diminui, pois os adversários estão distantes e, quase sempre, falam outro idioma; em lugar de um público preponderantemente masculino e seu vocabulário agressivo, prevalece a harmonia e a descontração. Nas Copas é o Estado-Nação que está em campo, daí porque as mulheres e as crianças são integradas às discussões, aos ritos e às festividades. Muda o público, mudam os referenciais e, sendo assim, encontramos-nos diante de outro sistema simbólico a servir como referência. (DAMO, 2006, p.81)

As notícias acima também tratam da mulher como torcedora, seja com sua presença nas arquibancadas ou em bares para assistir aos jogos da seleção. Esse perfil de mulher como “ser-que-torce” tem sido cada vez mais frequente, se manifestando das mais diversas formas, do estádio a espaços online (COSTA, 2007). No entanto, a autora chama atenção para o fato de que apesar das mulheres estarem marcando presença no universo das torcidas, elas ainda enfrentam obstáculos que se relacionam “à legitimação da mulher como indivíduo que não apenas é capaz de nutrir sentimentos de pertencimento clubístico, mas que também pode interessar-se pelo jogo de futebol, compreendê-lo em seus aspectos técnicos e táticos” (COSTA, 2007, p.2).

É interessante observar esse movimento de mulheres se agrupando para torcer, manifestando suas emoções e gosto pelo futebol – e sendo noticiado pela mídia. Ser uma Copa de futebol de mulheres pode ter contribuído para que elas se sentissem mais livres para se manifestarem como ser que torce, sem ter sua compreensão e paixão pelo jogo questionados.

Para Ferreira e Souza (2016), a vivência social do torcer pode trazer contribuições para a formação crítica do sujeito, de modo que ele consiga refletir sobre a realidade. Pensando na Copa do Mundo de Futebol Feminino, a reunião de mulheres para torcer pela seleção pode ser um momento de mediação coletiva que contribui para a formação crítica para consumir o esporte em geral, e a relação do futebol com as mulheres em específico.. Esse momento de sociabilidade pode gerar discussões e reflexões sobre a realidade da mulher na sociedade e nos esportes. Assim, estes momentos do torcer, práticas de lazer podem ser um momento importante para as mulheres resistirem e refletirem sobre as barreiras à prática e representação das mulheres no futebol.

O portal Dibradoras também produziu notícias da dimensão emoção a partir da narrativa de superação de uma atleta brasileira. A notícia tratava da trajetória esportiva da goleira Bárbara, que após ter sido uma peça fundamental para a seleção nos Jogos Olímpicos do Rio em 2016, teve dificuldade para ser contratada por um time brasileiro, sendo forçada a ficar alguns meses sem clube.

De todas as formas, a goleira encerrou a Olimpíada mostrando estar no auge da carreira, fechando o gol brasileiro. Só que depois dos Jogos, quando a seleção permanente acabou, Bárbara não recebeu propostas e acabou ficando sem clube, treinando sozinha para manter a forma.

"Foi meio revoltante e pensei. Pensei: não posso mais fechar contrato fora do Brasil porque eu preciso estudar. Numa situação dessa, por mais que eu fique sem clube, sem trabalho eu não fico", afirmou a goleira em entrevista às dibradoras.

Foram seis meses em que ela pensou muito se deveria continuar no futebol ou não. Afinal, durante toda a sua carreira, foram muitas idas e vindas, incertezas a cada fim de temporada para saber se teria ou não emprego no ano seguinte. A realidade do futebol das mulheres era assim – ainda é, de certa forma, para a maioria – e Bárbara sentia que estava perdendo tempo. Poderia estar estudando, construindo uma carreira que realmente pudesse lhe dar alguma estabilidade. Mas antes que pudesse desistir, surgiu uma

proposta do Kindermann (time de Santa Catarina) e ali ela conseguiu aliar futebol e estudo, então deu para continuar. Sua escolha foi fazer Enfermagem. (SEM CLUBE APÓS AUGE EM 2016, BARBARA QUASE PAROU, MAS HOJE VAI PARA 4ª COPA, Dibradoras, Renata Mendonça, 08/06/2019)

Na notícia, a trajetória de dificuldade vivenciada pela jogadora, embora escancare a realidade precária do futebol de mulheres no Brasil, assume um discurso que faz que o leitor se sensibilize com a personagem, suas dificuldades e caminhos de superação.

A narrativa de superação de atletas também foi muito presente no portal Globoesporte.com. como podemos observar a seguir.

Por trás de um sorriso largo, está escondida uma força de quem escolheu se lançar ao ataque. À primeira vista, Ludmila não aparenta o que carrega por trás do seu olhar. A primeira Copa do Mundo para a atleta que se considera escolhida. Não pelo técnico Vadão ou pela ex-técnica Emily, que a ajudou nos primeiros passos profissionais. Uma escolha que vai além da técnica.

- O futebol que me escolheu - diz a atacante. A escolheu e a salvou de um destino poderia se desenhar bem mais duro. E que, sem dó, levou um pedaço dela mesma. Deixou um vazio e uma dor que, através dos gramados, ela supera a cada dia. A irmã inseparável, Sheila, morreu há três anos. [...] Aos 24 anos, a atacante Ludmila disputa sua primeira Copa do Mundo. Atualmente, joga no Atlético de Madrid e é vista como uma das principais promessas da nova geração. (PEPÊ ANTES DE LUDMILA: CONHEÇA A HISTÓRIA, DOR E FORÇA POR TRÁS DA ATACANTE DA SELEÇÃO BRASILEIRA, Globoesporte.com, 09/06/2019)

Sua escolha de voltar havia sido tomada. Mas precisava enfrentar outros fatores, que já não estavam tão em seu controle. Lesões entraram em cena e, em determinado momento, a atacante achou que não conseguiria se recuperar a tempo da Copa do Mundo. A última foi em fevereiro deste ano. Batia ali, um medo de que aquele filme dos Jogos Olímpicos do Rio, quando se lesionou durante o torneio, se repetisse. Na época após a disputa em casa, Cris chegou a sofrer uma forte depressão. [...] Com os três gols na vitória do Brasil na estréia, Cristiane garantiu um recorde pessoal. A atacante da Seleção é a primeira jogadora a marcar mais de uma vez na mesma partida em três Copas diferentes. Além dos três gols anotados contra a Jamaica, Cristiane foi às redes mais de uma vez contra Guiné Equatorial, em 2011, e contra a China, em 2007. Além do recorde, a atacante se tornou a terceira brasileira a marcar três gols em uma partida de Copa do Mundo. Além dela, Pretinha e Sissi também alcançaram a marca. As duas primeiras, inclusive, marcaram na mesma partida: na goleada de 7 a 1 do Brasil contra o México, na Copa do Mundo de 1999, nos Estados Unidos. (CRISTIANE SUPEROU DEPRESSÃO E ATÉ DISSE ADEUS À SELEÇÃO ANTES DE HAT-TRICK: "FOI UMA VOLTA POR CIMA", Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 09/06/2019)

Essas duas notícias engajam o leitor a partir das dificuldades vividas pelas atletas: trajetória no esporte, perdas familiares, depressão, lesões, superação até a Copa 2019. Vemos também nas notícias a caracterização de um futebol que salva – ao ajudar a recuperar a autoconfiança após uma depressão e diversas lesões ou ao servir de apoio emocional. De acordo com Pires (1997), embora as mídias não sejam as responsáveis pela criação desses chavões, elas veiculam esses entendimentos. Devido à forma reducionista de olhar o esporte, a mídia pode promover a sacralização ou a satanização do esporte. O autor ressalta que são incorporados à cultura esportiva diversas manifestações de forma descontextualizada e fragmentada do tipo: “esporte é saúde, esporte socializa, esporte reduz a agressividade, esporte recupera a autoestima, esporte ajuda a formar identidade própria, esporte é educação, etc.” (PIRES, 1997. P.36)

O portal Globoesporte.com, além de abordar a superação individual de atletas, também apresentou a superação de seleções na Copa, como observamos abaixo.

O apelido carismático da estreante Jamaica do futebol feminino combina com o sorriso de sua principal jogadora. São as Reggae Girlz. Ou as garotas do reggae. A referência ritmo local que ultrapassou as fronteiras do país, no entanto, não combina com a trilha sonora que embalou por muitos anos a trajetória da estrela da equipe. O nome que as jogadoras do técnico Vadão precisam ficar de olho na estreia da Copa da França, neste domingo, em Grenoble. Khadija "Bunny" Shaw – *bunny* significa coelho em português – tem apenas 22 anos. Rápida, de futebol explosivo e com ótima finalização, foi ela uma das principais responsáveis pela classificação histórica até a Copa (o time é apenas 53º no ranking da Fifa) [...] Prestes a começar a escrever a história da modalidade jamaicana na Copa do Mundo, em Grenoble, Khadija contou que a grande dificuldade para chegar onde está foi a disposição de oportunidades. Que, para ela, sempre foi mínima.

– Quando eu era mais nova, praticava esportes, mas não tinham muitas oportunidades na Jamaica. Minha mãe não queria que eu jogasse, porque ela pensava que eu não chegaria a lugar nenhum – disse.

[...] Oportunidade esta que também foi difícil para todo o time de futebol feminino da Jamaica. As Reggae Girlz tinham ficado três anos sem jogar e, após uma boa campanha na Copa Ouro, preliminar às Eliminatórias do Mundial do Canadá, em 2015, buscavam patrocínio para se manter em atividade. (REGGAE E RESISTÊNCIA: CRAQUE DA JAMAICA DRIBLOU CENÁRIO DE MEDO E ENFRENTARÁ MARTA, SUA REFERÊNCIA, Globoesporte.com, Amanda Kestelman e Denise Thomaz Bastos, 07/06/2019)

Para analisar os conteúdos que essa matéria apresenta a superação da seleção jamaicana na Copa, uma equipe que enfrentou dificuldades por falta de apoio, estrutura e tradição no futebol de mulheres, mas que não se deixa abater. As “ReggaeGirlz” como são conhecidas, receberam um apoio importante de Cedella Marley (filha de Bob Marley) no momento em que estavam precisando de patrocínio e apoio para manter as atividades do time. Cedella tomou a iniciativa de patrocinar a seleção, colocando a fundação Bob Marley como patrocinadora máster e tornou-se a embaixadora

global do futebol de mulheres na Jamaica. Após essa iniciativa, a seleção conseguiu outros patrocínios e maior estrutura para as atletas e assim chegaram a Copa do Mundo. Situação parecida com o que aconteceu com a seleção Tailandesa que emocionou ao marcar 1 gol na Copa após sofrer uma goleada da seleção dos EUA. A seleção tailandesa recebeu apoio da empresária Naulphan Lamsam que assumiu a direção geral da seleção. Com o apoio dela, a seleção conseguiu se classificar para a Copa em 2015 e em 2019. Além disso, a empresária emprega as atletas em sua empresa quando não estão em períodos de treinos ou em competições. Assim, como vimos, essas duas notícias possuem em comum a inclusão e ênfase da superação de equipes e atletas diante das barreiras postas às mulheres no futebol.

Ambos os portais abordaram a dimensão emoção a partir das torcidas e das narrativas de superação. Embora essa dimensão tenha sido mais frequente no Globoesporte.com do que no Dibradoras, talvez a maior diferença é que apesar de ter tratado em menor frequência, a dimensão emoção no portal Dibradoras problematizou e produziu uma notícia mais relevante socialmente, dialogando a superação da atleta com o cenário e condições do futebol de mulheres no Brasil Já o Globoesporte.com tratou a maior parte das notícias de forma isolada, não dialogando muito com outras dimensões. Assim, as notícias sobre a torcida foram apresentadas de forma superficial e com casos isolados.

DIMENSÕES ENFATIZADAS

Para analisar quais foram as dimensões enfatizadas na cobertura de ambos os portais, olharemos inicialmente a partir da frequência com que determinados conteúdos foram produzidos com que elas apareciam na cobertura, ou seja, a partir da repetição das dimensões do esporte delas nos portais. Isso nos indicará quais conteúdos foram enfatizados na cobertura: as repetições são indício de ênfase. Outro dado que auxilia a interpretação são os enquadramentos secundários, pois eles nos indicam a quantidade de vezes que determinado conteúdo esteve presente de modo complementar na notícia em diálogo com o enquadramento primário. Além desses dois parâmetros, os títulos das notícias, bem como seus os textos também auxiliam nesse processo.

Em relação à ênfase a partir dos enquadramentos secundários das notícias, no Globoesporte.com, por exemplo, vemos o predomínio da dimensão técnica esportiva em enquadramento primário (53%) e o predomínio de notícias sem enquadramento secundário (51%). Esse dado nos mostra que a dimensão técnica esportiva foi tratada pelas questões técnicas esportivas, ou seja, ela não dialogou com outras dimensões e só reforça a forte ênfase do Globoesporte.com na dimensão técnica esportiva.

Já o portal Dibradoras houve um equilíbrio maior entre as dimensões como enquadramento primário – técnica esportiva (40%), espetáculo (24%) e questões de gênero (22%). Quando olhamos para os enquadramentos secundários observamos que a dimensão questões de gênero (33%) foi a mais enfatizada nas notícias, ou seja, além dessa dimensão ser proeminente nos enquadramentos primários, também foi predominante em enquadramento secundário. Portanto a dimensão questões de gênero esteve presente nas notícias como enquadramento secundário dialogando com outras dimensões, portanto, essa dimensão esteve presente na cobertura desse portal quase como um plano de fundo, pois teve proeminência tanto como enquadramento primário como secundário. Para observar a ênfase dada pelos portais através da repetição, escolhemos dois períodos da Copa para observar as notícias produzidas e observar o que foi enfatizado .

Vale destacar que ao observar a ênfase pela repetição consideraremos as dimensões que estão presentes tanto no enquadramento primário quanto secundário. As observações foram divididas em dois períodos: Observamos os dias 09/06 a 14/06 – pois são os dias das primeiras partidas da seleção brasileira na Copa, – e os dias 25/06 a 30/06 – período após a eliminação da seleção brasileira.

09/06 a 14/06. Dibradoras

No portal Dibradoras, entre os dias 09/06 e 14/06 foram produzidas 11 notícias. Ao observá-las percebemos que a dimensão questões de gênero foi enfatizada nas notícias, estando presente em 4 notícias em dois dias seguidos, como observamos nos títulos das notícias: “Tamires é a única mãe da seleção, parou de jogar 2 vezes e hoje vive auge (12/06)”, “ O bilhete de Alex Morgan para a mãe aos 7 anos descreveu seu futuro”(12/06), “Porque a Copa do Mundo feminina ainda tem goleadas por 13 a 0 (12/06)”, “ O polêmico Charlie Hebdo na Copa feminina: ‘não é engraçado, é irritante’ (13/06). Essas notícias abordaram a esfera da maternidade da atleta de futebol, a questão da representatividade e o tratamento machista que um jornal francês conferiu ao futebol de mulheres. Além disso, uma notícia abordou o porquê de ainda existirem com frequência goleadas na Copa do Mundo “feminina”. Essa notícia, além de tratar das questões técnicas esportivas, abordou as condições do futebol de mulheres em diferentes países.

A dimensão técnica esportiva também recebeu ênfase, estando presente na cobertura em dias seguidos, como podemos observar nos títulos dessas notícias: “ O que a seleção feminina precisa fazer para ganhar da Austrália (12/06)”, “Porque a Copa do Mundo feminina ainda tem goleadas por 13 a 0 (12/06)”, “Gol ‘imperdoável’ e mudança de postura: motivos da derrota da seleção (13/06)”, “ Sinceridade das jogadoras contrasta com a passividade de Vadão após derrota (14/06)”. Ao observar o título dessas notícias percebemos que todas elas se referem a notícias pré e pós jogos da seleção brasileira.

09/06 a 14/06. Globoesporte.com

No portal Globoesporte.com, entre os dias 09/06 a 14/06 foram produzidas 76 notícias. Ao observar as matérias do período observamos a forte ênfase na dimensão técnica esportiva. Parte das notícias se referia aos resultados das partidas que aconteciam diariamente, como podemos observar a partir dos títulos: “Japão domina primeiro tempo, segura reação da Escócia no segundo e pula para a liderança do grupo D (14/06)”, “Mesmo com pênalti perdido, Inglaterra vence Argentina e garante classificação (14/06)”, “Marta e Cristiane marcam, mas Brasil leva virada da Austrália e perde em Montoellier (13/06)”, “China vence África do Sul e segue viva na disputa por vaga nas oitavas (13/06)”, “Nigéria aposta em contra ataques e vence Coreia do Sul (12/06)”, “Alemanha vence Espanha e assume liderança do grupo B do mundial feminino (12/06)”, “Holanda marca no fim e vence a Nova Zelândia na estreia na Copa do Mundo (11/06)”, “EUA aplicam maior goleada da história das Copas em estreia contra Tailândia (11/06)”, “Canadá domina partida e vence Camarões em estreia da Copa do Mundo (10/06)”, “Argentina empata com Japão e marca o primeiro ponto na história do mundial feminino (10/06)”, “Cristiane dá show, marca três gols, e Brasil estreia na Copa do Mundo com vitória (09/06)”, “Itália surpreende e vence favorita Austrália de virada em jogo do grupo do Brasil (09/06)”.

Em outra parte das notícias do Globoesporte.com, no entanto, a dimensão técnica esportiva estava presente no formato de notícias pré e pós jogos, como vemos a partir desses títulos: “Aos 41 anos, Formiga bate recorde e dia que ainda sente ‘frio na barriga’ em sua sétima Copa (09/06)”, “Foi pouco? Vadão diz que Brasil precisa ser mais eficaz: ‘se tiver chance, fazer (09/06)”, “Sem gols – Japão decepciona em estreia no mundial feminino (10/06)”, “Retrospecto recente acirra rivalidade e transforma Brasil X Austrália em um ‘clássico’ na Copa (12/06)”, “Carrasca da Austrália na Rio 2016, Bárbara projeta novo confronto: ‘tivemos últimos ajustes’ (12/06)”, “Após derrota de virada para a Austrália, Cristiane cobra atenção e afirma: ‘demos uma desligada’ (13/06)”, “Destaque em virada sobre o Brasil, australiana reconhece que fez gol sem querer: ‘Uma bola enfiada’ (13/06)”, “Além do ‘apagão’: os erros e o que precisa mudar na Seleção para o jogo decisivo na Copa do Mundo (14/06)”.

