

## **TV aberta e olhos fechados: quando o preconceito entra em campo na cobertura da Copa do Mundo de futebol feminino<sup>1</sup>**

Igor Vieira FERREIRA<sup>2</sup>  
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

### **Resumo**

Este artigo tem o objetivo de propor uma reflexão sobre a parcela de responsabilidade da mídia brasileira, especialmente a televisão aberta, no atual estágio de desenvolvimento do futebol feminino no país. Para tanto, foi feita uma análise das coberturas das edições mais recentes das Copas do Mundo masculina e feminina realizadas pelo Jornal Nacional, da TV Globo. Buscou-se verificar a variedade das pautas abordadas nas reportagens, assim como a quantidade de repórteres envolvidos e de matérias veiculadas. As narrativas sobre a seleção brasileira nas duas competições também foram observadas. A metodologia utilizada foi composta pela Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2016) e por pesquisa bibliográfica.

**Palavras-chave:** televisão; futebol; Copa do Mundo; cultura; preconceito.

### **Introdução**

Mundialmente conhecido como o país do futebol, o Brasil tem esse esporte como um dos elementos mais significativos de sua cultura. Em época de Copa do Mundo, a expectativa em torno do evento produz efeitos em diferentes esferas do cotidiano, como na economia, no mercado publicitário e até mesmo na autoestima dos brasileiros. T tamanha mobilização, porém, parece se restringir ao futebol masculino.

Disputada desde 1991, a Copa do Mundo de futebol feminino organizada pela Federação Internacional de Futebol (FIFA) só foi exibida na TV Globo em 2019, quando ganhou um espaço inédito na grade de programação da emissora. As partidas conquistaram altos índices de audiência e, para a edição deste ano, a TV Globo preparou uma cobertura ainda maior. Mesmo com a crescente exposição da modalidade na televisão aberta e um discurso em defesa da igualdade no tratamento das questões de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da UFF, com Especialização em Jornalismo Esportivo pela UERJ, Graduação em Comunicação Social pela PUC-Rio e Jornalista do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, e-mail: [igorvferreira@gmail.com](mailto:igorvferreira@gmail.com).

---

gênero, permanece a sensação de que na prática existe uma grande diferença na promoção do futebol masculino e feminino pelos veículos que detêm os direitos de transmissão.

O corpus do artigo consistiu na observação das edições do Jornal Nacional exibidas durante o período de realização da Copa do Mundo da FIFA Qatar 2022 (de 20 de novembro a 18 de dezembro de 2022) e Copa do Mundo da FIFA Austrália e Nova Zelândia 2023 (de 20 de julho a 20 de agosto de 2023). Foi feita uma pesquisa qualitativa e quantitativa durante 18 dias de exibição do telejornal, iniciando a coleta de dados a partir do início de cada campeonato e finalizando-a após a conclusão da fase de quartas-de-final. Desta forma, foram analisadas um total de 36 edições do Jornal Nacional (18 datas de exibição durante a Copa do Mundo masculina, entre 21 de novembro e 10 de dezembro de 2022; e 18 datas durante a Copa do Mundo feminina, de 20 de julho a 09 de agosto de 2023).

Vale ressaltar que a escolha do recorte de tempo mencionado, abrangendo parcialmente o período de disputa do evento, teve como objetivo manter o equilíbrio da comparação realizada no estudo, uma vez que não era possível prever até qual estágio da Copa do Mundo feminina a seleção brasileira chegaria. Outro aspecto considerado foi o fato de o Brasil ter sido eliminado nas quartas-de-final da Copa do Mundo de 2022, permitindo que se trace um paralelo entre as campanhas das seleções brasileiras masculina e feminina de maneira equilibrada até essa etapa.

