

A Visibilidade do Futebol Feminino no Brasil: Uma análise descritiva das publicações do Sportv e Planeta Futebol Feminino¹

Amanda Monique Porfírio Ribeiro de SANTANA²
Michelle Ferret BADIALI³
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

O futebol no Brasil teve importantes marcos históricos, especialmente no que se diz respeito à relação e contribuição da mídia. Já no futebol feminino, notamos uma diferenciação entre a modalidade masculina, em relação ao discurso da mídia, preconceito de gênero e reconhecimento social. Este estudo pretende analisar a visibilidade dada ao Futebol Feminino na mídia, através da análise de publicações de dois sites esportivos de grande alcance nacional, o Sportv e o Planeta Futebol Feminino, durante o acontecimento de três competições principais no ano de 2016: Campeonato Brasileiro, Jogos Olímpicos e Copa do Brasil. Buscando entender como a modalidade é reportada e discutir o formato de abordagem nos veículos pesquisados.

PALAVRAS-CHAVE: futebol; gênero; mídia; futebol feminino;

INTRODUÇÃO

Reconhecido mundialmente como o “país do futebol”, o Brasil é atualmente a nação mais vitoriosa em termos de copa do mundo. No total, são cinco títulos, fazendo do país o único pentacampeão do planeta. No entanto, quando fala-se de “pátria das chuteiras”, é importante ressaltar que visa-se apenas o futebol masculino, deixando de lado a modalidade feminina. Historicamente, a prática de mulheres no futebol, passou por repressões, preconceitos, ressignificações, e hoje vive talvez sua melhor fase histórica, seja com a criação recente do departamento de futebol feminino na Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e com o comando inédito de uma mulher à frente da seleção principal feminina.

¹ Trabalho apresentado no IJ 4 Comunicação Audiovisual – do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Email: amandaporfirios@gmail.com

³ Docente do Departamento de Comunicação social (DECOM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Email: michellebadiali@gmail.com

Visto que, a mídia, seja em rádio, tv ou plataformas digitais, como blogs, sites e redes sociais, é primordial para a popularização e conquista de mais adeptos à modalidade no Brasil. É interessante também, enfatizar a sua importância na história e expansão do esporte no país, especialmente no futebol feminino. (GASTALDO et.al, 2005), em seu estudo, dizia que “Hoje é inconcebível pensar o universo do esporte- espetáculo sem a sua apropriação midiática.” Em sua análise, o avanço histórico do esporte está diretamente ligado à abrangência que a mídia proporciona através das diferentes maneiras de reportar ou cobrir um evento esportivo.

Por isso, neste trabalho iremos identificar a relação entre mídia e futebol feminino no Brasil, analisando a visibilidade da modalidade, tomando como referência dois sites voltados à cobertura esportiva no país, Sportv e Planeta Futebol Feminino. A escolha dos dois sites se deu pela relevância e alcance que ambos têm no público esportivo brasileiro. Sendo o sportv de maior abrangência, por ter características comerciais e fazer parte de um grande grupo de comunicação, e o Planeta Futebol Feminino, por ser voltado especificamente para cobrir a modalidade feminina no Brasil, estando entre os melhores sites desse gênero.

UMA VIAGEM A HISTÓRIA DO FUTEBOL NO BRASIL

O futebol, uma das mais tradicionais modalidades esportivas do planeta, consegue reunir um conjunto de vertentes sociais. A prática, que aos moldes de hoje, se iniciou na Inglaterra, quase que imediatamente transpassou fronteiras e se expandiu em alguns continentes do Globo. Segundo (TEROSSI; D'ANGELO; STILLI, 2009, p.), “países como Argentina, Uruguai, França e Espanha, atribuíram a importância dos portos e rotas comerciais, como um meio de difundir a prática do esporte.” Já no Brasil, segundo Mosca (2006), Charles Muller foi o responsável por exportar o *football* para as terras tupiniquins, em meados de 1894, quando retornou da Inglaterra trazendo em sua mala duas bolas de futebol, dois uniformes completos, uma bomba de ar e uma agulha. Ele também foi o organizador da primeira partida oficial no país, como narra Terossi, D'angelo e Stilli: (2009, p.134) “O primeiro jogo organizado por Charles Muller, também participante, aconteceu no São Paulo Athletic Club, clube de ingleses fundado em 1888, que tinha como jogo principal o críquete.”