Portanto, observamos que diariamente, seja pelos resultados das partidas ou pelas notícias pós e pré-jogos, a dimensão técnica esportiva estava fortemente enfatizada no portal Globoesporte.com.

25/06 a 30/06. Dibradoras

No portal Dibradoras, entre os dias 25/06 a 30/06 foram produzidas 7 notícias. Nesses dias também observamos a repetição das dimensões questões de gênero e técnica esportiva nas notícias em dias seguidos. Podemos observar a presença das questões de gênero a partir dos títulos dessas notícias: “ O choro de Marta mudou. E a postura dela também (25/06)”, “Das 8 seleções nas quartas de final da Copa, 5 são treinadas por mulheres (26/06)”, “Rapinoe reforça que não irá a Casa Branca: ‘Não lutam pelo mesmo que nós (27/06)”. Nessas notícias observamos uma discussão sobre o sucesso das seleções comandadas por mulheres e os posicionamentos importantes para as mulheres no futebol feitos por Marta e Rapinoe.

Como observamos nas notícias acima, existiu também a ênfase na dimensão técnica esportiva nas notícias, como podemos observar nos títulos : “ O choro de Marta mudou. E a postura dela também (25/06)”, “Das 8 seleções nas quartas de final da Copa, 5 são treinadas por mulheres (26/06)”, “Final antecipada: o que esperar de França x Estados Unidos? (27/06)”, “As desculpas de sempre e a falta de ambição que assolam a seleção de Vadão (28/06)”. Essas notícias trataram do desempenho esportivo da atleta Marta ao conquistar o recorde de maior artilheira da Copa, o bom desempenho esportivo das seleções comandadas por mulheres, o trabalho do treinador brasileiro e, por fim, uma notícia sobre a partida entre EUA e França – considerada por muitos como uma final antecipada.

25/06 a 30/06: Globoesporte.com

No portal Globoesporte.com foram produzidas 27 notícias entre os dias 25/06 a 30/06. Nesses dias também observamos a forte ênfase em notícias que abordavam a dimensão técnica esportiva. Nesse período as notícias sobre os resultados das partidas permaneceram presentes, como podemos ver: “Suécia vence de virada, tira a favorita Alemanha e vai pegar a Holanda na semi (29/06)”, “Holanda domina o segundo tempo e vence Itália em tarde inspirada de Spitse (29/06)”, “100% Inglaterra: Leões derrotam Noruega e avançam para as semifinais (27/06)”, “Rapinoe brilha e comanda vitória dos Estados Unidos sobre a França na Copa (28/06)”, “Com um gol em cada tempo, Itália vence China e avança às quartas de final (25/06)”.

Como observado no período anterior, o Globoesporte.com também produziu notícias pré e pós jogos neste período. Podemos observar através desses títulos: “Copa vira ‘festa européia’ com EUA de intruso e cenário que serve de aprendizado para o Brasil (26/06)”, “Brasil muito atrás? Veja os números das classificadas às quartas de final da Copa e compare (26/06)”, “Minoria no início da Copa, treinadoras dominam as quartas de final com cinco representantes (27/06)”, “França sofre duro golpe e cita ‘fracasso’, mas legado da Copa em casa vai além da eliminação (29/06)”. “Muito além de rótulo: zagueira francesa coleciona títulos e figura entre as jogadoras mais bem pagas (28/06)”.

Nas notícias que abordam os resultados das partidas, a dimensão técnica esportiva foi tratada de maneira isolada, apenas apresentando brevemente como se deu a partida. Nas notícias pré e pós jogos já ocorre um maior diálogo com as outras dimensões. Ao observarmos os dois períodos, percebe-se que através da repetição a dimensão técnica esportiva esteve fortemente enfatizada na cobertura do Globoesporte.com. Já no portal Dibradoras já ocorreu uma ênfase em duas dimensões – a técnica esportiva e questões de gênero. Além disso, essas dimensões frequentemente dialogavam com outras, sendo tratadas de forma isolada em pouquíssimos momentos.

A partir do que foi observado no conteúdo das notícias produzidas por cada portal sobre a cobertura jornalística da Copa do Mundo, percebemos que cada portal enquadrou a Copa de uma forma diferente, explorando mais determinados assuntos e invisibilizando outros a partir de critérios de seleção, ênfase e exclusão de conteúdos.

Bourdieu (1997), ao escrever sobre televisão e seus mecanismos de produção de conteúdo, afirma que ela pode ocultar mostrando. Nas palavras do autor:

a televisão pode, paradoxalmente, ocultar mostrando uma coisa diferente do que seria preciso mostrar caso se fizesse o que supostamente se faz, isto é, informar; ou ainda mostrando que é preciso mostrar, mas de tal maneira que não é mostrado ou se torna insignificante, ou construindo-o de tal maneira que adquire um sentido que não corresponde à realidade. (BOURDIEU, 1997, p.24)

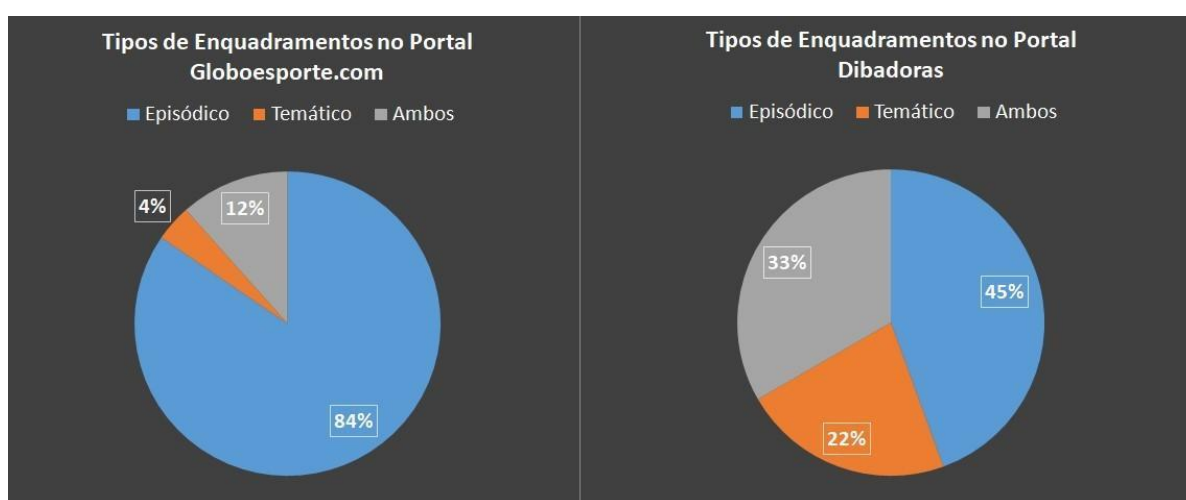
Utilizando essa reflexão, podemos relacionar com as escolhas dos portais em selecionar, enfatizar ou excluir cada conteúdo da pauta da cobertura da Copa. No momento em que o portal Globoesporte.com decide focar sua cobertura em notícias que abordem fortemente a dimensão técnica esportiva, ela suprime o espaço de veiculação de notícias que tratem as dimensões éticas, emoção, questões de gênero e estéticas, por exemplo. E quando olhamos para dentro da dimensão técnica esportiva existe ainda outra escolha. Dentro de todos os conteúdos que compõem a dimensão técnica esportiva, o Globoesporte.com se pautou fortemente nos resultados das partidas e discussões pré e pós jogos. Esse movimento também foi feito pelo portal Dibradoras. Apesar de ter feito uma cobertura mais equilibrada entre as dimensões técnica esportiva, espetáculo e questões de gênero, diminuiu-se o espaço de veiculação de notícias sobre as dimensões ética, emoção e estética. Ainda sobre a dimensão técnica esportiva, o Dibradoras se propôs a priorizar os jogos da seleção brasileira e suprimir a cobertura sobre as outras seleções, além de diminuir o espaço de divulgação dos resultados dos jogos da Copa. No entanto, promoveu mais análises táticas do jogo e das atletas.

ENQUADRAMENTOS EPISÓDICOS E TEMÁTICOS

Um dos caminhos que escolhemos para analisar as notícias foi a partir da divisão entre enquadramento episódico e temático. O enquadramento episódico utiliza uma

abordagem mais emocional, tratando de questões ou histórias individuais específicas; já o enquadramento temático promove uma cobertura focada em contextos sociais mais amplos (GROSS, 2008; IYENGAR, 1990). Além disso, com base no estudo de Kim, Lee e Oh (2017), existe a possibilidade de ambos os enquadramentos estarem inter-relacionados em uma matéria, de modo que uma mesma notícia trate em um momento de questões individuais ou fatos isolados, ou seja, episódicos, e em outro aborde elementos da conjuntura mais ampla. Portanto, cada notícia foi codificada como: enquadramento episódico, enquadramento temático ou ambos enquadramentos. No gráfico abaixo podemos observar como foi a distribuição dos enquadramentos das notícias sobre a Copa do Mundo 2019 (período do evento) em cada portal.

Gráfico 5 - Proporção dos tipos de enquadramentos episódicos e/ou temático nos portais



Fonte: Produzido pela autora (2020)

O resultado mostrou que o portal Dibradoras produziu 45 notícias, sendo 20 episódicas, 10 temáticas e 15 com ambos os enquadramentos. Já o Globoesporte.com produziu 233 notícias, sendo 197 episódicas, 9 temáticas e 27 com ambos os enquadramentos.

Como podemos observar, o enquadramento episódico isolado foi o mais utilizado em ambos os portais, porém no Globoesporte.com, em uma proporção muito maior. Em ambos os portais, a utilização simultânea dos enquadramentos foi o segundo tipo mais utilizado nas notícias, e por último os enquadramentos episódicos.

Assim como foi observado aqui nos nossos resultados, a pesquisa de Kim, Lee e Oh (2017) também demonstrou que a cobertura midiática de redes de TV dos Estados Unidos sobre os Jogos Paralímpicos enquadraram suas notícias predominantemente pelo enquadramento episódico (118) do que pelo enquadramento temático (56). Os autores também observaram que os enquadramentos episódicos foram aumentando significativamente nas duas décadas analisadas (1988-2012). Além

disso, os autores também observaram que a cobertura midiática sobre os Jogos Paralímpicos possui a tendência de apresentar questões pessoais e/ou emocionais de atletas com histórias de superação e/ou sucesso, ao invés de abordar questões mais gerais relacionadas à deficiência. Os jornalistas tendem a utilizar os enquadramentos episódicos, pois eles são mais atraentes e chamam o público para a notícia (GROSS, 2008). Alguns elementos nos ajudam a pensar sobre o porquê desse forte predomínio de notícias episódicas no Globoesporte.com: o fato de termos encontrado a forte presença da dimensão técnica esportiva em enquadramento primário, faz que predominem notícias relacionadas aos lances e resultados das partidas, com mais de apelo emocional que de contextualização e aprofundamento; no Globoesporte.com houve muitos jornalistas produzindo poucas notícias, e isso pode ter colaborado para um enquadramento episódico, já que provavelmente eles teriam que noticiar fatos pontuais, por não estarem cobrindo exclusivamente a Copa 2019, fazendo com que a notícia não tenha aspectos mais aprofundados do contexto social (discutiremos melhor essa questão no próximo sub-tópico); outro fator pode estar relacionado ao achado da pesquisa de Brum e Capraro (2015), que ao entrevistarem mulheres jornalistas perceberam que, elas responderam que ao noticiar um evento elas elegem alguns valores-notícias para produzir uma matéria, que são eles: conquistas inéditas, resultados de jogos, histórias de superação. Ou seja, elementos que caracterizam um enquadramento episódico, mais focado em um acontecimento específico, emocional e que busca atrair a atenção do público; a política editorial do jornalismo esportivo aproxima-se do infotainment, ou seja, tende a produzir mais notícias de interesse do público, com tom de entretenimento e curiosidade do que acontecimentos de interesse público.

Já no Dibradoras, poucas jornalistas, todas mulheres, produziram notícias para o portal, também com cobertura do evento in loco. A proposta editorial de valorização e visibilidade das mulheres no esporte ancorou a produção de notícias com conteúdos mais aprofundados e contextualizados, com um tom mais crítico que problematiza as questões importantes relacionadas as mulheres no esporte, realizando uma cobertura feminista, como chamou Firmino (2019). Outro fato que pode ter contribuído para que a cobertura tenha sido mais equilibrada são os próprios resultados dos enquadramentos primários das notícias, mais diversos e distribuídos, em especial com mais espaço para as questões de gênero.

Além desses elementos, as próprias características dos portais podem ter colaborado para esses números. O Globoesporte.com possui estrutura maior, com mais jornalistas, conseqüentemente, consegue produzir grande quantidade de notícias diárias, normalmente em formato mais curto. Esse perfil do Globoesporte.com de produzir grande quantidade de notícia diariamente pode ter colaborado para essa maior produção de notícias episódicas. De acordo com Bourdieu (1997) a disputa entre as emissoras para conquistar o público com informações novas cria

uma pressão para ver quem informa primeiro, isso resulta em uma urgência na produção de notícias. Ou seja, essa relação entre a velocidade e pensamento torna-se negativa, pois segundo o autor, não é possível refletir e pensar criticamente sobre os acontecimentos quando se tem essa urgência de se produzir grande quantidade de notícias diariamente. Já o Dibradoras, por ter um grupo reduzido de jornalistas e normalmente produzir poucas notícias, privilegia conteúdos mais extensos que podem favorecer a maior presença de enquadramentos temáticos.

Os números encontrados nesta pesquisa, portanto, nos chamaram a atenção para a forte presença do infotimento no jornalismo esportivo atual (PIRES, 2015). Assim, apesar de partirmos de conceitos bem definidos - enquadramento episódico e temático -, ao analisarmos cada notícia especificamente, em muitos momentos as barreiras se embaraçaram. Em uma primeira análise, a impressão era de que todas as notícias possuíam elementos episódicos – em maior ou menor grau – em sua composição. De certo modo, esta impressão pode se justificar pelas características do próprio esporte na relação com a mídia: o jogo jogado fascina e absorve a atenção do público⁷⁸, configurando-se um relevante fato social: é compreensível – e esperado - que as notícias tratem intensamente daquilo que diz respeito: aos jogos da Copa, bem como das personagens envolvidas no evento: atletas, treinadores, seleções, torcida, arbitragem. Assim, como jogo jogado – e toda a dinâmica de infotimento a ele associado – no centro das notícias, os enquadramentos episódicos ficam escancarados enquanto parte considerável do enquadramento temático se apresentou de forma secundária e mais sutil. Assim, em muitas notícias, mesmo quando aspectos sociais relacionados ao futebol de mulheres eram tematizados, como a luta por igualdade salarial, muito presente na cobertura analisada, a construção da narrativa privilegiou a imagem/figura de uma atleta em detrimento de um esforço de análise crítica e contextualização social mais ampla. Prevaleceu, deste modo, a utilização da estratégia de personalização⁷⁹ mesmo em notícias em que conseguimos perceber enquadramentos temáticos.

Um exemplo desta ambiguidade entre personificação/contextualização vem das notícias sobre os discursos e condutas politizados de Megan Rapinoe durante a Copa 2019: a atleta norte-americana não cantava o hino nacional de seu país nas partidas, fez discursos potentes em entrevistas e nas redes sociais sobre a luta por igualdade salarial, questões de gênero e causas

⁷⁸ Um caminho de análise que não aprofundamos neste trabalho é a discussão sobre o fascínio que o esporte causa no público a partir de seu apelo estético – bem como a exploração deste fascínio pela mídia. Hans Ulrich Gumbrecht é um dos autores que pode nos ajudar a refletir criticamente sobre a questão. Para o autor, a palavra “fascínio”, posta por ele como crucial para a compreensão do fenômeno esportivo, é tomada como um conceito relacionado ao olhar que é atraído e até paralisado pela performance atlética (GUMBRECHT, 2007, p. 109).

⁷⁹ A estratégia de personalização da notícia é “utilizada como um recurso de enquadramento para identificação/aproximação ao público, é verificada como um elemento dos telejornais para também conquistar pontos de audiência” (LISBÔA ET AL., 2015, p. 142). Essa estratégia busca identificação, criando “um vínculo afetivo entre espectador e personagem/ídolo, que pauta a notícia/informação, agora emoldurada como uma mercadoria a ser consumida e que, portanto, precisa também “vender-se” ao público através de personagens exemplares”. (LISBÔA ET AL., 2015, p. 142).

LGBTs. No entanto, grande parte das notícias enfatizou mais o seu embate com o então presidente dos EUA, Donald Trump, que o aprofundamento da discussão sobre as causas por ela defendidas.

Essa busca constante para entreter o público, fazer com que as notícias sejam interessantes, com características de entretenimento e emoção, se confirmou a partir das nossas análises como característica muito presente no jornalismo esportivo atual. Assim, mesmo em notícias com a predominância de enquadramento temático, percebemos a inclusão de elementos de apelo emocional na composição da notícia. Deste modo, para codificar as notícias dos portais em episódicas ou temáticas, partimos do princípio de predominância. Já as notícias classificadas com ambos os enquadramentos foram aquelas em que a análise revelou equilíbrio entre as características episódicas e temáticas.

De modo geral, as notícias episódicas estavam ligadas aos jogos da Copa, com notícias que tratavam especificamente dos resultados de cada partida, expectativas pré-jogo (como expectativas sobre os confrontos que viriam, principalmente sobre as seleções que enfrentaram a seleção brasileira, lesões, treinos, curiosidades), discussões pós-jogo (como desempenho das equipes, reclamações ou não da arbitragem, entrevistas com atletas e treinadores, etc), acontecimentos que derivaram das partidas (polêmicas sobre comemoração de gols, possíveis desentendimentos no jogo, recordes), história de vida de atletas, etc. As notícias temáticas de modo geral trataram de questões sociais relacionadas ao futebol de mulheres, como por exemplo: visibilidade na mídia, luta por igualdade, desenvolvimento do futebol de mulheres, etc. Já as notícias com ambos enquadramentos foram aquelas que possuíam aspectos episódicos e temáticos em igual quantidade.