A metodologia aplicada na pesquisa foi a Análise da Materialidade Audiovisual – AMA, que tem como objeto de avaliação a unidade (texto + som + imagem + tempo + edição) em toda a sua complexidade para desvelar a análise de códigos e produção de sentidos (COUTINHO, 2016). O método, já solidificado, prevê três atos fundamentais do pesquisador para compreender a totalidade da investigação, incluindo o paratexto do objeto de análise. Inicialmente, é preciso perceber a promessa do produto audiovisual, é uma fase de reconhecimento. A partir disso é necessário estabelecer eixos centrais de perguntas para a pesquisa. Na sequência, o método indica o preenchimento de uma ficha de pesquisa para focalizar na compreensão do que se pretende responder. Por fim, ocorre a aplicação ao corpus do estudo que é a interpretação dos dados recolhidos a partir do modelo organizativo indicado.

Por todo o exposto, o propósito do artigo é fazer uma reflexão acerca das limitações ainda observadas na cobertura jornalística do futebol feminino na televisão aberta brasileira, tendo como objeto de estudo a forma como os dois principais eventos

da modalidade esportiva mais popular do país são retratados no telejornal líder de audiência. A análise torna-se ainda mais relevante quando se constata que as Copas do Mundo masculina e feminina da FIFA, excepcionalmente este ano, têm um intervalo de apenas sete meses entre o término de uma e o começo da outra, além de ambas serem realizadas em países geograficamente distantes do Brasil. Isso possibilita que os dados coletados estejam inseridos em contextos social, político e econômico semelhantes, evitando que aspectos relativos à logística das transmissões interfiram na comparação.

### **Futebol no Brasil: popular sim, inclusivo não**

Orgulho nacional, o futebol se transformou ao longo do tempo em um dos símbolos da cultura brasileira não apenas em virtude das vitórias dentro de campo. A construção do Maracanã na década de 1940, maior estádio do mundo quando inaugurado em 1950, e a capacidade de o futebol integrar o país, contribuíram para a solidificação de uma identidade nacional (DAMATTA, 1982; HELAL, 1997).

É nítido que os brasileiros ficam mais unidos em torno de um ideal a cada quatro anos. Percebe-se nas ruas uma motivação diferenciada, as cores nacionais estão por toda parte, os indivíduos se unem para tarefas como pintura de ruas, enfeitar as casas, expor em todo canto seu amor pela pátria. Esses eventos são as copas do mundo de futebol, e despertam-nos de nossa catarse coletiva, numa espécie de “nacionalismo cíclico” (HELAL, 2009, p.7).

Em muitos lugares do mundo o esporte, sobretudo o futebol, é um agente de transformação social capaz de prover oportunidades às quais muitas pessoas dificilmente teriam acesso. Apesar de ser a modalidade esportiva mais popular do planeta, o futebol ainda não se mostra um ambiente acolhedor à diversidade. No Brasil, o preconceito continua sendo visto em diferentes formas contra negros, mulheres, público LGBTQIA+, jogadores oriundos de classe média alta, entre outros.

Em relação à participação das mulheres no futebol brasileiro, trata-se de uma história marcada por discriminação, luta por igualdade de direitos e recentes avanços na forma como a modalidade feminina é vista pela sociedade. Houve um tempo em que a simples presença de mulheres em arquibancadas de eventos esportivos era algo a ser exaltado. Mais tarde elas passaram a desempenhar funções na cadeia produtiva do esporte, seja como dirigentes, integrantes de comissões técnicas ou jornalistas, até finalmente serem protagonistas.

---

Silvana Goellner (2005), ao analisar o processo de inserção das mulheres na prática esportiva no Brasil, destaca algumas ideias que predominavam no início do século XX.

Mesmo que as mulheres participassem de alguns eventos esportivos, o temor à desmoralização feminina frente à exibição e espetacularização do corpo se traduzia num fantasma a rondar as famílias, em especial, as da elite. A prática esportiva, o cuidado com a aparência, o desnudamento do corpo e o uso de artifícios estéticos, por exemplo, eram identificados como impulsionadores da modernização da mulher e da sua auto-afirmação na sociedade e, pelo seu contrário, como de natureza vulgar que a aproximava do universo da desonra e da prostituição (GOELLNER, 2005, p.145).