Neste contexto, é importante entender a inserção da modalidade no país em meio ao tempo histórico. A mesma nação que hoje reverencia Pelé e o trata como rei, já

chegou a proibir que negros praticassem a modalidade, como descreve Mosca (2006, p. 56): “O fim da escravidão oficial no Brasil ocorreu em 1888, próximo, então, ao surgimento do futebol (1894). O futebol era, no início, proibido a negros, mestiços, mulheres e brancos pobres.”

Como vemos no trecho supracitado, a popularização do “esporte de massa”, não surgiu da noite pro dia. No início, muitas classes sociais enfrentavam dificuldades para se inserir no futebol, inclusive as mulheres. Mas, essa é uma discussão que vamos discorrer mais a frente.

Seguindo a trajetória histórica, não demorou muito para que o futebol tomasse um formato cada vez mais organizado e competitivo. Isso se reafirmou com a criação das ligas, que segundo Mosca (2006) se iniciaram primeiro em São Paulo (1901) e Rio de Janeiro (1905), e depois, por volta de 1915, em Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul, também possuíam suas competições regionais.

Com a ampliação e organização do Futebol no país, viu-se a necessidade de criar uma confederação nacional que seria responsável por gerenciar a modalidade. Sendo assim, em 6 de novembro de 1915 foi criada a Confederação Brasileira de Desporto (CBD), reconhecida oficialmente pela FIFA em 1917. Em 1930, Brasil participa da primeira Copa do Mundo FIFA, no Uruguai (MOSCA, 2006).

A criação da CBD, atual CBF, e a inserção do país nas disputas de Copa do Mundo, foi um importante passo para a popularização do futebol no Brasil e serviu também para quebrar algumas barreiras racistas. “Nessa altura o número de aficionados por futebol já era grande, fazendo com que ele deixasse de ser visto como um esporte de elite e passasse também a ser praticado por negros e pela classe mais humilde.” (MOSCA, 2006, p. 56).

FUTEBOL E GÊNERO: BRASIL, O PAÍS DO FUTEBOL “MASCULINO”

Como vimos brevemente em sua trajetória histórica, o futebol brasileiro ao se expandir, rompeu várias barreiras sociais. Dentre elas, a discussão de gênero talvez seja uma barreira reduzida, mas não extinta. Em relação à discussão de gênero na sociedade, é válida a seguinte definição.

Gênero é um termo que surgiu no sentido e na tentativa de se opor a uma forte tendência histórica vinculada à naturalização dos comportamentos humanos – a uma posição que descreve a personalidade essencialmente diferente de homens e mulheres

em virtude de sua natureza anatomicamente diferenciada.
(KNIJNIK e SOUSA, 2004, p. 6)

Quando trata-se de discutir gênero no esporte, não fugimos da definição usada por Knijnik e Sousa (2006), onde se busca uma naturalização de comportamentos padronizados, atribuídos socialmente a homens e mulheres. Em seu estudo, os autores trazem uma crônica que retrata o drama de uma atleta que é obrigada a submeter-se a um exame de comprovação de gênero, pois a mídia e a opinião pública levantaram a hipótese da mesma se passar por homem, por conta de sua força, habilidade e características estéticas que fugiam do normal. Em um trecho da crônica, o resultado do “teste.”

E o resultado do teste saiu: imediatamente, as manchetes online destacaram: “parece, mas não é!”; finalmente, ela já estava livre das perguntas e pressões cotidianas dos repórteres, e dos boatos jornalísticos que surgiam todos os dias; podia representar com tranquilidade a seleção feminina de seu país. E seu alívio mostrou-se maior ainda no dia seguinte, quando voltou a vestir o calção largo para treinar, e cortou os cabelos bem curtos – comentou com a colega de apartamento que “não aguentava mais” as mechas compridas. (KNIJNIK e SOUSA, 2004, p. 3)

O site PB Agora (2009), narra um exemplo semelhante que ocorreu no Brasil. O caso da Judoca Ednanci Silva, que às vésperas das olimpíadas de Atlanta se descobriu hermafrodita e sofreu bastante com a forma invasiva na qual a mídia tratou o seu caso.

A sexualização da mulher no esporte, não é uma novidade do século XXI. Desde que a mulher se inseriu nas atividades esportivas, além da resistência e aceitação social, a mídia colaborou bastante com a banalização da atleta feminina. Isso porque inicialmente, para a sociedade, a função da mulher resumia-se unicamente aos afazeres domésticos e maternidade, como descreve Terossi, D’angelo e Stilli (2009, p.136): “Às mulheres os exercícios objetivavam a preservação e constituição de uma boa maternidade, que era considerada até aquele momento a mais nobre missão da mulher, pois dela dependia a regeneração da sociedade.”