Para ajudar na avaliação dos enquadramentos temáticos das notícias – e diferenciá-los dos enquadramentos episódicos –, utilizamos como critérios o pluralismo e equilíbrio, pois eles ajudam a superar a fragmentação, superficialidade e a tendência ao entretenimento das notícias (ROTHBERG, 2010). Para o autor, o pluralismo se relaciona aos diversos fatores que influenciam o acontecimento, abordando as causas e consequências com um tratamento compreensivo, ou seja, os “fatos e acontecimentos complexos e relevantes devem ser noticiados de maneira abrangente, verificando-se seus antecedentes e implicações, relações historicamente constituídas etc” (ROTHBERG, 2010, p. 58). O equilíbrio atua como um critério de produção da pluralidade e é empregado a partir de dois processos: primeiro é necessário identificar as questões importantes relacionadas ao assunto que merecem destaque; segundo é necessário organizar a maneira como essas questões são colocadas, utilizando da linguagem do jornalismo para um tratamento sério e equilibrado (ROTHBERG, 2010).

A partir dessas questões e dificuldades apontadas acima, iremos trazer trechos de notícias encontradas nos portais para ilustrar os achados.

As notícias episódicas no portal Globoesporte.com, em sua maioria, tratavam de resultados dos jogos da Copa, a expectativa pré jogo – principalmente da seleção brasileira –, e as discussões sobre a partida. Portanto, foi comum nessas notícias encontrarmos certo tom emocional, como podemos ver a seguir.

A zagueira Érika é a terceira baixa para a seleção feminina na Copa do Mundo. Com uma lesão na panturrilha, a jogadora foi cortada do elenco e não disputará o torneio com o restante da equipe, que estreia na competição neste domingo, contra a Jamaica. Zagueira do PSG Daiane será convocada para o lugar. (Érika é a terceira jogadora a ser cortada da Seleção; Daiane, do PSG, substitui a zagueira, Globoesporte.com, Amanda Kestelman e Victoria Leite, 07/06/2019)

Essa notícia trata de uma lesão sofrida pela atleta Érika antes da estreia da seleção na Copa. Codificamos como episódica pois é um exemplo claro de uma notícia que apresenta a história individual de uma atleta, fala de sua lesão e corte da seleção, com elementos de emoção e entretenimento. As lesões, em especial a da atleta Marta, foram um tema recorrente no portal Globoesporte.com.

Outro exemplo de enquadramento episódico pode ser ilustrado em notícias que criavam expectativas pelos jogos:

A jogadora acredita que essa será sua última participação em uma Copa do Mundo, como também provavelmente será de outras da sua geração, como Marta e Formiga.

- Sempre tem uma pressão quando disputamos a Copa, de ter que trazer o título, ter que ganhar. Isso sempre existiu. Mas, para mim, é muito bacana disputar. Vai ser a última Copa para mim, não sei para a Marta. Mas temos que tentar contribuir enquanto estamos aqui. Vai ser a nossa última busca pelo sonho. Meu, da Formiga, dessa geração que está terminando - disse ela. (Cristiane fala em nome da sua geração: "Vai ser nossa última busca pelo sonho", Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 07/06/2019)

Essa notícia foi codificada como episódica pois claramente trata de uma visão individual de Cristiane, comentando sobre sua última Copa. Podemos perceber que a notícia fala dessa expectativa da atleta pela competição, uma tentativa de agendar e criar expectativa pelo jogo do Brasil. Além disso, a notícia traz um tom de emoção ao reforçar que esta seria a última participação em Copa do Mundo da atleta, e possivelmente de outras jogadoras de sua geração, como Formiga.

Outro exemplo de notícia episódica foram aquelas que tratavam da vida das atletas, como podemos observar a seguir.

Cresceu em uma família com 13 filhos. Entre eles, quatro tiveram suas vidas interrompidas, sendo três em nome do crime organizado. É também a primeira e, por enquanto única, da família a se dedicar a um diploma superior. Ela estuda Comunicação Social na Universidade de

Tennessee, onde também representa o time de futebol feminino do Tennessee Volunteers Athletics.[...]

– Quando eu era mais nova, praticava esportes, mas não tinham muitas oportunidades na Jamaica. Minha mãe não queria que eu jogasse, porque ela pensava que eu não chegaria a lugar nenhum – disse. (Reggae e resistência: craque da Jamaica driblou cenário de medo e enfrentará Marta, sua referência, Globoesporte.com, Amanda Kestelman e Denise Thomaz Bastos, 07/06/2019)

Essa notícia contém fortes características episódicas. Podemos ver o foco na história individual de uma atleta e o apelo emocional presente, falando sobre a trajetória difícil vivida pela atleta. Esse tipo de abordagem esteve presente em diversas notícias mostrando a trajetória de diferentes atletas. Mas essas notícias tinham um discurso em comum, geralmente possuíam um apelo emocional, mostrando a trajetória de superação de vida. Embora, mencionem preconceitos e dificuldades enfrentados para alcançar a carreira de atleta, estas barreiras não são discutidas como fruto de contexto mais amplo.

Já no portal Dibradoras, também observamos notícias episódicas que tratavam da expectativa pré-jogos da seleção Brasileira, como podemos observar na seguinte notícia:

Com passagens por clubes de diversos países, como Suécia, Islândia e Estados Unidos, a meio-campista defende atualmente o Milan. E com a experiência de quem joga o Calcio Femminile, a jogadora falou em coletiva de imprensa – depois do treino deste domingo – que não achou nenhuma surpresa ver a Azzurra ser a líder do grupo C e se classificar com antecedência para o mata-mata do Mundial.

"Tinha escutado várias entrevistas falando da Itália, mas eu jogo lá, vejo o nível do campeonato, o nível das jogadoras e tinha certeza que nós três (Austrália, Brasil e Itália) brigáramos no grupo e, para mim, não foi surpresa, não", afirmou.

Thaís revelou que dá algumas dicas sobre as jogadoras e alguns detalhes sobre o estilo de jogo das italianas para a comissão técnica e que admira muito um fator da equipe adversária: a imprevisibilidade. (Jogadora do Milan, Thaís alerta para ponto forte da Itália: meio-campo, Dibradoras, Roberta Nina, 17/06/2019)

Essa notícia cria a expectativa pelo último jogo da fase de grupos do Brasil, agendando a partida para o público. Além desse formato de notícia, também encontramos notícias episódicas pós-jogos do Brasil, como observamos a seguir.

Foi um jogo, talvez o melhor da Copa até aqui e é preciso ressaltar a qualidade e a superação da seleção feminina em campo neste domingo. Elas foram na raça, no coração, e saíram de campo de cabeça erguida pela entrega que tiveram. Nem mesmo as francesas imaginavam que teriam tanta dificuldade para vencer o Brasil em campo, como a própria Thaís destacou na zona mista pós-jogo. Elas achavam que a seleção estava morta – e as mulheres mostraram que nunca se pode duvidar do talento do futebol

brasileiro. O coração foi para a ponta da chuteira, e elas terminaram o jogo extenuadas, mancando, mas ainda de pé.

[...]A torcida brasileira "descobriu" a seleção feminina nesta Copa do Mundo. E teve muito orgulho de torcer por ela. Que isso não acabe por aqui. (Seleção feminina resgata orgulho da torcida e joga com o coração na Copa, Dibradoras, Renata Mendonça, 23/06/2019)

Nessa notícia se faz presente o tom emocional após a eliminação do Brasil, com destaque para a raça e o espírito de luta das atletas.

Como podemos ver nos exemplos ilustrados acima, o enquadramento episódico se fez presente em ambos os portais, com formatos diferentes e abordando diversos assuntos. De modo geral, trataram predominantemente de informações sobre as partidas e abordagens emocionais de uma questão/história particular.

Os enquadramentos temáticos foram menos utilizados em ambos os portais. Observamos a presença do enquadramento temático em notícias que mostravam a história e o contexto do futebol de mulheres em alguns países e as lutas contra dificuldades enfrentadas pela modalidade. Podemos observar exemplos desse formato a seguir:

As quartas de final da **Copa do Mundo** de 2019 foram invadidas pelas seleções da Europa. A única exceção é a equipe dos Estados Unidos - atual campeã e uma das favoritas ao título. São sete europeus entre oito países que ainda brigam pelo título. E isso representa uma mudança de cenário. Há quatro anos, na Copa de 2015, apenas três seleções do continente chegaram até as quartas. [...]

Todas as seleções europeias que estão nas quartas de final têm um trabalho em comum que foi intensificado nos últimos quatro anos: uma liga organizada e mais forte, atraindo atenções e suas grandes jogadoras. [...] Outro fator que explica o avanço europeu no futebol feminino - e serve de lição novamente para o Brasil. Nos torneios europeus, o interesse da torcida local pela modalidade aumentou consideravelmente com a força aplicada nas ligas. E isso gera audiência, interesse e, conseqüentemente, investimento.[...] Uma tecla batida inúmeras vezes, e que se espera mudanças no Brasil e em outros países, é o desenvolvimento da base. Justamente um dos pilares que ajudaram seleções europeias a chegarem no topo nesta Copa do Mundo. Em 2019, teremos pela primeira vez um torneio sub-18 no futebol brasileiro, algo que países como França e Inglaterra fizeram na última década. (Copa vira "festa europeia" com EUA de intruso e cenário que serve de aprendizado para Brasil, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 26/06/2019)

A notícia traz elementos temáticos ao ressaltar o cenário de desenvolvimento do futebol de mulheres em diferentes países europeus, sobre a importância do trabalho na base e fortalecimento de uma liga nacional organizada, apontando elementos para pensarmos em possíveis mudanças no futebol de mulheres no Brasil.

O portal Dibradoras também produziu notícias abordando o desenvolvimento do futebol de mulheres, como podemos ver na notícia abaixo.

A goleada dos Estados Unidos sobre a Tailândia por 13 a 0 foi simplesmente a maior da história da Copa do Mundo feminina, batendo o recorde que antes era da Alemanha, que em 2007 sacolou a Argentina fazendo 11 a 0. São números muito expressivos e seria muito superficial da nossa parte dizer que esse placar significa apenas que um time é extremamente bom e o outro é extremamente ruim.

As americanas venceram, sim, porque são muito superiores às tailandesas. Mas isso é reflexo também de uma maior estrutura e de um maior investimento no futebol feminino do país.

[...]É por essas diferenças tão acentuadas ainda recorrentes no futebol das mulheres que essas goleadas expressivas ainda acontecem em competições de alto nível, como um Mundial. A esperança é que, daqui alguns anos, nós possamos ver um nível mais alto em todas as seleções e, para isso, é preciso que todas as confederações se empenhem em investir no futebol feminino e propiciar a mínima estrutura para a prática do esporte entre as mulheres. Não queremos parar de ver as goleadas no campo, mas que elas aconteçam em um cenário de maior igualdade para as duas equipes. (Por que a Copa do Mundo feminina ainda tem goleadas por 13 a 0?, Dibradoras, Renata Mendonça, 12/06/2019)

Essa matéria, a partir da goleada sofrida pela Tailândia no jogo contra os EUA, problematizou as diferenças de estrutura e investimentos que existe no cenário mundial do futebol de mulheres, problematizando como a desigualdade se reflete em goleadas em diversos torneios. A matéria também expôs que as diferenças de investimento são reflexos de proibições e preconceito que impossibilitaram que a modalidade se desenvolvesse normalmente, impactando na profissionalização, oficialização e organização de eventos.

Além de mostrar os diferentes contextos e estruturas do futebol de mulheres no mundo, o portal Globoesporte.com também abordou o planejamento da FIFA sobre o desenvolvimento do futebol de mulheres para os próximos anos, como podemos observar a seguir.

Após o discurso, Infantino se antecipou às perguntas e apresentou o que chamou de cinco propostas para o futebol feminino. Ele reiterou que as ideias estão na mesa, mas precisam ser apoiadas e votadas pelo conselho da Fifa. São elas:

- Criação de um Mundial de Clubes Feminino o mais rápido possível
- Criação da Liga Mundial Feminina (como a Liga das Nações na Europa)
- Aumento do número de seleções na próxima Copa de 24 para 32
- Dobrar as premiações na Copa do Mundo de 2023
- Dobrar o investimento no desenvolvimento do esporte para 1 bilhão de dólares

- É nosso dever não esquecer o que construímos a partir disso. Não podemos apenas daqui a quatro anos fazer uma outra boa coletiva de imprensa. Temos que trabalhar a partir de agora, e é por isso que vou propor ao conselho da Fifa e a todas as associações a abraçar o desenvolvimento do futebol feminino - completou. (Fifa apresenta cinco propostas para o futebol feminino, inclusive 32 seleções na Copa de 2023, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 05/07/2019)

Consideramos essa notícia como temática por abordar como a entidade que rege o futebol de mulheres pretende criar estratégias que promovam o desenvolvimento da modalidade.

Já o Dibradoras abordou outra questão importante, a visibilidade da Copa, como podemos ver a seguir.

Além da audiência televisiva, as interações nas redes sociais sobre a partida feminina também mostraram um grande engajamento por parte do público. A Vert Inteligência Digital em parceria com a plataforma de monitoramento Stilingue desenvolveu a plataforma Observatório Mundial Feminino 2019, um espaço de pesquisa e monitoramento do maior evento de futebol feminino. A ideia é mapear os dados para questionar, provocar e responder questões que, até então nunca foram exploradas. Tudo isso por meio de uma série de estudos, análises de conversação e comportamento nas mídias sociais, em constante atualização durante todo o torneio.

[...]Na estreia da seleção brasileira na competição, o monitoramento mostrou um dado bem importante. O público feminino foi quem mais comentou sobre a partida nas redes sociais, representando 54% de interações contra 36% do público masculino. Outra informação captada foi que Marta, mesmo sem entrar em campo, foi a jogadora mais citada nas redes.

[...] Além dos termos relacionados a Marta, os principais termos mencionados nas redes sociais foram "Copa Feminina", "Seleção Feminina" e "Copa do Mundo Feminina. Ainda durante os 90 minutos de jogo, o Twitter mostrou que entre os cinco assuntos mais citados na plataforma, todos eles correspondiam ao Mundial das mulheres. (O impacto da Copa feminina e da estreia do Brasil nas redes sociais, Dibradoras, Roberta Nina, 10/06/2019)

Essa notícia traz questões importantes sobre a visibilidade da Copa e mostra a importância e o impacto das redes sociais para a visibilidade e discussão sobre o futebol de mulheres. Essa matéria foi codificada como temática por tratar a visibilidade de forma mais aprofundada e ampla, por trazerem informações sobre o perfil do público consumidor do evento a partir das atletas e perguntas mais pesquisadas na rede. No entanto, nem toda notícia que tratava da visibilidade foi codificada como temática, apenas aquelas que possuíam informações mais aprofundadas. Aquelas que simplesmente informavam sobre o público que assistiu a partida, porém sem informações ou discussões mais completas foram consideradas episódicas por tratarem a visibilidade de maneira fragmentada pouco aprofundadacontextualizada e superficial.

Além dessas notícias que trataram do público e visibilidade da Copa, o Dibradoras abordou criticamente uma publicação de um jornal satírico que sexualizou o corpo feminino no futebol (O polêmico Charlie Hebdo na Copa feminina: ‘Não é engraçado, é irritante’, Dibradoras, Renata Mendonça, 13/06/2019). Essa notícia foi codificada como temática por tratar de um tema muito importante no contexto do futebol de mulheres, que é a sexualização dos corpos. Prática que não foi comum nessa Copa - pelo menos não nesses portais analisados. Mas que alguns anos atrás era uma prática um pouco mais frequente, onde poderíamos ver matérias que ressaltavam mais a beleza e a

estética das jogadoras ao invés da qualidade técnica delas. Tematizar essa publicação de modo crítico é uma postura importante, de utilizar o espaço como jornalista para combater essas atitudes e mostrar para o público que não podemos e não teremos nossos corpos objetificados

De modo geral, as notícias temáticas estavam ligadas às questões de gênero ou tratavam de um assunto socialmente importante para o futebol de mulheres. Já as notícias que possuíam ambos enquadramentos tiveram conteúdos e formatos diversos em ambos os portais. No entanto, um tema que esteve presente nos dois portais foram os discursos de Marta e Rapinoe sobre igualdade:

Não é a primeira vez que Rapinoe tem um posicionamento forte a respeito da administração de Trump. A jogadora é uma ativista LGBT e há alguns anos não coloca a mão no peito na hora do hino, como é costume dos americanos, nem canta as estrofes por não se sentir representada pela administração do país.

"Como uma americana gay, eu sei o que significa olhar para essa bandeira e não tê-la como símbolo de proteção à sua liberdade. É algo pequeno que eu poderia fazer e planejo continuar fazendo para tentar espalhar uma discussão importante sobre isso", disse ela alguns meses atrás. Obviamente que sua postura levanta muitas polêmicas nos Estados Unidos e, tão logo sua declaração foi divulgada nas redes sociais nesta quinta-feira, muitos americanos já começaram a atacá-la por sua postura contra o governo de Trump. O ato de não cantar o hino também é considerado bastante desrespeitoso por lá e isso faz com que a jogadora não seja uma unanimidade na torcida. É claro que Rapinoe não vai agradar todo mundo, justamente porque ela se posiciona. Diferentemente da postura da maioria dos atletas que conhecemos, que costumam fugir de polêmicas, responder sempre o que está no roteiro, aquele blá blá blá de sempre, "vamos em busca da vitória, conquistar os três pontos, fomos felizes em fazer o gol", etc, etc, a capitã americana se posiciona. Ela fala o que pensa, defende as minorias, faz campanhas LGBT e em favor das mulheres. (Rapinoe reforça que não irá à Casa Branca: 'Não lutam pelo mesmo que nós', Dibradoras, Renata Mendonça, 27/06/2019)

Em sua quinta participação no torneio, marcou seu 16º gol no torneio. De quebra, [alcançou um novo recorde ao se igualar ao alemão Klose e, agora, divide com ele a artilharia da história dos Mundiais.](#)

Na comemoração, Marta mostrou a chuteira, exibindo o símbolo a favor da igualdade de gênero no esporte. Mas não só por ser uma embaixadora da causa. O gesto da camisa 10 tem todo um plano de fundo que explica a mensagem.