Naquele contexto histórico, mesmo que incipiente, a participação das mulheres no futebol representava uma transgressão ao hegemonicamente aceito como pertencente à identidade feminina, que tinha na imagem da mãe uma referência (GOELLNER, 2005). Vale lembrar que tal tipo de pensamento, por mais ultrapassado que pareça, ainda ecoa em pleno século XXI. A pesquisadora Aira Bonfim (2019) aponta registros históricos do futebol de mulheres no Brasil desde 1920, em festas esportivas frequentadas pela elite e nos picadeiros de circos. Na década seguinte aconteceram partidas entre equipes femininas no Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná e Rio Grande do Norte, com os primeiros jogos oficiais em 1940 (BONFIM, 2019).

A publicação do Decreto-Lei 3.199, em abril de 1941, durante o governo de Getúlio Vargas, criou o Conselho Nacional de Desportos (CND). Ele determinava, entre outras medidas, a proibição da prática de determinados esportes por mulheres, incluindo lutas, salto com vara, salto triplo e futebol. O decreto vigorou até 1979, quando foi revogado, e em 1983 a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) regulamentou o futebol feminino.

Os discursos criados desde a década de 1930, assim como a própria proibição do futebol praticado por mulheres, vão incidir diretamente sobre o que sabemos, conhecemos ou deixamos de pesquisar sobre o futebol feminino no Brasil. Oficialmente, esse futebol, vivido por corpos femininos, pouco existiu ou mal foi promovido por suas instituições responsáveis (BONFIM, 2019, p.194).

É possível perceber que, ao longo do tempo, a luta das mulheres por inclusão no meio do futebol é movida por um constante desafio a determinadas concepções a respeito do papel a ser desempenhado por elas na sociedade. Nos dias de hoje permanece o debate sobre o que é feminino, supostas responsabilidades e expectativas criadas para orientar o comportamento das mulheres, envolvendo questões cotidianas como trabalho fora de casa, estrutura familiar, maternidade e atividade física.

---

Logo, há um conflito entre a idealização da postura da mulher na sociedade e o que realmente ela deseja, seus sonhos, vontades, objetivos de vida. No mundo contemporâneo, quem alcança maior destaque: a dona de casa que se dedica integralmente a cuidar da família ou a profissional independente e bem-sucedida no trabalho que expressa suas opiniões acerca de qualquer assunto?

Ao fingir ser algo que não é, com o objetivo de atender aos anseios dos outros através de uma fachada, uma representação é socializada, estruturada para corresponder às expectativas da sociedade na qual está inserida (GOFFMAN, 1959). Mulheres envolvidas com a prática de futebol no Brasil constituem uma quebra de paradigma, apesar de significativos avanços no que se refere às liberdades individuais.

Assim, quando o indivíduo se apresenta diante dos outros, seu desempenho tenderá a incorporar e exemplificar os valores oficialmente reconhecidos pela sociedade e até realmente mais do que o comportamento do indivíduo como um todo. Na medida em que uma representação ressalta os valores oficiais comuns da sociedade em que se processa, podemos considerá-la, à maneira de Durkheim e Radcliffe-Brown, como uma cerimônia, um rejuvenescimento e reafirmação expressivos dos valores morais da comunidade (GOFFMAN, 1959, p.41).

O famigerado papel de inferioridade das mulheres em relação aos homens, por tantos anos tido como argumento aceitável pelo senso comum, está ligado à evolução do futebol feminino no Brasil. Nem o fato de se tratar do mesmo esporte, com regras iguais, impediu que houvesse resistência por parte de grande parcela da mídia na cobertura da atividade. Durante a década de 1990 e início dos anos 2000, algumas partidas de futebol feminino eram disputadas antes dos jogos masculinos. Era uma tentativa de atrair o interesse do público, partindo do pressuposto de que o futebol jogado por mulheres não era capaz de despertar atenção das pessoas por si só.

A associação das mulheres à delicadeza ou fragilidade remete ao conceito de estigma abordado por Goffman (1959). Segundo ele, existem três tipos de estigmas: deformidades físicas, culpas de caráter individual e os relacionados à raça, nação e religião (GOFFMAN, 1959). Preconceitos frente às mulheres que estão envolvidas diretamente com futebol acontecem no dia a dia, desvalorizando o desempenho ou questionando sua feminilidade.