A imagem de mulher associada aos cuidados de casa e da família, também é reafirmada por Castellani (1989, p. 89):

Configurava-se, portanto, no tratamento dado à prática pelas mulheres, da Educação Física e Esportes, o reforço ao pensamento dominante a respeito do papel da mulher na sociedade brasileira, preparando-a fisicamente para a maternidade, concebendo a ideia de “Mulher” quase que somente associada à de “Mãe”.

Esse relato retrata um momento específico da história, no século anterior, especificamente 1882, onde segundo Castellani (1989), ocorreu uma reforma no ensino primário, privando as mulheres a quaisquer tipos de esforço físico que as distancie do seu papel principal, ser mãe e senhora do lar.

A ideia de um corpo frágil, esteticamente moldado e livre de atividades de força, restringia às mulheres que praticassem apenas atividades físicas tidas como femininas, e ficassem longe das modalidades “masculinas”, no caso do futebol, por exemplo. “[...] mulheres que praticam esportes considerados masculinos têm que enfrentar estereótipos de gênero, combatendo a crença de que sua participação nesses esportes é menos valiosa do que a dos homens. (KNIJNIK e SOUSA, 2004, p.11)

No entanto, após tremenda resistência feminina e avanços significativos, o futebol feminino no país passou a consolidar-se a partir da década de 80, onde se tem registros dos primeiros campeonatos oficiais.

A modalidade veio ganhar um pouco de visibilidade no Brasil a partir da oficialização da primeira liga de futebol feminino que veio dar início no ano de 1981, assim como uma diversidade de campeonatos, como campeonato de futebol de areia feminino que ocorreu no Rio de Janeiro, torneio de futebol de salão (*society*) feminino, entre várias outras competições da modalidade para mulheres. (SILVA, 2012, p.3)

Porém, para entender como chegamos aos campeonatos e a “aceitação” do futebol feminino no Brasil, é preciso conhecer os eventos que levaram aos dias de hoje.

FUTEBOL FEMININO NO BRASIL: UM RETRATO HISTÓRICO

Para as mulheres, praticar futebol no Brasil, ainda que por hobby, sempre foi difícil. Além de vencer os preconceitos de gênero, as atletas precisaram desvencilhar a ideia de que a modalidade era de propriedade masculina, e que adentrar nesse espaço, seria considerado um ato invasivo.

Em seu livro, Castellani traz uma breve discussão sobre a prática de esportes pelas mulheres, citando em alguns momentos, a legislação da época. “Às mulheres não se permitirá a prática de desportos incompatíveis com as condições de sua natureza, devendo para este efeito o Conselho Nacional de Desportos (CND) baixar as necessárias instruções às entidades desportivas do país,” (CND, Lei n. 3.199/41 art. 54, citado por CASTELLANI, 1991, p.47). Segundo o autor, no mesmo artigo da lei, o CND exemplificava a proibição de esportes como lutas, futebol, futebol de salão, futebol de

praia, polo aquático, halterofilismo, dentre outros, por considerarem não condizentes com a natureza anatômica das mulheres, e que até poderia prejudicar ou afetar o corpo, colocando em risco uma futura maternidade.

Ainda que mais tarde a proibição da prática de alguns esportes viesse a ser revogada, após tremenda resistência feminina e avanços significativos, o futebol feminino no país passou a consolidar-se a partir da década de 80, onde se tem registros dos primeiros campeonatos oficiais.

A modalidade veio ganhar um pouco de visibilidade no Brasil a partir da oficialização da primeira liga de futebol feminino que veio dar início no ano de 1981, assim como uma diversidade de campeonatos, como campeonato de futebol de areia feminino que ocorreu no Rio de Janeiro, torneio de futebol de salão (*society*) feminino, entre várias outras competições da modalidade para mulheres. (SILVA, 2012, p.3)

Com a criação da primeira liga feminina de futebol, vários clubes tiveram a oportunidade de participar de competições oficiais. No entanto, isso não significou um avanço efetivo na estabilização da modalidade no Brasil. Em sua discussão, Darido (2002) ressaltou que mesmo com a criação de campeonatos desde 1981, a CBF só buscou jogadoras para formar uma seleção brasileira dez anos depois, em 1991, para disputar o mundial da China.