Eleita melhor do mundo pela sexta vez no ano passado, Marta está sem contrato com qualquer patrocinadora de material esportivo desde julho de 2018. Em ano de Copa do Mundo, a mais assistida da história do torneio em todo o planeta, essa é uma informação que chama atenção.

[...] Diante da Austrália, a camisa 10 da seleção brasileira também se tornou a primeira a balançar a rede em cinco edições diferentes do torneio. Sua primeira Copa do Mundo foi em 2003, com 17 anos. Depois, disputou as edições de 2007, 2011 e 2015. (Marta alcança recorde em Copas com chuteira simbólica; entenda o que há por trás do gesto dela, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 13/06/2019)

As notícias que envolviam os posicionamentos de Marta e Rapinoe sobre igualdade de gênero, pagamentos iguais, etc, foram consideradas como contendo os dois enquadramentos. Porque apesar de possuir um posicionamento político importante para o contexto do futebol de mulheres, as notícias a faziam utilizando a estratégia de personalização com as duas atletas. Ou seja, se utilizavam desse recurso do enquadramento para chamar atenção do público, aproximando da informação as atletas que estavam se destacando na Copa .

No contexto da Copa 2019, a idolatria à imagem de Marta foi explorada a partir de uma narrativa de expectativa da mídia em decorrência da lesão sofrida pela atleta. Assim, a notícia aborda a indefinição sobre a participação de Marta na partida, sua entrada no jogo e o gol de pênalti que a permitiu igualar o recorde de Klose. Já com Rapinoe, quase não encontramos notícias sobre a atleta no início da Copa. O destaque para a atleta norte-americana foi ampliado após a eliminação do Brasil. Ou seja, após perder o conteúdo que era predominante (seleção brasileira), a mídia teve que criar outro conteúdo para chamar o público, personificar outra atleta. Afinal, como nos alerta Helal (1998), o jornalismo esportivo não se sustenta muito tempo sem criar a imagem do herói, pois são eles que fazem o público se identificar com o evento. Assim, com a ausência de Marta e o destaque dentro e fora de campo da seleção dos EUA – vencendo as adversárias e se posicionando politicamente –, Rapinoe tornou-se personagem central da Copa também na mídia brasileira.

Entendemos que foram discursos muito importantes, vindo de figuras de destaque no cenário mundial do futebol, que são reconhecidas por seu talento dentro de campo. O fato de fazer esses pronunciamentos sobre igualdade de gênero e pagamentos iguais publicamente em plena Copa do Mundo deve ser valorizado. Porém, a mídia utilizou a estratégia de personalização da notícia com a imagem das atletas para criar uma aproximação do público. Acreditamos que o tema dos discursos das atletas deveria ser o principal da notícia, porém o que vimos foi uma fusão dos enquadramentos que por vezes descolou as atletas e seus posicionamentos do contexto mais amplo onde estes se inserem.

Além de abordar os posicionamentos das atletas, no Globoesporte.com observamos notícias com ambos enquadramentos que tratavam das pioneiras do futebol de mulheres no Brasil, onde elas comentaram sobre sua trajetória na modalidade e como era a estrutura do futebol naquele período em que eram atletas, como podemos ver abaixo.

Além disso, as jogadoras brasileiras brigavam por muita coisa: por mais amistosos, por mais premiações, por salários dignos. Na época, eram apenas diárias. Em reais aqui no Brasil e em dólar fora do país, algo que a Receita Federal ainda reduzia o que era pouco a quase nada. Os uniformes? Eram resto do masculino. E a preparação: nada de jogos contra outras seleções. Apenas jogos-treino contra meninos de cidades do interior paulista em pulos de galho em galho negociados com diversas prefeituras.

[...]- Eu já fui para o jogo de estreia com o tornozelo bichado. Machuquei num treino ainda aqui no Brasil. Mas eu joguei, dei tudo, nós todas demos tudo. Se tivéssemos uma cota de 100% do que dar em campo, acho que metade já foi ali contra a Suécia. Mas o tornozelo gritou e não joguei contra o Japão. Voltei para o jogo contra a Alemanha no sacrifício, pois o Dema confiava muito e mim. Só eu marcava e a Cenira me ajudava. A gente nem tinha fisioterapeuta lá, tínhamos médico que passava gelo, passava anti-inflamatório, mandava fazer contraste e é isso. Hoje em dia elas têm tudo – lembra, com carinho (Memória Copa do Mundo Feminina: Um 6 a 1 exagerado, Globoesporte.com, Bruno Saldanha, 07/06/2019)

Nessa notícia podemos ver que ambos os enquadramentos se fazem presentes. A notícia trata da experiência vivida por Leda Maria na Copa do Mundo de 1995, onde ela comenta sobre um jogo específico em que o Brasil perdeu por um placar elástico. A ex- atleta destaca a desvalorização do futebol de mulheres naquele período, a falta de estrutura e diferença salarial.

Aqui entendemos que a notícia trata de uma história específica (episódica) com um certo tom emocional pela derrota sofrida, mas também trouxe elementos de um contexto social amplo do futebol de mulheres (temáticos), e consideramos que eles estiveram presentes em uma mesma proporção na notícia, caracterizando a presença de ambos enquadramentos. Além disso, ainda podemos observar a diferença de tratamento que as próprias entidades que cuidam do futebol distinguem as equipes, como a falta de amistosos, falta de uniformes exclusivos para as mulheres, pagamentos diferentes, etc.

Outra notícia que foi abordada em ambos os portais tratava das mulheres treinadoras na Copa:

É o auge de um trabalho que já quebrou barreiras antes improváveis. Por mais que atualmente esteja em outro patamar no cenário mundial, o futebol feminino da França também passou por curvas sinuosas. Assim como no Brasil, houve proibição da prática por décadas e anos de descaso. Agora, o cenário é outro. E a figura da treinadora tem parte relevante no processo.[...] A seriedade sempre foi um dos rótulos de Corinne.[...] Essa atitude não veio por acaso. Corinne reconhece que sua capacidade de imposição de ideias mudou muito desde 2014. Naquele ano, ela rompeu novas barreiras quando aceitou um desafio que poucas treinadoras do mundo encararam. Por três temporadas, esteve no comando da equipe masculina do Clermont Foot, da segunda divisão da França. Chegou a ser nomeada técnica do ano na divisão pela revista "France Football". Por mais importante que tenha sido esse pioneirismo, a treinadora sofreu preconceito. Ouviu xingamentos de torcedores, questionamentos machistas. (Técnica da França foi pioneira ao treinar time masculino. Duelo com Brasil será novo marco na carreira, Globoesporte.com, Amanda Kestelman, 23/06/2019)

A notícia traz elementos da vida particular e trajetória de Corinne Diacre como atleta até se tornar treinadora e assumir o cargo na seleção francesa, mas ao mesmo tempo trata de uma questão bastante importante no contexto do futebol de mulheres que a presença de mulheres em cargos de

comando. Na notícia vemos que além de dar destaque à posição importante ocupada por Diacre, as suas qualidades foram destacadas e valorizadas, e os preconceitos sofridos abordados. No entanto, é possível também ver como o referencial masculino é empregado como parâmetro de qualidade, uma vez que o fato raro de vermos uma treinadora assumir o comando de uma equipe masculina é caracterizado como um ato de coragem e não como consequência do preconceito e da falta de oportunidades.

Já no Dibradoras, encontramos notícias com ambos enquadramentos que trataram da realidade do futebol de mulheres no Brasil, da dificuldade de conseguir contratos com clubes e do desafio da maternidade para as atletas. conforme vemos no trecho abaixo.

"Foi meio revoltante e pensei. Pensei: não posso mais fechar contrato fora do Brasil porque eu preciso estudar. Numa situação dessa, por mais que eu fique sem clube, sem trabalho eu não fico", afirmou a goleira em entrevista às dibradoras.

Foram seis meses em que ela pensou muito se deveria continuar no futebol ou não. Afinal, durante toda a sua carreira, foram muitas idas e vindas, incertezas a cada fim de temporada para saber se teria ou não emprego no ano seguinte. A realidade do futebol das mulheres era assim – ainda é, de certa forma, para a maioria – e Bárbara sentia que estava perdendo tempo. Poderia estar estudando, construindo uma carreira que realmente pudesse lhe dar alguma estabilidade. Mas antes que pudesse desistir, surgiu uma proposta do Kindermann (time de Santa Catarina) e ali ela conseguiu aliar futebol e estudo, então deu para continuar. Sua escolha foi fazer Enfermagem (Sem clube após auge em 2016, Bárbara quase parou, mas hoje vai para 4ª Copa, Dibradoras, Renata Mendonça, 08/06/2019)

Pudemos ver esta abordagem na reportagem que apresentou a história pessoal de quase abandono do futebol vivida pela goleira Bárbara (Sem clube após auge em 2016, Bárbara quase parou, mas hoje vai para 4ª Copa, Dibradoras, Renata Mendonça, 08/06/2019) e nas dificuldades da atleta Tamires para conciliar a carreira de atleta com a maternidade (Tamires é a única mãe da seleção, parou de jogar 2 vezes e hoje vive auge, Dibradoras, Renata Mendonça, 12/06/2019)

A partir destes resultados, fruto de análise da cobertura jornalística de um evento mundial de grande relevância e visibilidade, podemos ter elementos para compreender como a mídia ajuda a construir, a partir dos seus enquadramentos – e, portanto, dos seus interesses –, representações sobre o futebol de mulheres. Cabe destacar que os dados se referem a um período em que a visibilidade dada às mulheres no futebol agrega grande valor econômico e, portanto, relevância. Cabe melhor observar, e refletir, sobre como a mídia enquadra a modalidade fora do contexto do megaevento esportivo, bem como, em pesquisas futuras, buscar identificar se houve contribuições da Copa 2019 à visibilidade, legitimidade e apoio para o futebol de mulheres.

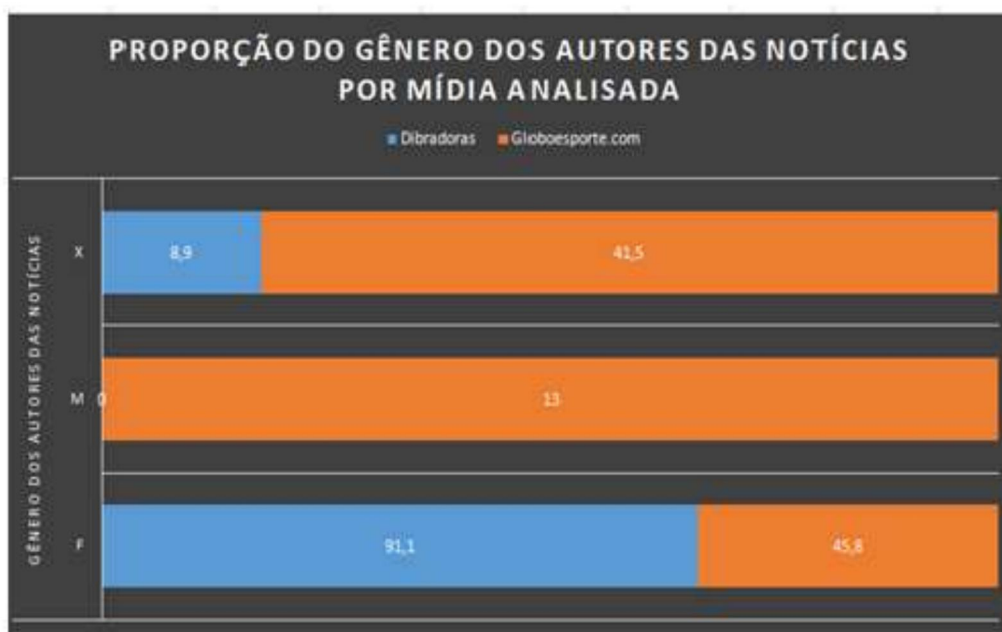
AUTORIA DAS NOTÍCIAS

Nesse subtópico iremos analisar a autoria das notícias dos portais, observar qual o espaço que os homens e as mulheres ocupam. Essa análise é importante, sobretudo para identificar a presença delas nesse ambiente que é predominantemente ocupado por homens. Nossa hipótese é a de que por se tratar de uma Copa do Mundo de futebol de mulheres, a presença delas como autoras das notícias seja significativa.

No portal Dibradoras, as notícias se dividiram entre as produções assinadas por jornalistas mulheres e as assinadas genericamente pela redação. Com 41 notícias produzidas, as mulheres foram responsáveis por 91,1% do total, enquanto a redação assinou apenas 4 notícias, correspondendo a 8,9% do total. A quase exclusividade de matérias produzidas por mulheres no portal Dibradoras já era esperado, considerando que apenas jornalistas mulheres compõem o grupo. Como desdobramento, é de se esperar também que haja predomínio de mulheres nas equipes responsáveis pela elaboração das notícias assinadas pela redação.

Já no portal Globoesporte.com houve um maior equilíbrio entre as produções de mulheres e redação. No entanto, as mulheres ainda foram maioria na autoria das notícias, com 116 matérias assinadas, correspondendo a pouco mais de 45 % das produções. Dessas 116 matérias produzidas por mulheres, a jornalista Amanda Kestelman foi a responsável pela maioria das notícias, com 88 matérias no total. A redação do Globoesporte.com foi responsável por 105 matérias e a produção de jornalistas homens foi pequena, com 32 autorias, somando aproximadamente 13% do total.

Gráfico 6 - Proporção do gênero dos/das autores/as das notícias dos portais



Fonte: Produzido pela autora (2020)

Esses números revelam um dado interessante: a predominância de jornalistas mulheres produzindo conteúdo sobre a Copa do Mundo em ambos os portais. Em uma pesquisa sobre o perfil

do jornalista brasileiro⁸⁰ encomendada pela Federação Nacional dos Jornalistas, as mulheres são a maioria nas redações (64%) – predominantemente brancas, solteiras e com idade de até 30 anos. Já no jornalismo esportivo no Brasil, de acordo com dados da International Sports Press Survey (ISPS), apenas 7% das notícias produzidas são assinadas por mulheres (HORKY; NIELAND, 2011). Isso nos mostra que o jornalismo esportivo ainda é um ambiente de predominância masculina. Apesar dessa predominância de matérias assinadas por jornalistas mulheres em nossa pesquisa, devemos considerar que esses dados são de um contexto específico da Copa do Mundo de Futebol Feminino e que pode não representar a realidade da cobertura de outros eventos esportivos como uma cobertura da Copa do Mundo de Futebol Masculino, Jogos Olímpicos ou até mesmo do Campeonato Brasileiro de Futebol masculino. No entanto, ter mulheres cobrindo um evento deste tamanho é uma conquista significativa, levando em conta que em outros momentos muito do que era veiculado nas mídias sobre o futebol de mulheres era produzido por homens. Devemos também destacar a participação da jornalista Ana Thais Matos, que além de produzir matérias sobre a Copa em seu blog vinculado ao Globoesporte.com, também foi comentarista nas partidas ao vivo da seleção brasileira transmitidas na televisão aberta pela emissora Rede Globo.

A presença de mulheres na cobertura da Copa do Mundo de Futebol Feminino França 2019 representa, ainda que ainda de forma isolada, a quebra de um paradigma da hegemonia masculina no âmbito esportivo que ultrapassa o campo de jogo e alcança as redações jornalísticas. Carvalho e Grohmann (2016), por exemplo, verificaram em canais esportivos que os homens são constantemente presentes (quem fala) nas transmissões de jogos de mulheres (de quem se fala) e de programas teoricamente destinados aos homens (pra quem se fala). Além disso, a pesquisa verificou que das 22 pessoas presentes na análise (narradores, comentaristas e apresentadores), apenas 7 eram mulheres, sendo que 3 eram ex-atletas e só comentavam sobre suas modalidades. Esta invisibilidade/ausência das mulheres na produção jornalística também é relatada no estudo de Araújo e Ventura (2019). Os autores realizaram uma análise do programa esportivo Globo Esporte São Paulo e verificaram que nas 10 edições observadas (sendo 5 edições em 2017 e outras 5 em 2019) as mulheres ocuparam um espaço mínimo e que nesse intervalo de tempo pouca coisa mudou, já que em 2017 houve a inexistência de representatividade de mulheres e em 2019 a atuação delas foi de 9%. Além disso, a pesquisa também mostrou a inexistência de mulheres como comentaristas no programa. Embora seja mais frequente ver mulheres ocupando espaço de apresentadoras em programas esportivos, recentemente podemos ver um avanço nesse cenário. Hoje alguns programas esportivos possuem mulheres comentando nas chamadas mesas redondas, como a jornalista Daniela Boaventura no canal ESPN, e Ana Thaís Matos e Renata Mendonça (do Dibradoras) no canal SPORTV. Além disso, Renata e Ana Thaís ganharam espaço de comentaristas

80 BERGAMO, Alexandre; MICK, Jacques; LIMA, Samuel. Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho: síntese dos principais resultados, 2012.

nas transmissões dos jogos do Brasileirão masculino. A relação entre esporte, gênero e mídia também é abordada no estudo de Brum e Capraro (2015). A partir de entrevistas com 10 mulheres jornalistas – minoria nos editoriais de esporte dos meios de comunicação, o estudo revela as dificuldades e estratégias das mulheres para selecionar e produzir notícias em um campo onde predomina a reprodução de um modelo sob a dominação masculina e capitalista. Neste contexto, as mulheres jornalistas destacam que a participação de mulheres na cobertura de eventos esportivos poderia trazer como um diferencial a contribuição de um “olhar próprio”, ou seja, um olhar diferenciado que estaria relacionado “a sua própria capacidade de, como mulheres, utilizarem atributos comumente associados ao feminino como fatores para auxiliá-las no trabalho” (p.965). Assim, para as entrevistadas, a mulher jornalista, minoria na redação, teria a visão além do alcance que consegue ver que a mulher é minoria no esporte (p. 965) Assim, de acordo com os autores, a mulher jornalista tem uma sensibilidade. Uma das entrevistadas destaca ainda que a sensibilidade da mulher jornalista pode trazer leveza e suavidade ao campo do jornalismo esportivo, uma sensibilidade que conseguiria ver o atleta como pessoa e humanizá-lo (p.965). Porém, de acordo com Brum e Capraro (2015), as entrevistadas revelaram que embora percebam uma maior abertura em relação à participação de mulheres no jornalismo esportivo, o “olhar próprio” das jornalistas se limita ao modo de construção das narrativas e não consegue interferir no processo editorial de seleção e encaminhamento das pautas – que depende da aprovação de superiores geralmente homens – reforçando, em uma análise bourdieusiana, a dominação masculina no campo jornalístico esportivo (p. 969).