Ainda que outros países tenham atuado no sentido de restringir o acesso das mulheres ao futebol, o caso brasileiro chama a atenção pelo duradouro impacto negativo que provocou no desenvolvimento da modalidade, que quando jogada por homens suscita paixões, discussões e ocupa amplo espaço na vida nacional. Destaca-se também a forma

como, mesmo carente de apoio estrutural e midiático, a seleção brasileira feminina de futebol foi capaz de obter resultados expressivos no cenário internacional.

(...) Em se tratando de um país como o Brasil, onde o futebol é discursivamente incorporado à identidade nacional, torna-se necessário pensar, o quanto este ainda é, para as mulheres, um espaço não apenas a conquistar mas, sobretudo, a ressignificar alguns dos sentidos que a ele estão incorporados de forma a afirmar que esse espaço é também seu. Um espaço de sociabilidade e de exercício de liberdades (GOELLNER, 2005, p.150).

Ao analisar a postura da mídia nacional, particularmente a televisão aberta, perante o desenvolvimento do futebol feminino no Brasil, fica evidente o desperdício de uma série de oportunidades para alavancar o crescimento da modalidade. A primeira campanha bem-sucedida da seleção brasileira em Copas do Mundo já tem mais de 20 anos, quando obteve o terceiro lugar (Estados Unidos 1999). A melhor colocação até hoje foi o vice-campeonato em 2007, na China.

A conquista de duas medalhas de prata consecutivas em Jogos Olímpicos (Atenas 2004 e Pequim 2008), o Estádio do Maracanã lotado na final dos Jogos Pan Americanos de 2007 e o fato de Marta, brasileira eleita por seis vezes a melhor jogadora do mundo, também não foram capazes de expandir a visibilidade do esporte. Prova disso é a tardia exibição na TV Globo de uma edição da Copa do Mundo feminina, em 2019. A TV Bandeirantes e a TV Brasil transmitiram alguns jogos de Copas do Mundo anteriores, mas o alcance da TV Globo, parte de um dos maiores conglomerados de mídia do mundo, colocou o televisionamento do futebol feminino em outro patamar.

Em 2019, um público estimado em 39 milhões de pessoas assistiu à eliminação do Brasil nas oitavas-de-final para a França, estabelecendo novo recorde de audiência em um único país para um jogo de Mundial. Na final da Copa, o argumento de que os brasileiros só acompanham esportes nos quais o Brasil está presente mais uma vez foi derrubado: a partida entre Estados Unidos e Holanda atraiu quase 20 milhões de telespectadores, maior audiência da decisão do título registrada no mundo todo.

### **Copas do Mundo, homens e mulheres no Jornal Nacional**

O fim da desigualdade entre homens e mulheres faz parte da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU). Trata-se de um plano de ação, lançado em 2015, contemplando 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável que têm o propósito de melhorar a qualidade de vida no planeta, estipulando metas em busca da erradicação da pobreza, garantia de saúde e bem-estar, boa educação, água potável e saneamento,

---

atitudes contra a mudança global do clima, igualdade de gênero, energia limpa e acessível etc.

Em 2016, a Confederação Sul-Americana de Futebol (CONMEBOL) determinou que, a partir de 2019, todos os clubes que quisessem disputar a versão masculina da Copa Libertadores da América teriam que possuir uma equipe formada por mulheres, participando das competições nacionais e regionais. O regulamento da confederação se adequou ao artigo 23 do estatuto da FIFA, que tem a igualdade de gênero como uma de suas metas.

Atualmente, é possível assistir a jogos de futebol feminino com mais frequência na televisão aberta, como amistosos da seleção brasileira e partidas do campeonato nacional de clubes. No entanto, não há uma regularidade definida e, na maioria dos casos, somente os jogos decisivos são exibidos.