A seleção Brasileira de futebol feminino, só veio ganhar mais destaque e espaço na mídia após os resultados da olimpíada de Atlanta (1996), terminando a competição em quarto lugar, e nos jogos olímpicos de Atenas (2004), conquistando a medalha de bronze (MARTINS e MORAES, 2007).

Isso nos remete a uma das questões principais deste estudo, a relação da mídia com o futebol, em especial, o futebol feminino no Brasil.

A RELAÇÃO DA MÍDIA COM O FUTEBOL NO BRASIL: ENTRE HOMENS E MULHERES

Ao falar de mídia e esporte, conseguimos acompanhar em alguns trechos deste estudo, momentos em que esses dois termos tornam-se concomitantes. A mídia apropriou-se do esporte, identificando nele uma possibilidade de mercado emergente em meio a comunicação de massa, transformando-o em um “espetáculo” para ser “assistido”, com o objetivo de ampliar o consumo dos fanáticos (GASTALDO et al, 2005).

Ao alinhar o futebol, esporte das multidões, com a publicidade, alguns veículos enxergaram a possibilidade de mercado. Mesmo sem dispor de equipamentos específicos para cobrir ou transmitir os eventos.

Mesmo com as dificuldades de ordem técnica para transmitir estes tipos de acontecimentos, o futebol já tinha o seu espaço nos meios de comunicação, sendo um dos principais programas do rádio, um bom apelo para se conquistar a audiência a partir do momento em que Getúlio Vargas autoriza a veiculação de publicidade em 1932 (BRITTOS e SANTOS, 2012, p. 181).

Com a modernização dos veículos de mídia, as transmissões e programas voltados para o conteúdo esportivo foram ganhando espaço. Sendo assim, a mídia conseguiu acompanhar os marcos importantes do esporte mundial. “Só com a possibilidade da utilização do satélite transterritorial intelsat, o primeiro grande evento internacional foi transmitido ao vivo: A Copa do Mundo de 1970, no México.” (BRITTOS e SANTOS, 2012, p. 183).

Falando em eventos internacionais, não podíamos deixar de citar o maior deles. Se tratando de futebol, a Copa do Mundo é o evento de maiores holofotes midiáticos. E essa concepção não vem de agora. O interesse dos brasileiros pelo futebol durante a copa do mundo cresce gradativamente. A apropriação da mídia, nesse contexto, resulta em mais publicidade, um aumento de produção de reportagens especiais, crônicas, anúncios publicitários e programas diversos com a temática da copa (GASTALDO et. al, 2005).

No entanto, a história não se repete quando se fala de futebol feminino. Quase definitivamente ausente na mídia esportiva, a modalidade quando abordada em veículos de imprensa esportiva, traz consigo características estereotipadas. “Quase sempre a cobertura da mídia sobre o esporte praticado por mulheres é acompanhada por uma trivialização e sexualização, constituindo uma negação do poder esportivo dessas mulheres.” (KNIJNIK e SOUSA, 2004, p. 18).

Mesmo com as conquistas significantes do futebol feminino brasileiro, com o seu avanço histórico e a superação de obstáculos impostos socialmente, ainda assim, permanece a dificuldade em quebrar a hegemonia masculina no futebol.

Embora tenha havido, nos últimos anos, um expressivo crescimento da participação feminina no universo futebolístico (manifesto não só da audiência, mas mesmo dentro de campo, como no sucesso internacional conquistado pela seleção brasileira de futebol feminino), o mundo do futebol continua a ser hegemonicamente um território masculino (GASTALDO et. al, 2005, p. 6).

Entendendo que a mídia tem um papel essencial nesse reconhecimento e construção de identidade entre futebol, mulher e sociedade, decidimos analisar através da pesquisa, a inserção do futebol feminino na mídia.

MATERIAIS E MÉTODOS

Com o propósito de compreender o cenário já apresentado e aprofundar as análises do discurso midiático no futebol feminino, este estudo buscou investigar através de uma Análise da Pesquisa Analítica Descritiva (THOMAS; NELSON, 2002 citado por MARTINS e MORAES, 2007, p. 73) dois sites de alcance nacional do gênero esportivo, sobre a inserção do futebol feminino e a forma de abordagem nas suas postagens.

Os sites selecionados para análise são o Sportv e o Planeta Futebol Feminino, por sua relevância no cenário esportivo nacional, e por apresentar interesses distintos. Sendo o primeiro estritamente comercial, e o segundo com uma característica mais autônoma, visando ampliar a visibilidade da modalidade no país.