Ao analisarmos os portais abordados nesta pesquisa, o Dibradoras, com predominância feminina no corpo editorial, parece conseguir realizar uma mudança nas características das pautas, construindo narrativas mais críticas que tendem a não reforçar estereótipos femininos. Em direção oposta, as jornalistas do Globoesporte.com, embora tenham alcançado representatividade na cobertura na Copa 2019, talvez possuam menor possibilidade de escolha e alteração da pauta, já que fazem parte de um grande portal de jornalismo esportivo onde as decisões são hegemonicamente masculinas.

Em relação à autoria das notícias no portal Globoesporte.com, tivemos um total de 39 autores produzindo notícias. De certa forma, já era esperado que um siteportal deste tamanho e importância tivesse um maior número de contribuições, pois dispõe de recursos, estrutura e grande equipe de jornalistas para cobrir o evento – in loco ou nas redações espalhadas em diversos locais do países do mundo. Mas um dado interessante diz respeito à quantidade de matérias que cada jornalista produziu. Das 233 notícias encontradas no portal durante a Copa, 104 foram assinadas pela redação do Globoesporte.com, alcançando 41% das autorias. Um fato que pode ter contribuído para isso diz respeito às transmissões ao vivo(Lance a lance) que são disponibilizadas no portal a cada partida

realizada da Copa. Atualizadas em tempo real durante a disputa, após o término da partida a cobertura “lance a lance” torna-se a principal notícia do portal Globoesporte.com sobre o referido jogo. Assim, das 104 notícias assinadas pela redação, 52 se referiam a esse tipo de cobertura dos jogos. Atrás apenas das autorias atribuídas à redação, a jornalista Amanda Kestelman foi a segunda em número de notícias assinadas no portal Globoesporte.com. Com um total de 88 matérias, Kestelman foi responsável por mais 35% da produção do portal. Essa jornalista cobriu o evento in loco, acompanhando na França a seleção brasileira e os demais jogos. Os/as outros/as 37 jornalistas contribuíram com um total de 61 matérias, sendo responsáveis por 24% da produção.

Gráfico 7 - Autoria das notícias nos portais



Fonte: Produzido pela autora (2020)

Um ponto importante em relação às autorias dos/das jornalistas do Globoesporte.com é que destes outros 37 jornalistas, apenas 3 contribuíram com mais de 3 matérias cada. Foram Denise Bastos, Victória Leite e Ana Thaís Matos, com 7, 4 e 5 matérias respectivamente. Os outros 34 jornalistas produziram menos de 3 matérias cada. Isso pode nos dar indícios de uma possível cobertura do evento a partir de um enquadramento episódico, levando em consideração que um quarto das matérias foram produzidas por uma grande quantidade de jornalistas. Ou seja, grande número de jornalistas escrevendo poucas notícias. Desta forma, se torna mais provável que sejam abordados fatos e acontecimentos isolados, sem que haja contextualização, aprofundamento ou continuidade dos fatos.

É interessante pensar que muitos jornalistas escrevendo pouco pode indicar que poucos jornalistas foram delegados para cobrir especificamente o evento – como a jornalista Amanda Kestelman que notavelmente esteve encarregada de cobrir de modo mais próximo a Copa. Como

consequência, outros jornalistas só produzem matérias para complementar, são profissionais que não necessariamente se prepararam ou se especializaram para cobrir o futebol de mulheres e especificamente a Copa 2019. Assim, eles têm que abordar sobre diversos assuntos esportivos ou não, sem condições para se aprofundarem na temática e nos acontecimentos. Assim, acabam escrevendo notícias de modo factual, seguindo o padrão editorial da empresa e muitas vezes com mais características de entretenimento que de jornalismo (SANTOS; MEZZARROBA; SOUZA, 2017).

Outro ponto importante é que apesar de a jornalista Amanda Kestelman ter produzido mais notícias sobre a Copa 2019, pode acontecer que ela tenha sido orientada a seguir o “formato padrão” de notícias do Globoesporte.com. Para que se entenda o que pode fazer um jornalista, como já alertava Bourdieu, é necessário observar tanto “a posição do órgão de imprensa no qual ele se encontra no campo jornalístico” quanto “sua própria posição no espaço de seu jornal e de sua emissora”(BOURDIEU, 1997, p. 57). Ou seja, como jornalista, ela tem que seguir o padrão editorial da emissora que trabalha, e isso pode ser um fator limitador na construção da notícia.

Já no Portal Dibradoras, do total de 45 matérias produzidas durante o evento, a Jornalista Renata Mendonça produziu 31 matérias, sendo responsável por 69% das produções, a jornalista Roberta Nina produziu 10 notícias, sendo responsável por 22%, e a Redação assinou 4 notícias, colaborando com os 9% restantes. Aqui, percebemos que duas jornalistas que se dedicam à cobertura do esporte de mulheres, em especial do futebol, produziram a maior parte das notícias, o que, em tese, permite maior aprofundamento nos conteúdos produzidos e nos dão indícios de uma cobertura que, aliada à política editorial do portal, pode ser propícia à enquadramentos temáticos (contextualizados, aprofundados, não limitados apenas ao factual).

Bourdieu (1997) afirma que os jornalistas exercem uma “formidável censura”, no sentido de que para um assunto vir ao debate público é necessário passar pelo processo de seleção dos jornalistas. No entanto, é preciso olhar com cuidado para isso, pois apesar de possuírem certo grau de autonomia, os jornalistas devem seguir as características editoriais das empresas onde trabalham. Além disso, o autor ressalta que:

se quero saber hoje o que vai dizer ou escrever tal jornalista, o que ele achará evidente ou impensável, natural ou indigno dele, é preciso que eu conheça a posição que ele ocupa nesse espaço, isto é, o poder específico que possui seu órgão de imprensa e que se mede, entre outros indícios, por seu peso econômico, pelas fatias de mercado, mas também por seu peso simbólico, mais difícil de quantificar. (BOURDIEU, 1997, p.58)

Portanto, os jornalistas possuem certa autonomia dependendo do espaço que ocupam dentro dos jornais, no entanto, se a lógica da empresa é vender um produto de entretenimento, eles terão

que produzir notícias nesse formato. O subtópico seguinte abordará os tipos de fontes utilizadas nas notícias dos portais na cobertura da Copa.

FONTES DE ENTREVISTA

Em relação à utilização de fontes na construção das notícias, observamos que no portal Dibradoras prevalece o uso de fontes em suas notícias. A análise mostrou que 82% das notícias desse portal possuíam algum tipo de fonte. Diante desta porcentagem bastante representativa, apenas 8 matérias não possuíam fontes neste portal. Já o portal Globoesporte.com também utilizou fontes em suas notícias, porém em uma proporção menor. Constatamos que o portal utilizou fontes em 54% das notícias do total de matérias, 107 não possuíam fontes.

Gráfico 8 - Proporção do uso de fontes nas notícias



Fonte: Produzido pela autora (2020)

Esses dados nos mostram que o portal Dibradoras proporciona maior espaço para que as fontes ecoem suas vozes, abrindo a possibilidade de que as protagonistas do contexto esportivo tenham voz e opinião. Também contribui para dar mais credibilidade às notícias, expondo diferentes pontos de vista a partir das vozes que dialogam sobre elementos que compõem o evento. Já no Globoesporte.com, embora também houvesse a predominância de uso de fontes, este número é pouco superior ao número de notícias que não utilizam fontes. Portanto, uma quantidade considerável de notícias só era escrita pela voz do jornalista, sem considerar as vozes de quem compõe efetivamente aquele contexto esportivo.

Com relação ao gênero das fontes utilizadas nos portais, constatamos que no Dibradoras houve predominância de mulheres como fonte, correspondendo a 78% do total. Já no portal Globoesporte.com, também houve o predomínio de mulheres como fonte, porém com uma proporção um pouco menor se comparado ao Dibradoras, mas ainda o número expressivo de 66% do total.

Gráfico 9 - Proporção do gênero das fontes de entrevista



Fonte: Produzido pela autora (2020)

Com esses dados, fica evidente que o portal Dibradoras proporcionou mais espaço para as vozes das mulheres. No portal Globoesporte.com, embora também exista o predomínio de mulheres como fonte de entrevista, observamos que os homens ocuparam uma proporção mais expressiva. Uma das hipóteses para isso pode ser o fato de o portal ter promovido a participação maior de torcedores como fontes de entrevista. Claro, por se tratar de um evento em que participavam apenas atletas mulheres, já era de se esperar que elas receberiam bastante espaço como fontes ao serem entrevistadas durante o evento. No entanto, essa tendência dos portais de proporcionarem um espaço considerável às mulheres é um fato importante para a busca de se dar voz a quem faz parte do jogo, quem participa do fato social em si. John (2014), ao analisar as fontes utilizadas nos jornais Lance! e Folha de S. Paulo durante a realização dos Jogos Olímpicos de Londres 2012, observou que em ambos os jornais houve o predomínio de homens como fonte das matérias, correspondendo a 74%, enquanto as mulheres corresponderam a apenas 26%. Além disso, a autora observou que o jornal Lance! teve poucas fontes, com média de 1,48, enquanto o Folha de S. Paulo tem média de 2,15 de fontes por notícia, fato contrário à premissa jornalista de promover diversidade de vozes na cobertura de eventos. Isso mostra que quando se trata de um evento em que homens e mulheres participam simultaneamente, como o caso dos Jogos

Olímpicos, as mulheres tendem a ser menos ouvidas como fonte de das notícias da cobertura jornalística.

Em relação ao tipo de fonte utilizada, constatamos que no portal Dibradoras houve o predomínio do uso de atletas e treinadores(as) como fonte de entrevista. Já no Globoesporte.com, predominou a utilização de atletas, treinadores(as) e torcedores(as).

Gráfico 10 - Proporção dos tipos de fontes utilizadas nas notícias



Fonte: Produzido pela autora (2020)

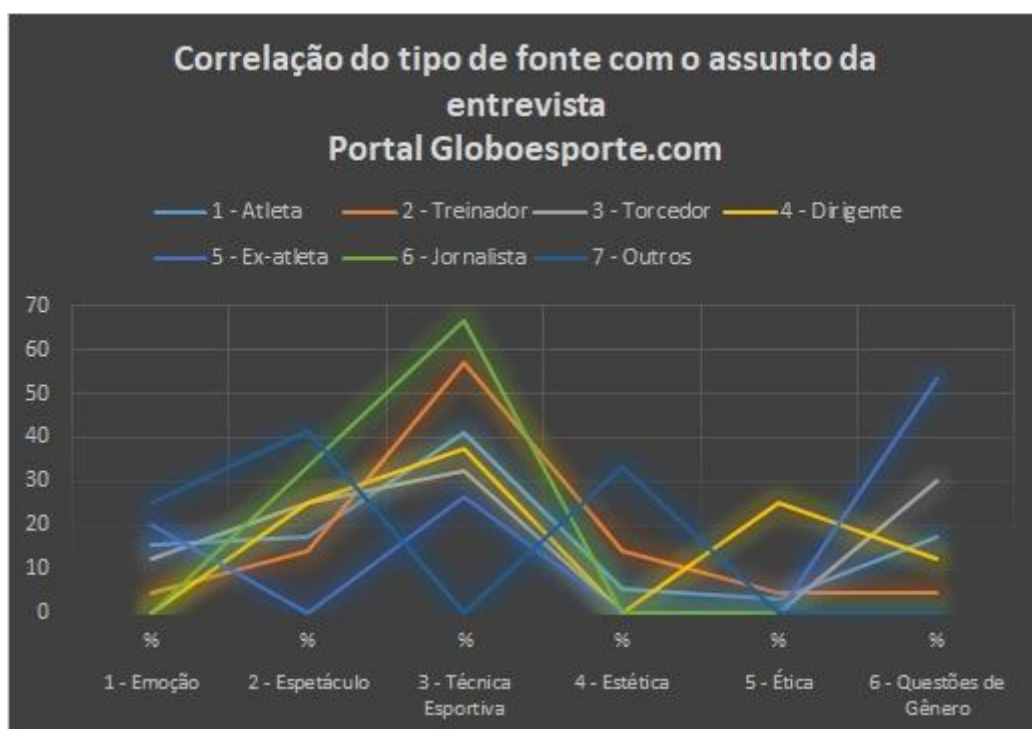
Constatamos que em ambos os portais houve o predomínio do uso de atletas como fonte de entrevista. Com proporção bem similar, a utilização de atletas foi de quase metade das notícias, questão importante, pois proporciona o lugar de fala para as atletas já que elas são as protagonistas do jogo. No portal Dibradoras, a segunda fonte de entrevista mais utilizada foram treinadores(as), com 25% do total, e os demais tipos de fonte tiveram proporção baixa. Já no Globoesporte.com, houve a presença de treinadores(as) e torcedores(as) como segunda e terceira fonte mais utilizadas nas notícias, e os demais tipos de fonte também tiveram proporção baixa. Esse número considerável de torcedores no Globoesporte.com se deve ao fato de que em algumas notícias os jornalistas utilizaram publicações de usuários do Twitter que comentaram sobre aspectos/momentos importantes da Copa. Portanto, grande parte da participação de torcedores se deu através da reprodução de conteúdo das redes sociais, e não através de uma interação com os torcedores in loco ou mesmo na internet. Sendo assim, o portal Dibradoras concentrou sua cobertura ouvindo as vozes de quem participa efetivamente do evento esportivo, que são as atletas e

treinadores, e o Globoesporte.com além de ouvir atletas e treinadores, deu espaço à manifestações de torcedores/espectadores.

CORRELAÇÃO FONTE X ASSUNTO DA ENTREVISTA

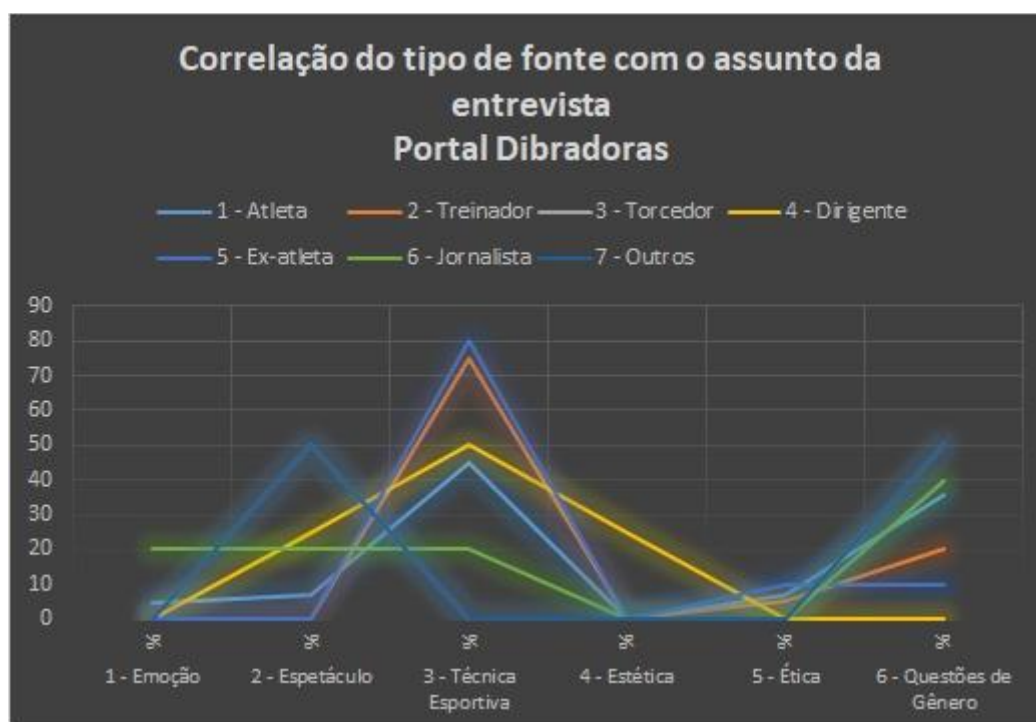
Nesse subtópico o nosso intuito é observar sobre qual assunto cada tipo de fonte falou na entrevista, ou seja, nos interessa identificar se os assuntos em que as fontes opinaram eram importantes ou se eram apenas relacionados aos resultados das partidas.

Gráfico 11- Correlação do tipo de fonte x assunto da entrevista - Portal Globoesporte.com



Fonte: Produzido pela autora (2020)

Gráfico 12 - Correlação do tipo de fonte x assunto da entrevista - Portal Dibradoras



Fonte: Produzido pela autora (2020)

Os dados da correlação entre o tipo de fonte e o assunto das entrevistas nos mostram que no portal Dibradoras, a fonte atleta esteve fortemente relacionada à assuntos sobre as dimensões técnica esportiva e questões de gênero, correspondendo a 45% e 35% respectivamente. Já no portal Globoesporte.com, a fonte atleta esteve relacionada com os assuntos sobre às dimensões técnica esportiva, com 41%; espetáculo e questões de gênero, ambos com 17% e emoção, com 15%. Portanto, quando as atletas participavam das entrevistas no portal Dibradoras, os temas eram relacionados à dimensão técnica esportiva (elementos do jogo) e questões de gênero, havendo pouca participação em relação às demais dimensões. Já no Globoesporte.com, observou-se maior variedade de assuntos nos quais as atletas participaram e opinaram.

Em relação à fonte treinador(a), no portal Dibradoras essa fonte esteve fortemente relacionada à dimensão técnica esportiva, com 75% dos assuntos na entrevista, seguido das questões de gênero, com 20%. Já no portal Globoesporte.com, a fonte treinador(a) também esteve ligada principalmente à dimensão técnica esportiva, com 57%; seguido dos assuntos espetáculo e estética, ambos com 14%. Portanto, observamos que nos dois portais ocorre o predomínio da dimensão técnica esportiva como conteúdo tema das entrevistas, porém no Dibradoras os assuntos das dimensões mais tocadas são predominantemente a sobre a dimensão técnica esportiva e as questões de gênero, enquanto no Globoesporte.com observamos novamente maior diversidade nos assuntos, variando entre a técnica esportiva, espetáculo e estética.