Inserida em um contexto social em transformação e ciente da necessidade de seguir o movimento, a televisão aos poucos tenta consolidar junto ao público uma imagem de ambiente aberto à diversidade e inclusão. Os diversos interesses envolvidos, às vezes conflitantes, dos telespectadores, anunciantes e da própria mídia, deixam em dúvida as reais intenções do que ocorre na frente e atrás das câmeras (BOURDIEU, 1997). O discurso atual a favor do futebol feminino, com maior exposição na televisão, é um posicionamento genuíno da mídia ou uma estratégia de comunicação visando a atender os anseios de telespectadores e patrocinadores?

No caso do esporte na televisão, coberturas jornalísticas distintas sobre eventos de igual importância para homens e mulheres tendem a reforçar estereótipos relacionados ao futebol feminino, seja com críticas amenas ao desempenho técnico das mulheres após uma eventual derrota, ou valorizando de forma exagerada a participação brasileira na competição, independentemente do resultado. A cultura veiculada pela mídia influencia os hábitos, atitudes e a criatividade das pessoas (KELLNER, 2001). Logo, o impacto do conteúdo produzido pela televisão e demais meios de comunicação tem efeitos positivos e negativos no dia a dia dos indivíduos.

Telejornal mais assistido do Brasil, o Jornal Nacional, da TV Globo, é o principal meio de informação para muitos brasileiros. As opiniões acerca de sua imparcialidade costumam ser divididas, mas a quantidade de pessoas que alcança e a capacidade de pautar a cobertura jornalística de outros veículos de comunicação asseguram a relevância do noticiário. Esses fatores, combinados, conferem às notícias exibidas no programa um

discutível status de verdades absolutas. Ter a capacidade de interpretá-las, portanto, passa a ser fundamental.

(...) O público pode resistir aos significados e mensagens dominantes, criar sua própria leitura e seu próprio modo de apropriar-se da cultura de massa, usando a sua cultura como recurso para fortalecer-se e inventar significados, identidade e forma de vida próprios. Além disso, a própria mídia dá recursos que os indivíduos podem acatar ou rejeitar na formação de sua identidade em oposição aos modelos dominantes. Assim, a cultura veiculada pela mídia induz os indivíduos a conformar-se à organização vigente da sociedade, mas também lhes oferece recursos que podem fortalecê-los na oposição a essa mesma sociedade (KELLNER, 2001, p.11)

Sob a ótica de Stuart Hall (2003), o processo de produção na televisão não é isento de um caráter discursivo, ou seja, é alimentado por fontes e formações discursivas da estrutura sociocultural e política da qual faz parte (HALL, 2003). Refletindo sobre a hegemonia da televisão sobre os receptores da mensagem, Stuart Hall não acredita que “as audiências ocupem as mesmas posições de poder daqueles que dão significado ao mundo para elas”, de modo que a hegemonia seria “a transparência entre o momento da codificação e a decodificação” (HALL, 2003).

Ser perfeitamente hegemônico é fazer com que cada significado que você quer comunicar seja compreendido pela audiência somente daquela maneira pretendida. (...) Não creio que a mensagem tenha somente um significado. Por isso, desejo apostar em uma noção de poder e de estruturação no momento de codificação que todavia não apague todos os outros possíveis sentidos. Tudo o que quero dizer é que uma afirmação da BBC sobre a Guerra das Malvinas não é inteiramente aberta. Ela quer que você leia essa mensagem de uma forma determinada. (...) Trata-se de uma tentativa de hegemônizar a audiência que nunca é inteiramente eficaz e, usualmente, não o é. Por quê? Porque a BBC não consegue conter todas as leituras possíveis do texto. O próprio texto que codifica escapa de suas mãos. Sempre se consegue lê-lo de uma outra forma (HALL, 2003, p.366).

Para a cobertura da Copa do Mundo de 2022, no Qatar, o Grupo Globo mobilizou mais de 500 pessoas. Com os direitos exclusivos de transmissão na televisão aberta e fechada, foram mais de 160 horas dedicadas ao evento na TV Globo, além de 300 horas no canal por assinatura Sportv. Foram enviados 73 profissionais ao Qatar, uma quantidade menor na comparação com coberturas anteriores de Copa do Mundo feitas pela emissora. Um estúdio especial construído no Rio de Janeiro serviu como cenário principal para as transmissões feitas a partir do Brasil e os programas esportivos da TV Globo e do Sportv.