A análise se deu em três momentos específicos do ano de 2016. O primeiro é datado de 20 de janeiro até 21 de maio, período no qual ocorreu o Campeonato Brasileiro Feminino de Futebol. O outro momento será de 03 a 20 de agosto, ciclo de participação da seleção brasileira de futebol nos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro. E por fim, o período de 23 de agosto a 27 de outubro, quando foi realizada a Copa do Brasil Feminina de Futebol.

A escolha desses três períodos do ano transcorreu a partir de sua significância. Pois trata-se das três maiores competições nacionais e internacionais, no caso dos jogos olímpicos, onde se inserem atletas brasileiras.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Utilizando uma pesquisa de refinamento no Google, empregando as palavras chaves, períodos cronológicos e isolando a busca apenas nos sites supracitados, identificamos os seguintes resultados:

Campeonato Brasileiro Feminino	20 de Janeiro a 21 de Maio/2016
Sportv	6 Publicações

Planeta Futebol feminino	12 Publicações
--------------------------	-----------------------

No período exemplificado acima, foram encontradas no Sportv, 6 publicações, que possuíam em seu conteúdo a divulgação dos horários de transmissões dos jogos do campeonato brasileiro feminino em um dos canais de tv do grupo. Em quatro das seis notas, continham informações sintetizadas das equipes que iriam se enfrentar na partida que seria transmitida. Já no Planeta Futebol Feminino (PFF), foram encontradas 12 matérias, que em seu conteúdo, traziam uma cobertura mais completa das rodadas do campeonato, com informações jogo a jogo, destaques de atletas e reportagens especiais.

Jogos Olímpicos - Rio 2016	03 a 20 de Agosto de 2016
Sportv	15 Publicações
Planeta Futebol feminino	6 Publicações

Na participação da Seleção Feminina de futebol nas olimpíadas, entre os dias 03 a 20 de agosto, o site Sportv ampliou em mais da metade as publicações sobre o futebol feminino em relação ao período anterior. Um resultado já esperado, visto que os Jogos Olímpicos sempre foram um evento de êxito para a seleção feminina. No conteúdo das matérias, algumas reportagens sobre atletas que tiveram destaque nos jogos, outras com cobertura das disputas em que a seleção atuou, e quatro em especial, que tinham relação com outros atletas da delegação brasileira, que de alguma maneira ligavam-se no discurso com a atuação das meninas do futebol.

Já no site PFF, seis matérias foram encontradas. No conteúdo, eram abordados os confrontos realizados pela seleção, com uma análise detalhada do desempenho das atletas e curiosidades das partidas.

Copa do Brasil Feminina	23 de agosto a 27 de outubro
Sportv	0 Publicações
Planeta Futebol feminino	5 Publicações

Na Copa do Brasil Feminina, não foi encontrada nenhuma publicação no Sportv que relacionava ou citava a competição. Já no PFF, cinco matérias sobre a copa foram publicadas. No conteúdo, uma em especial trazia as informações de como funcionaria o

campeonato, e relatava a falta de atenção da TV para com a competição. Nas demais, resultados de jogos e análise do desempenho das equipes.

Imagem 01 – exemplo de postagem do site sportv sobre uma rodada do campeonato brasileiro feminino de 2016.



Com os resultados obtidos na pesquisa descrita acima, analisamos a visível crescente dada ao futebol feminino no período dos jogos olímpicos. Em especial no conteúdo das matérias, que no Sportv especificamente, saiu de uma abordagem resumida, como ilustra a imagem acima, para matérias especiais, com um conteúdo mais aprofundado sobre o desempenho das atletas e o andamento da competição. Notório também, é a ausência de publicações que o mesmo veículo teve na Copa do Brasil Feminina, que inclusive, ocorreu alguns dias depois da eliminação da seleção feminina nos jogos olímpicos.

Imagem 2 – exemplo de uma postagem do site planeta futebol feminino em meio a rodada do campeonato brasileiro de 2016.



Em relação ao PFF, identificamos um acervo interessante de matérias sobre os clubes e a seleção principal nos períodos de análise, como vemos na imagem acima, o exemplo de uma das matérias realizada após uma rodada do campeonato brasileiro. O veículo, mesmo não tendo tanta visibilidade e nem respaldo econômico quanto o anterior, consegue, nas suas limitações, cobrir de maneira parcial os diferentes eventos do futebol feminino no Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através deste estudo constatou-se os avanços históricos do futebol no Brasil, suas implicações sociais e a relação da mídia com a popularização e valorização do esporte. Também foi possível identificar a diferenciação entre o futebol masculino e feminino no país, reconhecendo no conceito de gênero socialmente atribuído, os empecilhos e dificuldades enfrentadas pelas mulheres que ainda hoje buscam uma modalidade respeitada e profissionalizada.