Já a fonte torcedor(a), no portal Dibradoras, esteve presente igualmente entre espetáculo e questões de gênero, com 50% cada. No Globoesporte.com, novamente observamos maior distribuição entre as dimensões enquadradas, com a presença de torcedores(as) como fonte relacionada à técnica esportiva (32%), questões de gênero (30%) e espetáculo (25%).

A fonte dirigente no portal Dibradoras participou das entrevistas comentando predominantemente sobre a dimensão técnica esportiva (50%) e sobre o espetáculo e a estética, ambos com 25%. Já no portal Globoesporte.com, o dirigente participou opinando sobre a dimensão técnica esportiva (37%), espetáculo (25%) e ética (25%). Neste tipo de fonte, observamos participação com maior diversidade de assuntos nas notícias deste portal.

A participação de ex-atletas como fonte de entrevista no portal Dibradoras esteve fortemente relacionada à questões técnicas esportivas técnica esportiva, correspondendo a 80% dos assuntos comentados por esse tipo de fonte. Já no Globoesporte.com, houve o predomínio das questões de gênero nas abordagens das entrevistas (53%), seguido da técnica esportiva(26%) e emoção (20%).

Os jornalistas como fonte de entrevista no portal Dibradoras fizeram comentários principalmente sobre as questões de gênero (40%), seguido da emoção, técnica esportiva e espetáculo, ambos com 20%. Já no portal Globoesporte.com, sua participação esteve relacionada à técnica esportiva (67%) e espetáculo (33%). Percebemos, assim, que no Dibradoras houve uma maior diversidade de assuntos tocados pela fonte jornalista.

Os portais também incluíram outros tipos de fonte nas notícias, que reúnem, entre outras, comissão técnica, políticos, e ex-treinadores(as). No portal Dibradoras, estes outros tipos de fonte participaram opinando em enquadramentos sobre espetáculo e questões de gênero, ambos com 50%. Já no Globoesporte.com, a presença se distribuiu entre as dimensões espetáculo (42%), estética (34%) e emoção (25%).

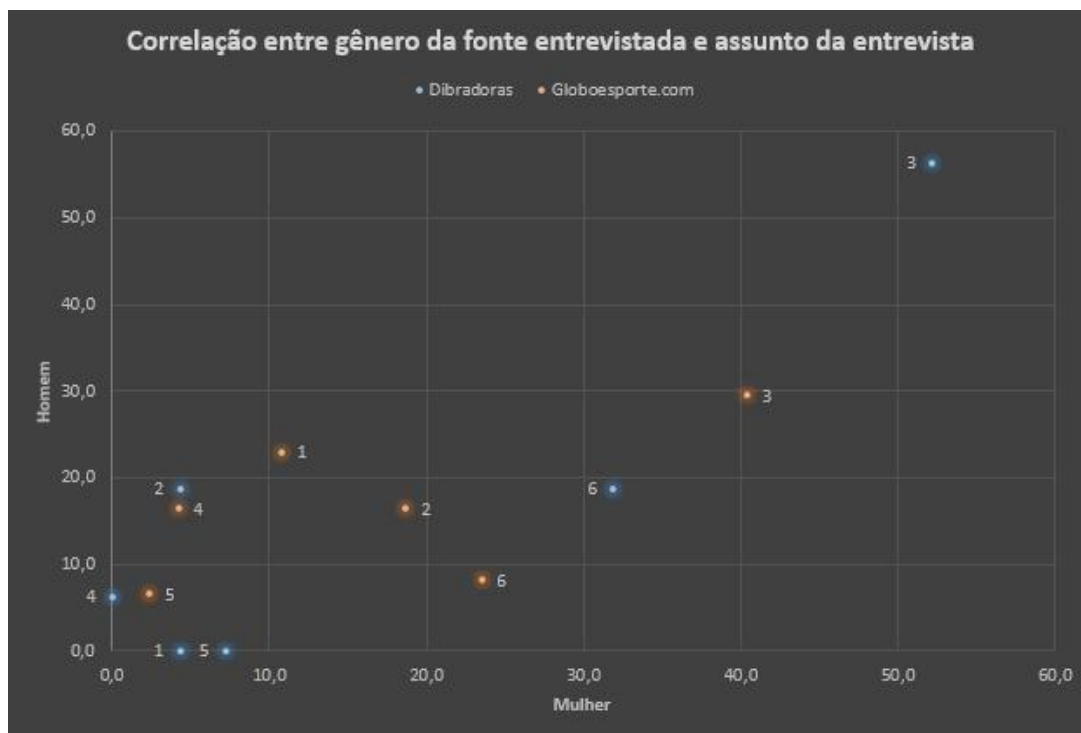
Com esses dados, observamos que de modo geral no portal Dibradoras, apesar de utilizar diversos tipos de fonte, a sua participação aborda principalmente temas relacionados à técnica esportiva e as questões de gênero, fazendo com que os outros assuntos sejam pouco tocados. Além disso, nos parece que as questões de gênero atuam como um plano de fundo ou como tema transversal, já que o único tipo de fonte que não comentou na entrevista sobre as questões de gênero foi o dirigente; já as demais fontes sempre tocaram – em maior ou menor grau – nas questões de gênero durante as entrevistas. Já o Globoesporte.com, além de utilizar diversos tipos de fonte, também apresentou maior variedade de dimensões enquadradas durante as notícias, predominando a técnica esportiva, espetáculo, questões de gênero e emoção. No entanto, cabe destacar, a maior diversidade de dimensões enquadradas no diálogo com as fontes não representa, de modo direto, maior qualidade, complexidade e aprofundamento das notícias.

Bourdieu (1997), ao refletir sobre a televisão, afirma que o acesso a ela tem como contrapartida uma “formidável censura” e promove a perda de autonomia, que está relacionada “ao fato de que o assunto é imposto, de que as condições da comunicação são impostas e, sobretudo, de que a limitação do tempo impõe ao discurso restrições tais que é pouco provável que alguma coisa seja dita.” (BOURDIEU, 1997, p.19). Essa afirmação do autor nos ajuda a pensar sobre essa relação fonte x assunto. Ao ceder espaço a vozes das fontes, o jornalista promove um tipo de censura, ou seja, a fonte vai falar sobre aquilo que lhe for questionado e só poderá ser ouvida por determinado tempo. As fontes não podem falar sobre o que elas bem entendem e durante o tempo que quiserem, elas “perdem essa autonomia” de acordo com a “censura” promovida pelos jornalistas que promovem a sua pauta e cedem determinado espaço da notícia para colocar a fala de uma fonte. Além disso, não são todas as fontes que ganham espaço para serem ouvidas. A partir disso podemos nos questionar: Qual foi o assunto principal das entrevistas nos portais? Eram assuntos relevantes? Quanto de voz foi dada para as fontes? Sobre o que as atletas falaram? Qual espaço destinado a fala delas? Sobre o que os treinadores falaram ? Qual espaço destinado a fala deles?

CORRELAÇÃO GÊNERO DA FONTE X ASSUNTO DA ENTREVISTA

Neste subtópico nosso objetivo é identificar as correlações existentes entre o gênero das fontes de entrevista e o assunto a que elas foram convidadas a opinarem, ou seja, identificar quais foram os assuntos que os homens foram utilizados como fonte e os assuntos em que as mulheres foram convidadas a opinar nas notícias.

Gráfico 13 - Correlação entre gênero da fonte e o assunto da entrevista



Fonte: Produzido pela autora (2020)

No gráfico cada número representa uma dimensão do esporte, portanto: 1 – Emoção; 2 – Espetáculo; 3 – Técnica esportiva; 4 – Estética; 5 – Ética; 6 – Questões de gênero.

A correlação entre o gênero da fonte e o assunto de entrevista no portal Dibradoras demonstra que as mulheres participaram opinando principalmente sobre as dimensões técnica esportiva (52%) e questões de gênero (32%). Já no Globoesporte.com, as mulheres participaram das entrevistas comentando sobre a técnica esportiva (40%), questões de gênero (23%), espetáculo (19%) e emoção (10%). Portanto, observamos que em ambos os portais as mulheres participaram e opinaram principalmente sobre assuntos relacionados à questões técnicas esportivas. Porém, no portal Dibradoras, as questões de gênero foram mais tematizadas pelas mulheres do que no portal Globoesporte.com. Além disso, percebemos que a participação das mulheres como fonte de entrevista no Globoesporte.com se deu pela participação e opinião sobre assuntos mais diversificados, já no Dibradoras a ênfase recaiu sobre as dimensões técnica esportiva e questões de gênero.

Em relação à participação de homens como fonte de entrevista, no portal Dibradoras a maior vinculação se deu com a técnica esportiva (56%) – proporção maior do que as mulheres –, seguido do espetáculo (19%) e questões de gênero (19%). Já no Globoesporte.com, a participação de homens nas entrevistas foi distribuída entre técnica esportiva (29%), emoção (23%), espetáculo (16%) e estética (16%). Observamos aqui que a participação de homens no portal Dibradoras esteve

relacionada principalmente à dimensão técnica esportiva, que correspondeu a mais da metade dos assuntos abordados, além de estarem presentes também em notícias sobre questões de gênero e espetáculo. Já no Globoesporte.com houve um maior equilíbrio nos assuntos das entrevistas, variando entre a técnica esportiva, emoção, espetáculo e estética.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa investigou a cobertura midiático-esportivo da Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA 2019 dos portais Dibradoras e Globoesporte.com a partir do conceito de enquadramento. Os resultados revelaram como as notícias foram estruturadas em cada portal e qual a qualidade de cada cobertura em relação ao futebol de mulheres, o que é significativo para entender quais valores e códigos foram transmitidos, pois entendemos o jornalismo como um mediador cultural.

Os dados indicam que o futebol de mulheres recebeu mais espaço na mídia durante o evento, e nos períodos anteriores e posteriores à Copa a quantidade de notícias foi inferior. Ou seja, assim como indicado em outras pesquisas (LOURENÇO et al, 2019; GABRIEL, FREITAS JUNIOR, 2013), o futebol de mulheres passa pelo processo de descontinuidade na mídia, recebendo maior visibilidade em momentos de grandes eventos. No Globoesporte.com foi possível observar que no período da Copa 2019 houve um aumento muito significativo no volume de notícias produzidas (incremento de 853% com relação à média dos meses anteriores), isso tem relação com o fato de a Globo ser a detentora dos direitos de transmissão do evento e ter que criar expectativa para o evento, explorar o seu produto. Já no Dibradoras também houve o aumento, porém em um volume menor (aumento de 389% com relação à média dos meses anteriores). Isso tem relação com o fato de o Dibradoras ser um portal que normalmente aborda temas aprofundados, promovendo um olhar crítico em relação ao futebol de mulheres.

Em relação às dimensões abordadas nos enquadramentos primários na produção das notícias, no Globoesporte.com houve a forte tendência de uma cobertura a partir da dimensão técnica esportiva (53%), seguido da dimensão espetáculo (17%). No Dibradoras houve uma cobertura mais equilibrada, abordando as dimensões técnica esportiva (40%), espetáculo (24%) e questões de gênero (22%).

Em relação aos enquadramentos secundários, no Globoesporte.com, 120 notícias não tinham enquadramento secundário, isso correspondia a 51% da cobertura. As notícias que possuíam enquadramento secundário ficou entre as dimensões técnica esportiva e questões de gênero, ambas correspondendo a 16% da cobertura. No Dibradoras novamente observamos um maior equilíbrio nas dimensões abordadas nos enquadramentos secundários. A questão de gênero foi a mais utilizada (33%), seguida da dimensão técnica esportiva (25%) e das notícias sem enquadramento (22%).

Esses números nos mostram que em relação a complexidade e diversificação dos conteúdos das notícias, ambos os portais promoveram uma cobertura fragmentada pouco diversificada, de modo que deixaram sub-representada as dimensões ética, estética e emoção - Além do

Globoesporte.com ter sub-representado as questões de gênero, recebendo pouco espaço apenas nos enquadramentos secundários.

No Globoesporte.com foi possível ver uma fortíssima tendência de enquadrar as questões técnicas esportivas pelas questões técnicas esportivas, se aproximando do formato característico da “falação esportiva” (ECO, 1984; BETTI, 2002). Ou seja, tratar essa dimensão isoladamente, focando nas partidas e seus desdobramentos, sem dialogar com elementos de outras dimensões.

No Dibradoras foi possível observar um maior equilíbrio entre algumas dimensões na cobertura. Além disso, a dimensão questões de gênero esteve bastante presente, seja em enquadramento primário ou secundário, isso nos mostra que essa dimensão esteve presente dialogando com outras dimensões, quase como um plano de fundo no portal, e isso é uma característica interessante, pois é uma particularidade do contexto do futebol de mulheres.

Em relação à seleção, ênfase e exclusão de conteúdos das dimensões do esporte na cobertura, adotamos a escolha metodológica de identificar, a partir de 6 dimensões do esporte adaptadas de um modelo analítico do esporte (MARCHI JUNIOR, 2015), quais foram as seleções, ênfases e exclusões da cobertura dos portais. O critério para verificar a seleção foi a identificação das dimensões que receberam espaço significativo na cobertura, ou seja, aquelas predominantes. A exclusão identificou aquelas dimensões que receberam pouco espaço, ou seja, ficaram sub-representadas na cobertura. A ênfase buscou identificar a frequência com que cada dimensão apareceu nas notícias e a composição escrita da notícia (título, subtítulo, adjetivo).

No Globoesporte.com observamos que as dimensões selecionadas foram a técnica esportiva (predominante) e o espetáculo. Nesse portal houve a ênfase na dimensão técnica esportiva, e as dimensões ética, estética, emoção e questões de gênero foram excluídas.

No Dibradoras, as dimensões selecionadas foram técnica esportiva, espetáculo e questões de gênero. As dimensões questões de gênero e técnica esportiva foram enfatizadas na cobertura, e as dimensões ética, estética e emoção foram as excluídas.

Esses dados confirmam a cobertura fragmentada pouco diversificada e pouco aprofundada de ambos os portais. O Globoesporte.com se manteve focado na dimensão técnica esportiva, com resultados das partidas e desdobramentos dela. Já no Dibradoras, apesar dessa cobertura fragmentada pouco abrangente e superficial, as questões de gênero estiveram bastante presentes na produção das notícias, isso mostra que este é um tema importante para as autoras.

Em relação a como a Copa do mundo foi enquadrada, episódica ou tematicamente, em ambos os portais houve o predomínio do enquadramento episódico. O que de certo modo é esperado, considerando que o esporte possui característica emocional e focado no próprio jogo. Interferem também as características do jornalismo esportivo, mais preocupado em entreter o público que

informar (infotainment), com notícias de interesse do público, com tom de curiosidade do que informar sobre conteúdos socialmente importantes de interesse público.

O portal Dibradoras realizou uma cobertura mais equilibrada, o enquadramento episódico correspondeu a (45%), o temático (22%) e ambos (33%). No Globoesporte.com foi possível ver uma disparidade muito grande, com um foco considerável no enquadramento episódico (84%), e os enquadramentos temáticos (4%) e ambos (12%) com uma proporção bem menor.

Esse dado confirma a preocupação comercial do Globoesporte.com, fazendo uma cobertura a partir de uma abordagem mais emocional e pessoal dos acontecimentos. Ou seja, uma cobertura mais superficial, em formato do infotainment para atrair o público.

Já o Dibradoras, apesar de também ter os enquadramentos episódicos em maior volume nas suas notícias, promoveu um maior equilíbrio, com uma cobertura que abordou conteúdos emocionais a partir de histórias individuais, mas também produziu notícias socialmente importantes para o contexto do futebol de mulheres.

Em relação às fontes citadas, o portal Globoesporte.com utilizou fontes em 54% das notícias, já o Dibradoras utilizou em 82% da cobertura. Portanto, no Globoesporte.com houve um maior equilíbrio em notícias com e sem fontes. No Dibradoras a maior parte das notícias possuíam fontes. Esse é um dado interessante, pois mostra que os portais buscaram outras vozes para dialogar e apresentar o conteúdo das notícias.

Em relação ao gênero das fontes, o Globoesporte.com utilizou mais mulheres (66,9%) do que homens (25,3%) como entrevistados. No Dibradoras houve a mesma tendência, mulheres correspondendo a 78,4% e homens a 18,9% das fontes. Isso mostra

que ambos os portais disponibilizaram espaço para as mulheres ecoarem suas vozes. Ou seja, construíram uma cobertura sobre o futebol de mulheres com as próprias mulheres.

Em relação ao tipo de fonte utilizada, no Globoesporte.com houve o predomínio de atletas (47%), torcedor(a) (18%) e treinador(a) (17%). No Dibradoras houve o predomínio de atletas (48%) e treinador(a) (25%). Esse dado é muito importante, ter as atletas como principais fontes, pois as produtoras do espetáculo, as figuras principais do evento tiveram mais espaço para ecoar suas vozes.

Em relação à autoria das notícias, no portal Dibradoras todas as notícias foram produzidas por mulheres, considerando que o portal é composto apenas por mulheres. As notícias assinadas pela redação foram de 8,9% das notícias e 91,1% foram assinadas por uma delas.

No Globoesporte.com também houve o predomínio de mulheres como autoras das notícias (45%), seguidos de notícias produzidas pela redação (41%), e por último as notícias assinadas por homens (13%).

Esses números são interessantes. Mostram que as mulheres foram a maioria das autoras das notícias produzidas sobre a Copa do Mundo de Futebol Feminino FIFA nos portais. Esse dado mostra um avanço, já que o jornalismo esportivo é considerado um espaço ainda ocupado predominantemente por homens, então ter mulheres ocupando esse espaço, com destaque, é um acontecimento importante.

Essa Copa mostrou um avanço importante nesse sentido, pois além de serem maioria na autoria das notícias, podemos ver mais mulheres como comentaristas das partidas - como foi o caso da Globo com Ana Thais Matos e Nadja Mauad. Então, aos poucos estamos vendo esse movimento de inserção de mulheres nesse espaço, mostrando que elas são qualificadas, só falta oportunidade. Após a Copa, ainda vemos as mulheres comentando os jogos do Campeonato Brasileiro masculino (Brasileirão) Ana Thais Matos e a recém contratada Renata Mendonça, jornalista do Dibradoras. E mais recentemente, a rede de televisão Band escalou apenas mulheres para narrar e comentar as transmissões das partidas do Brasileirão Feminino A1 de 2020.