Houve ampla oferta de partidas transmitidas na televisão aberta. Ao todo, foram exibidos 56 dos 64 jogos ao vivo na TV Globo. As exceções foram os oito confrontos simultâneos disputados na última rodada da fase de classificação. A maioria das partidas



---

ocorreu de manhã e à tarde, tendo como referência o horário de Brasília (DF). À noite, era exibido um programa de entretenimento com os principais destaques do dia na Copa.

No período pesquisado para a elaboração deste artigo, do início da competição até as quartas-de-final, foram exibidas 157 reportagens relacionadas à Copa do Mundo no Jornal Nacional. Considerando que 18 edições do telejornal serviram como objeto de pesquisa, foram exibidas, em média, mais de oito matérias sobre o Mundial em cada dia que o programa foi ao ar. Havia jornalistas dedicados à cobertura de seleções nacionais específicas, principalmente aquelas apontadas pela imprensa como favoritas ao título.

Em relação ao conteúdo das reportagens, a rotina de treinamentos, entrevistas antes e depois dos jogos, e perfis de determinados jogadores formaram a maioria dos temas abordados. Exceto quando foi eliminada, todos os dias nos quais a seleção brasileira jogou, a primeira reportagem mostrada era a respeito do jogo do Brasil.

O tom positivo das reportagens sobre o Brasil predominou até a derrota para a Croácia nas quartas-de-final. De acordo com a narrativa do Jornal Nacional, não existiu um evidente culpado pela eliminação. Supostos erros táticos cometidos pela seleção brasileira no decorrer da jogada que culminou no gol de empate da equipe croata foram possíveis explicações para o resultado. Houve crítica sutil ao fato de o técnico Tite ter saído de campo sem cumprimentar todos os jogadores após a disputa de pênaltis. A eliminação do Brasil não impactou fortemente na quantidade de matérias veiculadas sobre a Copa, que continuou ocupando grande espaço no telejornal.

Já na Copa do Mundo Feminina de 2023, na Austrália e Nova Zelândia, observou-se uma abordagem diferente do Grupo Globo. Com somente sete jogos transmitidos na televisão aberta e 34 na fechada, 12 profissionais trabalharam *in loco* no campeonato. Frente ao que se viu na Copa do Mundo de 2019, quando só os jogos da seleção brasileira e a final foram exibidos, existiu um pequeno aumento no número de partidas na TV Globo. Cabe mencionar que, dessa vez, por questões contratuais, os direitos de transmissão no Brasil não eram exclusivos da emissora, motivo pelo qual a quantidade de jogos mostrados também foi limitada.

No Jornal Nacional, 25 reportagens sobre a Copa do Mundo foram exibidas ao longo das 18 edições analisadas. Trata-se de uma média de pouco mais de uma matéria por programa veiculado. Com exceção dos profissionais cobrindo a seleção brasileira, não existiam repórteres designados especialmente para acompanhar as equipes mais cotadas para vencer o campeonato.

---

As pautas das reportagens restringiram-se às notícias sobre a seleção brasileira, com destaque para treinamentos, entrevistas, informações sobre os adversários diretos e a condição física da jogadora Marta. Algumas matérias consistiram apenas na exibição dos gols marcados nos confrontos entre as outras seleções. Em nenhum dos dias em que o Brasil jogou, a reportagem relacionada à partida foi a primeira a ser exibida. No primeiro dia do evento, as duas reportagens que abriram o telejornal tinham a Copa do Mundo como tema.

O otimismo com o time brasileiro prevaleceu até mesmo após a derrota para a França na segunda rodada. Por se tratar de um adversário com alto nível técnico, o resultado negativo não foi retratado como algo improvável. Além disso, o próximo adversário era teoricamente de nível inferior ao Brasil. Com a eliminação ainda na primeira fase da Copa, sem conseguir vencer a Jamaica, o tom das duas reportagens mostradas naquele dia foi de surpresa, evitando responsabilizar a treinadora ou qualquer atleta pela desclassificação. Enquanto uma fez um resumo da partida, a outra destacou a última participação da jogadora Marta em Copas do Mundo.