Ainda foi possível notar, a contribuição histórica da mídia no reforço dos estereótipos e preconceitos que torneiam as jogadoras de futebol, especialmente no que se diz respeito a sexualização do corpo das atletas, deixando de lado a sua performance esportiva.

Com a pesquisa, podemos perceber que a visibilidade que a mídia proporciona ao futebol feminino ainda é falha, pois carece de uma presença mais assídua nos campeonatos principais, e necessita de um aprofundamento maior no que se diz respeito à cobertura das competições.

É importante frisar que ao se propor em veicular e cobrir futebol feminino no Brasil, deve-se fazer um trabalho tão mais completo e preciso que no futebol masculino, independente de qual campeonato se está buscando relatar. Seja nos jogos olímpicos ou na Copa do Brasil, as atletas que ali estão inseridas tem história. Os clubes representados enfrentam dificuldades estruturais, sociais e logísticas para disputar partida por partida. E do que adiantaria tamanho esforço, sem o justo reconhecimento dos que se dizem veículos do esporte?

A frase clássica de George Orwell, que diz: “Jornalismo é publicar aquilo que alguém não quer que se publique. Todo o resto é publicidade.” Nos remete a pensar que, no Brasil, especialmente no futebol feminino, o jornalismo esportivo pode-se

renomear para publicidade esportiva. Onde é mais visto e mais reportado, quem é mais visado e gera lucro.

O nosso anseio é que uma das maiores essências do jornalismo, que é contar histórias, um dia consiga auxiliar na transformação da história do futebol feminino no Brasil. E que venham mudanças significativas e positivas.

REFERÊNCIAS

- BRAZILIENSE, Correio. A difícil vida de uma atleta hermafrodita. Disponível em:<<http://www.pbagora.com.br/conteudo.php?id=20091123105235>>. Acesso em: 02 de maio. 2017.
- BRITTOS, V. C.; SANTOS, A. D. G. Processos midiáticos do esporte: do futebol na mídia para um futebol midiaticizado. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 9, n. 26, p. 173-190, nov. 2012.
- CASTELLANI FILHO, L. *Educação física no Brasil: a história que não se conta*. Campinas: Papirus, 1991.
- CASTELLANI, L. F. Esporte e mulher. In.: TAMBUCCI, L. P.; OLIVEIRA, J. G. M; SOBRINHO, J. C. (Orgs.). *Esporte e jornalismo*. São Paulo: CEPEUSP, 1997.
- DARIDO, S. C. Futebol feminino no Brasil: do seu início à prática pedagógica. *Motriz*, Rio Claro, v. 8, n. 2, p. 43-49, 2002.
- GASTALDO, E; LEISTNER, R. M. Futebol, mídia e sociabilidade. Uma experiência etnográfica. *Cadernos IHU Idéias*, São Leopoldo, n. 43, 2005.
- KNIJNIK, J. D.; SOUZA, J. S. S. Diferentes e desiguais: relações de gênero na mídia esportiva brasileira. In.: SIMÕES, A. C.; KNIJNIK, J. D. (Orgs.). *O mundo psicossocial da mulher no esporte: comportamento, gênero, desempenho*. São Paulo: Aleph, 2004. p. 191-212.
- MARTINS, L. T.; MORAES, L. Futebol feminino e sua inserção na mídia: a diferença que faz uma medalha de prata. *Pensar a Prática*, Goiânia, v. 1, n. 10, p. 69-81, jan./jun. 2007.
- MOSCA, H. M. B. *Fatores institucionais e organizacionais que afetaram a profissionalização da gestão do departamento de futebol dos clubes*. 2006. Dissertação (Mestrado), Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas, PUC-RIO, 2006.
- SILVA, J. H. R. Gênero e futebol: os desafios da mulher na luta por reconhecimento social. 2012. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd175/genero-e-futebol-os-desafios-da-mulher.htm>. Acesso em: 10 de set. 2016.

TEROSSO, M. B.; D'ANGELO, A. P.; STILLI, D. A. B. Futebol e gênero: a visão nacional sobre a prática do futebol entre as mulheres. *Anuário da Produção Acadêmica Docente*, São Paulo, v. 3, n. 4, p. 1-16, mar. 2010.