Percebemos que as mulheres estiveram bastante presentes na Copa, ocupando espaço significativo. Vimos mulheres sendo maioria em autorias das notícias, mulheres sendo maioria como entrevistadas, mulheres sendo destaque dentro de campo, mulheres com discursos potentes fora de campo, mulheres ocupando cargos de liderança. Quando olhamos esses elementos sendo mobilizados na mídia, vemos que isso serve de inspiração para meninas e mulheres que acompanharam a Copa. Pensando em uma formação crítica, é muito importante ver esse destaque para as mulheres, ver elas se destacando na Copa. Então além de produzir notícias que contribuem para a formação dos sujeitos, ter mulheres ocupando esses cargos e se destacando em diversos aspectos na Copa é um aprendizado enorme para as mulheres que estão consumindo essas notícias. Sem dúvidas, a Copa 2019 teve um potencial de formação muito rico. Partindo do pressuposto da mídia como uma mediadora cultural, mostrar as mulheres se destacando é um dos valores mais importantes, que serve de inspiração e representatividade.

O que foi visto é que, de modo geral, o Globoesporte.com cobriu a Copa do Mundo de Futebol Feminino a partir de um olhar sensacionalista, de entretenimento, que tomou a Copa como um produto. Isso pode ser visto desde o agendamento, como vimos em algumas notícias a estratégia de criar a expectativa pela Copa, se referindo a ela como a Copa da visibilidade, uma espécie de revolução. Quando olhamos para os conteúdos produzidos por esse portal, vimos a predominância de uma cobertura focada na dimensão técnica esportiva, abordando fortemente os resultados dos jogos e os desdobramentos dele, produzindo uma cobertura fragmentada pouco diversificada e superficial, deixando de lado diversas questões importantes socialmente. Quando olhamos para os conteúdos das dimensões selecionadas e enfatizadas, percebemos novamente a forte presença da técnica esportiva. Além disso, o portal produziu notícias a partir do enquadramento episódico, ou

seja, aqueles focados em histórias individuais, com tom emocional e isso só reforça o sensacionalismo e infotimento na cobertura. Quando olhamos para as fontes e a autoria das notícias, percebemos algo interessante: a forte presença de mulheres. Esse foi um movimento positivo do portal. Além de dar espaço para as atletas falarem, também colocou mulheres para produzir notícias. Considerando o tamanho do portal e a visibilidade que ele representa, esse passo foi muito importante para a representatividade, como inspiração para outras mulheres.

O Dibradoras promoveu uma cobertura um pouco mais equilibrada. Quando olhamos para os conteúdos produzidos por esse portal, vimos um equilíbrio entre as dimensões técnica esportiva, espetáculo e questões de gênero. Isso mostra que apesar de ter abordado mais dimensões, ainda promoveu uma cobertura fragmentada pouco diversificada, deixando pouco espaço para discutir outras dimensões importantes socialmente. Talvez isso tenha relação com o tamanho do portal e o limite de produzir grandes quantidades de notícias, fazendo com que se tenha que fazer escolhas sobre o que noticiar e o que deixar sub-representado. Quando olhamos os conteúdos das dimensões selecionadas e enfatizadas, vemos a presença das dimensões da técnica esportiva e questões de gênero. Além disso, quando olhamos para os tipos de enquadramentos, observamos um predomínio do episódico, apresentando histórias individuais, porém o temático ocupa um espaço significativo na cobertura, abordando contextos mais amplos. Portanto, apesar de o Dibradoras promover uma cobertura fragmentada pouco diversificada e deixar algumas dimensões importantes, ele promoveu uma cobertura com grande presença de enquadramento primário das questões de gênero e de questões importantes do contexto das mulheres no futebol. Além disso, foi destaque no portal Dibradoras a exclusividade de mulheres assinando as matérias na redação e grande presença de mulheres entre as fontes utilizadas nas notícias.

Uma consideração importante de se fazer é em relação ao uso do estudo de Marchi Junior (2015) para suporte da pesquisa. Ressaltamos a importância dele para uma organização e estruturação dos dados macro. No entanto, quando a utilizamos para observar cada notícia específica e definir qual dimensão se faz presente, já ocorre algumas imprecisões. E isso nos levou a ter duas dificuldades: a primeira foi a necessidade de criar mais duas dimensões para que o estudo se adequasse a especificidade da pesquisa e a segunda a dificuldade de separar o esporte. Devido ao fato de o esporte ser um fenômeno complexo e multifacetado, houve a dificuldade de definir apenas uma das diferentes dimensões que se faziam presentes na notícia, pois na maioria das vezes elas se sobressaíam.

Um ponto interessante, embora não tenha sido o foco dessa pesquisa, esteve bastante presente na Copa: o uso das redes sociais, tanto pelos jornalistas, quanto pelo público. O Dibradoras possui a característica de ser ativo nas redes sociais, principalmente no Twitter e Instagram. Durante a Copa, o portal criou a hashtag #DibrasnaCopa para concentrar e dar visibilidade às postagens da equipe no

Twitter. Isso proporcionou um diálogo direto com o público, ampliando a interlocução com quem acompanhava os jogos e os acontecimentos da Copa a partir do portal. Por terem coberto a Copa 2019 in loco, todos os dias era possível ver nas redes sociais do Dibradoras, fotos e vídeos dos estádios, do público, das arquibancadas, dos jogos, das atletas e de todo o contexto daquele evento. Como as três jornalistas principais do Dibradoras estavam na França, as redes sociais, em diálogo com o portal, proporcionou maior imersão do público no cotidiano da Copa. Assim, mais do que dar visibilidade às notícias do portal, os perfis nas redes sociais ampliaram os conteúdos associados ao Dibradoras e o diálogo com os leitores.

O Globoesporte.com, apesar de toda a estrutura do grupo Globo e de ter enviado equipe para a cobertura do evento na França, não fez uma imersão profunda no cotidiano da Copa 2019. A jornalista Amanda Kestelman acompanhou a seleção brasileira e foi a mais presente nas redes sociais publicando vídeos das atletas, dos treinos, dos jogos, dos torcedores. Uma particularidade do Globoesporte.com foi o uso do conteúdo de redes sociais de jornalistas, atletas, ex-atletas, dirigentes, personalidades, torcida, entre outros, na composição das notícias do portal.

Para Shoemaker e Vos (2011), essa interatividade promovida pela internet transforma os membros da audiência em gatekeepers⁸¹. Ou seja, com a interatividade da internet, os públicos hoje são potenciais editores das notícias. Através da análise de redes sociais, a mídia pode perceber qual conteúdo está sendo mais discutido pelo público, descobrindo ali um conteúdo potencial a ser explorado.

A Copa 2019 foi um conteúdo discutido nas redes sociais – fato que foi inclusive selecionado como notícia dos portais – e isto pode ter colaborado diretamente para que a mídia comercial tenha percebido esse conteúdo como um nicho potencial a ser explorado. As redes sociais promovem uma espécie de narrativa paralela, pois ali se discute muitos outros temas além do simples resultado de jogos. Um dos assuntos que podemos pegar como exemplo foram os discursos da atleta Marta (Brasil), a chuteira sem patrocínio e até o batom usado pela atleta nas partidas. Esses temas foram bastante comentados e presentes nas redes sociais. O discurso por igualdade, que evidenciou a diferença de valores pagos pelos patrocinadores de material esportivo às mulheres atletas, tendo Marta, a principal atleta da seleção, levantando discurso e chamando a atenção para essa questão foi bastante significativo na cobertura dos dois portais. Além de Marta, a Copa 2019 teve diversos outros exemplos de pautas socialmente importantes, de questões políticas, sociais e econômicas. Assim, o intenso diálogo dos portais analisados com as redes sociais nos trazem indícios para compreender as mudanças em curso do jornalismo esportivo.

Pensando no futebol de mulheres, tradicionalmente invisível na mídia comercial, a Copa 2019 trouxe visibilidade com a transmissão dos jogos em televisão aberta e o crescente papel das mídias

81 O termo Gatekeeping é utilizado no jornalismo para se referir a edição. Portanto, os gatekeepers são aqueles que definem o que será noticiado a partir dos valores-notícias.

digitais. A partir das características que analisamos na cobertura da Copa a partir dos dois portais, é importante que tenhamos em mente a relevância da compreensão crítica do jornalismo – como já exposto, para a formação dos indivíduos. Tudo que é veiculado na mídia esportiva educa sobre o futebol de mulheres. Assim, a análise criteriosa dos conteúdos produzidos (e dos seus contextos de produção) traz subsídios para refletirmos sobre a complexidade que envolve o esporte em geral, e as mulheres no esporte em especial.

Para Pires e Silveira (2007), todo esporte educa, ou seja, sendo o esporte formal ou informal, rendimento ou lazer, como praticantes ou espectadores, “existe sempre um conjunto de valores, habilidades, aptidões, conhecimentos e condutas que são aprendidos, consciente ou inconscientemente, na relação que estabelecemos com o esporte” (PIRES; SILVEIRA, 2007, p. 25). Assim, pensando que tudo que é veiculado na mídia contribui para a formação dos sujeitos, percebemos com a pesquisa que houve uma cobertura fragmentada pouco diversificada em ambos portais-, em especial do Globoesporte.com – abordando diferentes dimensões com pouca profundidade. Pensando em uma formação crítica e emancipada dos sujeitos, quando olhamos para a cobertura desses portais, falta ainda a presença de temáticas e discussões importantes para que se compreenda toda a complexidade que envolve o esporte e as relações deste com as mulheres.

Ao chegarmos ao final do trabalho, a análise e discussão dos dados nos leva a refletir ainda mais sobre a responsabilidade do jornalismo esportivo. Assim, para ampliar esta discussão, bem como para pautar estudos futuros, buscamos dialogar com o documento intitulado “Decálogo para um Jornalismo Esportivo Responsável” (ACCOUNTABLE SPORTS JOURNALISM, 2017), um documento criado para orientar jornalistas na sua prática profissional em relação à linguagem e ética.

Um dos primeiros pontos do decálogo que é interessante de se pensar é a “função pública e direito a informação”. O documento defende que os jornalistas devem abordar todas as áreas do esporte, diversificando a sua cobertura, não tratando apenas das modalidades mais populares, e nem aprofundar as notícias sobre a vida pessoal dos atletas.

Pensando esse ponto na cobertura dos portais, vemos que o Dibradoras e o Globoesporte.com não diversificaram muito os conteúdos de sua cobertura, deixando de lado dimensões importantes para o alargamento da cultura esportiva, como as discussões que envolvem as dimensões ética, estética e emoção. Quando olhamos para cada portal separadamente, o Globoesporte.com foi ainda mais fragmentado e superficial, abordando as questões técnicas esportivas pelas questões técnicas esportivas, priorizando acontecimentos episódicos e emocionais ligados ao infotainment. O Dibradoras, apesar de também ter feito uma cobertura fragmentada e pouco diversificada, promoveu maior diálogo entre as dimensões e as questões de gênero. Além disso, produziu mais notícias

temáticas, tendo uma cobertura mais equilibrada entre questões particulares e questões socialmente mais amplas.

Por se tratar de uma modalidade sub-representada na mídia brasileira fora do período de grandes eventos, seria interessante que os portais tivessem aproveitado esse momento de visibilidade para promover discussões mais amplas, abordando toda a multidimensionalidade do esporte, formando sujeitos críticos e emancipados e ampliando a cultura esportiva do público.

Outro ponto trazido no decálogo é a “Obtenção de informações e imparcialidade”. O documento diz que os jornalistas devem ser imparciais, manter uma distância crítica e usar fontes variadas na notícia que forneçam informações sobre diversos assuntos. Ambos os portais utilizaram fontes na maior parte das notícias, principalmente mulheres. Em relação ao tipo de fonte, os portais não se diversificaram muito, focaram em atletas e treinadores - e torcedores no Globoesporte.com. Se por um lado o fato de utilizar um número grande de fontes, sobretudo dando espaço predominantemente para as mulheres, fornece informações e amplia a representatividade delas, por outro lado houve pouca diversificação das fontes. Ambos portais poderiam ter buscado utilizar mais a opinião de ativistas, jornalistas, especialistas, pesquisadores, dirigentes, representantes de organizações civis, etc. para promover uma maior diversidade de olhares sobre o acontecimento a ser noticiado.

Outro ponto do decálogo é o “diga a verdade”. O documento diz que os jornalistas devem transmitir informações verdadeiras, diferenciar fatos de opiniões, além de evitar o sensacionalismo. Na cobertura da Copa pelo Globoesporte.com houve a presença do sensacionalismo nas notícias. A maior parte delas utilizou-se de um tom emocional, produzindo um conteúdo com fortes traços de entretenimento e “falação esportiva” (ECO,1984), visto pela forte tendência das questões técnicas esportivas pelas questões técnicas esportivas e o predomínio de enquadramentos episódicos. Pensando no tamanho do Globoesporte.com e do alcance e importância desse portal, seria muito importante que ele tivesse tratado a Copa 2019 com mais responsabilidade, ou seja, com preocupação em produzir conteúdos aprofundados e relevantes socialmente.

O documento diz que jornalistas responsáveis devem se dedicar a promover a igualdade de gênero na cobertura, dar espaço para as conquistas das mulheres e incorporá-las como fontes de entrevistas, além de evitarem uma linguagem sexista e estereotipada. De modo geral, na cobertura da Copa 2019 os portais dedicaram espaço às qualidades das atletas e suas conquistas. Podemos pensar que o destaque às mulheres a partir de aspectos esportivos é algo positivo, mas também pode ter sido uma forma de atrair o público, agendar e criar interesse para o evento. Cabe destacar que a cobertura em ambos os portais foi bastante respeitosa. Em outro momento histórico, poderíamos ter naturalizada uma cobertura jornalística dando destaque à beleza dos corpos das atletas, criticando a falta de feminilidade do futebol, deixando de lado a dimensão técnico-esportiva.

Olhando cada portal separadamente, no Dibradoras as questões de gênero estiveram mais evidentes na cobertura, tanto em enquadramentos primário e secundário, quanto como dimensão na selecionadação e enfatizadaênfase de conteúdos, além de estar presente nas notícias com enquadramentos temáticos. Portanto, nesse portal as questões de gênero atuaram de plano de fundo para as discussões relacionadas ao futebol de mulheres.

No Globoesporte.com, embora tenha promovido uma cobertura respeitosa, sem uma linguagem sexista, dando destaque às conquistas atléticas das jogadoras, pouco espaço foi destinado à questões de gênero em sua cobertura.

O documento sobre cobertura responsável do esporte também se refere á importância de tratar o “esporte além do esporte”, ou seja, incluir as dimensões social, financeira, cultural, política, explicando o esporte de forma crítica e não apenas cobrir os aspectos da ação do jogo. Nesse ponto, o Globoesporte.com fez sua cobertura predominantemente a partir dos resultados de jogos e seus desdobramentos. Portanto faltou esse aspecto da cobertura, de tratar elementos para além do jogo em si. Já o Dibradoras tratou tanto das questões relacionadas ao jogo quanto de contextos relevantes ao esporte, sobretudo relacionados às questões de gênero.

Por fim, o que vimos foi que o Globoesporte.com manteve sua característica de uma cobertura centrada nos interesses econômicos, produzindo notícias de apelo emocional e se aproximando do entretenimento. No Dibradoras, embora tenhamos identificados limites, a cobertura contribuiu mais para a compreensão da cultura esportiva.

Pensando nas limitações da pesquisa, mas também também em outras possibilidades de estudo, devemos levar em consideração a especificidade do nosso recorte: por limitar-se à análise do contexto de um grande evento como a Copa do Mundo de Futebol Feminino, esta pesquisa não é capaz de revelar como se estabelece a cobertura do futebol de mulheres em outros períodos do calendário esportivo, tampouco compreender os impactos da grande visibilidade da Copa 2019 para o futebol de mulheres no Brasil e no mundo. Indicamos ser preciso desenvolver estudos com recortes temporais de análises mais longitudinais de modo a identificar e esclarecer os avanços do jornalismo esportivo nacional na cobertura do futebol de mulheres.

REFERÊNCIAS

ACCOUNTABLE SPORTS JOURNALISM. Guidelines for covering sports responsibly. Accountable Sports Journalism, 2017. Disponível em: <https://accountablesportsjournalism.org/code/> . Acesso em: 17 dez. 2020.

ALMEIDA, Caroline Soares. **“BOAS DE BOLA”**: Um estudo sobre o ser jogadora de futebol no Esporte Clube Radar durante a década de 1980. 2013. 151 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

ARAÚJO, Érika Alfaro; VENTURA, Mauro de Souza. Mulheres no Jornalismo Esportivo da Televisão Aberta Brasileira: Uma Análise do Programa Globo Esporte São Paulo. In: 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2019, Belém. **Anais do Intercom 2019**.

BATISTA, Sidnei Rodrigues; BETTI, Mauro. A televisão e o ensino da educação física na escola: uma proposta de intervenção. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 26, n. 2, p.135-148, jan. 2005.

BETTI, Mauro. Esporte na mídia ou esporte da mídia? **Motrivivência**, n. 17, p. 1-3, 2002.

BETTI , Mauro. I Seminário Brasileiro em Pedagogia do Esporte.Mídia e Educação: Análise da Relação dos Meios de Comunicação de Massa com a Educação Física. 1998. **(Seminário)**.

BETTI, M. A janela de vidro: esporte, televisão e educação física. Campinas: **Papirus**, 1997.

BIANCHI, Paula; HATJE, Marli. Mídia e esporte: os valores-notícia e suas repercussões na sociedade contemporânea. **Motrivivência**, Florianópolis/SC, ano XVIII, n.27, Dezembro/2006.

BORELLI, Viviane. O esporte como uma construção específica no campo jornalístico. In: INTERCOM, XXV, 2002, Salvador/BA. **Anais...** Salvador, 2002, p. 1-22.