### **Considerações finais**

Este trabalho é um olhar inicial de uma pesquisa que pretende tensionar a falta de visibilidade de muitos esportes na televisão aberta brasileira. A hegemonia do futebol masculino na mídia contrasta com a histórica dificuldade de inserção das mulheres na modalidade, luta marcada por preconceitos recorrentes ao longo do tempo.

A análise das coberturas jornalísticas feitas pelo Jornal Nacional nas edições mais recentes das Copas do Mundo masculina e feminina de futebol mostraram que persiste uma expressiva diferença na maneira como cada evento é mostrado aos telespectadores. Se por um lado a atenção dada ao Mundial feminino aumentou, com mais jogos transmitidos na televisão aberta, por outro permanece a avaliação de que é possível um comprometimento da mídia que vá além de campanhas institucionais e slogans educativos.

A quantidade reduzida de reportagens, assim como a pouca variedade das pautas durante a Copa feminina, na comparação com o que foi visto na versão masculina do campeonato, indicam que o caminho para o desenvolvimento do futebol jogado por mulheres no Brasil passa por iniciativas da própria mídia. O investimento na promoção do esporte é válido, mas carece de resultados concretos.

Apesar de importantes avanços constatados nos últimos anos em relação à igualdade de gênero, no âmbito esportivo esse objetivo ainda parece distante. O engajamento da mídia nesse processo, fundamental para que mudanças estruturais aconteçam, continua discreto, apresentando um discurso a favor da inclusão acompanhado de ações limitadas.

### Referências bibliográficas

BONFIM, Aira. **Football Feminino entre festas esportivas, circos e campos suburbanos: uma história social do futebol praticado por mulheres da introdução à proibição (1915-1941)**. Rio de Janeiro, 2019. 213f. Dissertação - Mestrado em História, Política e Bens Culturais, Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC).

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão, seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos**. Trad. Maria Lucia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2016. São Paulo, SP. Anais eletrônicos. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em: 13/07/2023.

DAMATTA, Roberto. (Org.) **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

GLOBO anuncia detalhes da grande cobertura multiplataforma da Copa do Mundo do Catar. **Rede Globo**. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/globo-anuncia-detalhes-da-grande-cobertura-multiplataforma-da-copa-do-mundo-do-catar.ghtml>. Acesso em: 16/08/2023.

GLOBO apresenta cobertura da Copa do Mundo Feminina 2023. **Ge**. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/2023/07/11/globo-apresenta-cobertura-da-copa-do-mundo-feminina-2023.ghtml>. Acesso em: 16/08/2023.

GOELLNER, Silvana. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. **Revista Brasileira de Educação Física**, 2005.

GOFFMAN, Erving. **A representação do Eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

HALL, Stuart. SOVIK, Liv (org). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. 1. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, Hugo; SOARES, A. J. **A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria**. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

HELAL, Ronaldo (Org); CABO, Álvaro (Org). **Copas do Mundo: comunicação e identidade cultural no país do futebol**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014.

HELAL, Ronaldo; CABO, Álvaro do; SILVA, Carmelo. Pra frente Brasil!: comunicação e identidade brasileira em Copas do Mundo. **Esporte e Sociedade**, n.13, p.01-21, nov.2009/fev.

---

2010. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/esportesociedade/article/view/48313>. Acesso em: 16/08/2023.

HELAL, Ronaldo. **Passes e impasses: futebol e cultura de massa no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1997.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: Edusc, 2001.

SALVINI, Leila; SOUZA, Juliano de; JÚNIOR, Wanderley Marchi. Entre fachadas, bastidores e estigmas: uma análise sociológica do futebol feminino a partir da teoria da ação social de Erving Goffman. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, v.29, p.559-569, out./dez., 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbefe/a/cSk649QKqRxYR6YCKz5gbms/?format=pdf>. Acesso em: 16/08/2023.