BORELLI, Viviane; FAUSTO NETO, Antonio. Jornalismo esportivo como construção. **Cadernos de comunicação**, n. 7, p. 61–74, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRAGA, Aura Condé; MONTEIRO, Igor Chagas; MOURÃO, Ludmila Nunes. Onde elas estão? Um estudo do lugar que as mulheres ocupam no futebol de mulheres. In:

XXI Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte e VIII Congresso Internacional de Ciências do Esporte. **Anais CONBRACE**. Natal, Rio Grande do Norte, 2019.

BRUM, Adriana; CAPRARO, André Mendes. Mulheres no jornalismo esportivo: Uma “visão além do alcance”? **Movimento** (UFRGS. Impresso) , v. 21, p. 959-971, 2015.

CARVALHO, Thais May; GROHMANN, Rafael. Jornalismo Esportivo VS Esporte Feminino. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, **Anais do Intercom** 2016.

CASTRO, Leticia de ; MÁXIMO, Maria Elisa. . Marcas de silêncio: a invisibilidade da Seleção Brasileira de Futebol Feminino na cobertura esportiva do site GloboEsporte.com. **INICIACOM: Revista Brasileira De Iniciação Científica em Comunicação Social** , v. 7, p. 1-11, 2018.

CBF (Confederação Brasileira de Futebol) - Baú da Seleção: Michael Jackson lembra Mundial de 1988 com a Seleção Feminina. 2020. Acesso em 08/07/2020 <<https://www.cbf.com.br/selecao-brasileira/noticias/index/bau-da-selecao-michael-jackson-camisa-primeira-selecao-feminina>>

COSTA, Leda. Marta *versus* Neymar. A “Guerra dos Sexos” nos Jogos Olímpicos 2016. In. 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2019, Belém. **Anais do Intercom** 2019.

COSTA, Leda Maria da. “O que é uma torcedora? Notas sobre a representação e auto representação do público feminino do futebol”. **Esporte e Sociedade**. v. 2, n.4, nov/2006-fev/2007.

CRUZ, Katharina Barboza; CAMPOS, Marcia Mendes . O Espaço Destinado a Cobertura da Seleção Brasileira na Copa América Feminina Através do Portal do Globo Esporte e Lance em 2018. In: 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2019, Belém. **Anais do Intercom** 2019.

DAMO, Arlei Sander. A magia da seleção. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 28, n. 1, p. 73-90, 2006.

Decreto-Lei n.3.199. Rio de Janeiro, 1941. Recuperado em 8 de outubro de 2007, de <http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=152593>

ECO, Umberto. A falação esportiva. Viagem na irrealidade cotidiana. Rio de Janeiro: **Nova Fronteira**, 1984. p. 220–233.

ENTMAN, R. M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**. v. 43, n. 4, 1993, p. 51-58.

FERREIRA, Erick Alan Moreira; SOUZA, Adriano Lopes de. Futebol e o torcer. In: SILVA, Silvio Ricardo da; CORDEIRO, Leandro Batista; CAMPOS, Priscila Augusta

Ferreira (Org.). **O ensino do futebol:** para além da bola rolando. Rio de Janeiro, Jaguatirica, 2016, p. 1-235.

FERREIRA, Heidi Jancer; SALLES, José Geraldo Carmo; MOURÃO, Ludmila; MORENO, Andrea. A baixa representatividade de mulheres como técnicas esportivas no Brasil. **Movimento**, v. 19, n. 3, p. 103-124, 2013.

FERREIRA, Heidi Jancer ; METZNER, Andreia Cristina; FERREIRA, Janaína da Silva; CUNHA, Luiza Darido Da; PINTO, Arthur Sales, MURBACH; Marina Aggio;

DRIGO, Alexandre Janotta . Mídia e esporte: representações sobre treinadores em um jornal impresso. **Revista Brasileira De Ciências Do Esporte**, p. 987-403, 2018.

FIRMINO, Carolina Bortoleto. Empoderamento e relações de poder: a cobertura feminista da Copa do Mundo da Rússia pelo projeto dibradoras. **FuLiA / UFMG**, v. 4, p. 23, 2019.

FRANZINI, Fábio. Futebol é “coisa para macho”? Pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol. **Revista Brasileira de História**, v. 25, n. 50, São Paulo jul./dez. 2005.

GABRIEL, Bruno José; FREITAS JUNIOR, Miguel Archanjo de. XXVII Simpósio Nacional de História. De qual futebol está falando? O contraste de um símbolo nacional na Folha de São Paulo. 2013. **(Simpósio)**.

GASPARETTO, Giuliano Rossi; SCHMITZ FILHO, Antonio Guilherme; LAPORTA, Lorenzo Iop. Algumas premissas sobre a compreensão midiática do jogo de futsal. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais INTERCOM**, Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, 2010.

GASTALDO, Édison Luis; LEISTNER, Rodrigo Marques; SILVA, Ronei Teodoro da; MCGINITY, Samuel. Futebol, Mídia e Sociabilidade. Uma experiência etnográfica. **Cadernos IHU Idéias**. São Leopoldo, n. 43, 2005.

GASTALDO, Édison Luis. “O país do futebol” mediatizado: Mídia e Copa do Mundo no Brasil. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 11, n. 22, p. 352-369, 2009.

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

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v. 19, n. 2, p.143-151, 2005. Abril/junho.

GOELLNER, Silvana Vilodre; KESSLER, Claudia Samuel. A sub-representação do futebol praticado por mulheres no Brasil. **Revista USP**, p. 31-38, 2018.

GROSS, Kimberly. Framing persuasive appeals: Episodic and thematic framing, emotional response, and policy opinion. **Political Psychology**, v. 29, n. 2, 2008, 169–192. doi:10.1111/j.1467-9221.2008.00622.x

GURGEL, Anderson. Desafios do jornalismo na era dos megaeventos esportivos. **Motrivivência**, v. XXI, n. 32/33, p. 193–210, 2009.

GUTMANN, Juliana Freire. Quadros narrativos pautados pela mídia: framing como segundo nível do agenda-setting? **Contemporanea**, v.4, n.1 p.25-50, 2006.

HELAL, Ronaldo. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. **ALCEU**. Rio de Janeiro, v. 4, n. 7, p.19-36, 2003.

HELAL, Ronaldo. Mídia, Construção da Derrota e o Mito do Herói. **Motus Corporis**, Rio de Janeiro, UGF, v.5, n.2, p.141-155, 1998.

HELAL, Ronaldo; CABO, Álvaro do; PEREIRA, Camila Augusta Alves; AMARO, Fausto; TEIXEIRA, João Paulo Vieira. "Neymarmania": uma análise do discurso midiático sobre Neymar em dois periódicos brasileiros. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais INTERCOM**, Recife, Pernambuco, 2011.

HORKY, Thomas; NIELAND, Jorg-Uwe. **ISPS 2011 First Results of the International Sports Press Survey 2011**. Koln: German Sport University Cologne, 3 out. 2011.

IYENGAR, S. The accessibility bias in politics: television news and public opinion. **International Journal of Public Opinion Research**. v. 2, n. 1, 1990, p. 1-15.

JOHN, Valquiria Michela . Jornalismo esportivo e equidade de gênero: a ausência das mulheres como fonte de notícias na cobertura dos Jogos Olímpicos de Londres 2012. **Estudos em Jornalismo e Mídia (UFSC)** , v. 11, p. 498-2014, 2014.

KESSLER, Cláudia Samuel. **Mais que barbies e ogras: uma etnografia do futebol de mulheres no Brasil e nos Estados Unidos**. 2015. 375 f. Tese (Doutorado) - Curso de Antropologia Social, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015

KIM, Kyoung; LEE, Soonhwan; OH, Eung-Soo. Athletes with disabilities in the Paralympic Games: a framing analysis of television news. **Managing Sport and Leisure**, v.22, n.4, p.255-275, DOI: 10.1080/23750472.2018.1445976

LISBÔA, Mariana Mendonça; LOTTERMANN, Josimar; CHAGAS, Ana Elisa; SANTOS, Silvan Menezes dos; PEREIRA, Rogério Santos; JUNIOR, Gilson Cruz; SILVEIRA, Juliano; PIRES, Giovani De Lorenzi. CONSIDERAÇÕES FINAIS: em busca de redundâncias e de especificidades. In: PIRES, Giovani de Lorenzi; LISBÔA, Mariana Mendonça (Org.). **Quem**

será mais Brasil em Londres/2012?: enquadramentos no telejornalismo esportivo dos Jogos Olímpicos. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2015. p. 1-160.

LOURENÇO, Nathalia Lutt ; PINTO, Dayanne Vieira Santos ; REIS, Fabiana Della Giustina dos; SOUZA, Maria Thereza Oliveira ; CAPRARO, André Mendes. AS mulheres entram em campo? A cobertura do jornal gazeta do povo referente às Copas do Mundo de Futebol Feminino dos anos de 2007 e 2015. **Publicatio UEPG: Ciências Sociais Aplicadas** , v. 27, p. 83-94, 2019.

MAIKA, Melinda, DANYLCHUK, Karen. Representing Paralympians: The “other” athletes in Canadian print media coverage of London 2012. **The International Journal of the History of Sport**, v. 33, n.4, p.401–417, 2016.

MARCHI JÚNIOR, Wanderley. O ESPORTE “EM CENA”: perspectivas históricas e interpretações conceituais para a construção de um modelo analítico. **The Journal Of The Latin American Socio-cultural Studies Of Sport, Curitiba**, v. 5, n. 1, p. 46-67, 2015.

MARTINS, Leonardo Tavares; MORAES, Laura. O Futebol Feminino e a sua inserção na mídia: a diferença que faz uma medalha de prata. **Pensar a Prática**, v. 10, n. 1, p. 69-81, jan./jun. 2007.

MAZO, Janice Zarpellon ; BALARDIN, Geórgia Fernandes ; BATAGLION, Giandra Anceski . Mulheres no futebol: alterações no regulamento da CONMEBOL e espaço na mídia televisiva. **CAMINHOS DA HISTÓRIA (UNIMONTES)** , v. 25, p. 58-73, 2020.

MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes; 2009.

MEDEIROS, Júlia Maria Alves de; SOUZA, Jessica Natalia de; ARAUJO, João Leandro de Melo ; A. Larissa Ellen da Silva . Mídia e futebol feminino: Uso de redes sociais para ampliação do espaço de visibilidade da modalidade. In: XX CONBRACE VII CONICE, **Anais CONBRACE**, Goiânia. - Comunicação e Mídia, 2017.

MOURA, Eriberto José Lessa. **As relações entre lazer, futebol e gênero**. 2003. 112 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.

MOURÃO, L.; MOREL, M. As Narrativas sobre o Futebol Feminino: o discurso da mídia impressa em campo. **Revista Brasileira de Ciência do Esporte**, Campinas, v. 26, n. 2, p. 73-86, jan. 2005.

OSELAME, Mariana Corsetti.; COSTA, Cristiane Finger. Fim da Notícia: o “Engraçadismo” no Campo do Jornalismo Esportivo de Televisão. **Intercom**, v. 20, n. Ix, p. 1–15, 2013.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. O predomínio do entretenimento no jornalismo esportivo para promoção de grandes eventos: o Globo Esporte/SP e o Caderno de Esportes. **Leituras do Jornalismo**, v. 2, n. 4, p. 166–180, 2015.

PADILHA, Joaquim Lucas Riquelme; Da SILVA, Mayara Martins da Quinta; FRANÇA, Greicy Mara. Análise comparativa de enquadramento noticioso: a forma como Veja e Carta Capital veicularam a acusação de racismo na torcida do Grêmio. Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro Oeste, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

PASSERO, Julia Gravena; BARREIRA, Júlia; TAMASHIRO, Lucas; SCAGLIA, Alcides José; GALATTI, Larissa Rafaela. Futebol de Mulheres Liderado por Homens: uma análise Longitudinal dos Cargos de Comissão Técnica e Arbitragem. **Movimento**, v. 26, e26060, 2020.

PINA, Juliana de Oliveira. **O díbre é nosso e delas: Uma análise do blog esportivo Dibradoras**. 2018. 71 f. TCC (Doutorado) - Curso de Curso de Comunicação Social/jornalismo, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2018.

PIRES, Giovani de Lorenzi. **Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítica - emancipatória**. Ijuí: Unijuí, 2002. 336 p.

PIRES, Giovani De Lorenzi; SILVEIRA, Juliano. Esporte educacional ... existe? Tarefa e compromisso da Educação Física com o esporte na escola. In: SILVA, Mauricio Roberto (org.). **Esporte, Educação, Estado e Sociedade**. Chapecó: Argus, 2007.

PIRES, Giovani de Lorenzi. Globalização, Cultura esportiva e Educação Física. **Motrivivência**, Florianópolis, p.26-43, dez. 1997.

PIRES, Giovani de Lorenzi. INTRODUÇÃO: situando o problema e os caminhos da pesquisa. In: PIRES, Giovani de Lorenzi; LISBÔA, Mariana Mendonça (Org.). **Quem será mais Brasil em Londres/2012?:** enquadramentos no telejornalismo esportivo dos Jogos Olímpicos. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2015. p. 1-160.

ROTHBERG, Danilo. O conceito de enquadramento e sua contribuição à crítica de mídia. In: CHRISTOLOFELTTI, Rogério (org.). **Vitrine e vidraça: crítica de mídia e qualidade no jornalismo**. Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom 2010, 2010. Disponível em www.livroslabcom.ubi.pt, consulta em 02/maio/2012.

RUBIO, Kátia. A cordialidade feminina no esporte brasileiro. In: RUBIO, Kátia (Org.). **As mulheres e o esporte olímpico Brasileiro**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2011. p. 1-259.

RUBIO, Katia. **O atleta e o mito do herói:** o imaginário esportivo contemporâneo.. 1. ed. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001. v. 01. 227p .

RIHAN, Tayane Mockdece; SOARES, João Paulo; NOVAIS, Mariana. “Impedimentos e resistências”: O futebol de mulheres no Brasil pelo site Globoesporte.com. In: XX Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte e VII Congresso Internacional de Ciências do Esporte. **Anais CONBRACE**. Goiânia, Goiás, 2017.

SALVINI, Leila; MARCHI JUNIOR, Wanderley . REGISTROS DO FUTEBOL FEMININO NA REVISTA PLACAR: 30 anos de história. **Motrivivência** (Florianópolis), v. 28, p. 99-113, 2016.

SALVINI, Leila; MARCHI JUNIOR, Wanderley . O FUTEBOL DE MARTA NA REVISTA PLACAR: recortes de uma história. **Espaço Plural** (Marechal Cândido Rondon. Online) , v. 14, p. 298-313, 2014.

SANFELICE, Gustavo Roese. ENQUADRAMENTO: origens, principais influências e usos do conceito. In: PIRES, Giovani de Lorenzi; LISBÔA, Mariana Mendonça (Org.). **Quem será mais Brasil; em Londres/2012?:** enquadramentos no telejornalismo esportivo dos Jogos Olímpicos. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2015. p. 1-160.

SANTOS, Silvan Menezes dos; MEZZARROBA, Cristiano; SOUZA, Doralice Lange de. Jornalismo esportivo e infotainment: A (possível) sobreposição do entretenimento à informação no conteúdo jornalístico do esporte. **Corpoconsciência**, Cuiabá-mt, v. 21, n. 2, p.93-106, 2017.

SCHMITZ FILHO, Antonio Guilherme; SANTOS, Darlei Comin dos;KAUFMANN, Mateus Cardoso. **A Defesa no Futsal: o Ensino Esportivo e a Necessidade de Análise da Influência Midiática**. Anais do XI Congresso de Ciências da Comunicação na região Sul/ INTERCOM SUL. Novo Hamburgo, 2010.

SHOEMAKER, Pamela J; VOS, Tim P. **Teoria do gatekeeping: seleção e construção da notícia**. Porto Alegre: Penso, 2011. 214 p.

SILVA, Roberto Nascimento Braga da; TALAMONINI, Guilherme Augusto; JUNIOR, Antonio Carlos Tavares, CRESSONI, Franz Eric de Goes; TEBALDI, Marina; PAJANIAN, Flávio; OLIVEIRA, André Luis de; DRIGO, Alexandre Janotta. Futebol e a construção da imagem de treinadores pela mídia: um estudo a partir das notícias de um site de grande visitação na web. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 36, n. 3,648-655. 2014

SILVA, Giovana Capucim e. **Narrativas da Imprensa Paulista sobre o Futebol Feminino durante sua proibição (1965-1983)**. 2015. 144 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**. Universidade Federal de Santa Catarina, V. 2, n. 1, 2005

SILVEIRA, Juliano; MUNARIM, Iracema; BITENCOURT, Fernando Gonçalves; FIAMONCINI; Luciana, FAUTH; Fernanda, CAETANO; Angélica; SEÁRA, Éliton Clayton Rufino . A CONQUISTA DE ARTHUR ZANETTI E AS ESTRATÉGIAS DA MÍDIA ESPORTIVA: um exercício com a teoria do enquadramento. In: PIRES, Giovani de Lorenzi; LISBÔA, Mariana Mendonça (Org.). **Quem será mais Brasil em Londres/2012?:** enquadramentos no telejornalismo esportivo dos Jogos Olímpicos. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2015. p. 1-160.

SOUZA, Juliana Sturmer Soares; KNIJNIK, Jorge Dorfman; A mulher invisível: gênero e esporte em um dos maiores jornais diários do Brasil. **Rev. Brás. Educ. Fís. Esp.**, São Paulo, v.21, n.1, p.35-48, jan./mar. 2007.

VENDITE , Caroline Colucio; VENDITE, Laércio Luis; MORAES, Antonio Carlos de. Scout No Futebol: Uma Ferramenta Para a Imprensa Esportiva. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais INTERCOM**, Uerj, 2005.

VIDAL, Delcia Maria de Mattos . Notícias de interesse público e de interesse do público: a possibilidade de convergência desses interesses. Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 12, **Anais...Goiânia/GO**, 27-29/maio/2010.

ZIEGLER, Aline et al. 1,2,3...Testando! Uma experiência de análise de enquadramento com telejornalismo esportivo. Congresso SulBrasileiro de Ciências do Esporte, 6, **Anais...Rio Grande/RG**, 13 a 15 de setembro de 2012

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 6. ed. Lisboa: Presença, 2001.

