



III EREJOR SUDESTE

Encontro Regional Sudeste
de Ensino de Jornalismo

13 e 14
NOV

Uniacademia
(Juiz de Fora, MG)

Jornalismo para um mundo em transição

TV x Streaming: as transmissões esportivas da Seleção Brasileira de Futebol

Feminino nos Jogos Olímpicos de Paris¹

Alicia Rufino SOARES²

Iluska Maria da Silva COUTINHO³

Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

APONTAMENTOS INICIAIS

O futebol de mulheres tem conquistado cada vez mais espaço nos distintos meios de comunicação, uma vez que nem sempre a TV aberta proporcionou a visibilidade merecida à modalidade. Nesse cenário, a exigência na criação de equipes femininas proposta pela Conmebol e o estabelecimento da Lei do Mandante foram responsáveis pela popularização da categoria no país, a partir da expansão das plataformas de streaming esportivas.

Diante desse contexto, este trabalho analisa as características dessas transmissões a partir da estreia da Seleção Brasileira de Futebol Feminino nos Jogos Olímpicos de Paris, contra a Nigéria, realizadas pela TV Globo, pelo SporTV e pela CazéTV, por meio da Análise de Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016). Inferiu-se que a participação do público é incorporada nas características dessas transmissões de maneiras específicas e distintas.

O FUTEBOL DE MULHERES NO BRASIL

¹ Resumo expandido apresentado no GP Produção Científica, no 3º Encontro Regional Sudeste de Ensino de Jornalismo (Erejour Sudeste).

² Mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM/UFJF). E-mail: aliciarsoares@gmail.com

³ Professora Titular da Faculdade de Comunicação e do PPGCOM-UFJF. E-mail: iluska.coutinho@ufjf.br



III EREJOR SUDESTE

Encontro Regional Sudeste
de Ensino de Jornalismo

13 e 14
NOV

Uniacademia
(Juiz de Fora, MG)

Jornalismo para um mundo em transição

As primeiras referências do futebol praticado por mulheres no Brasil datam dos anos 20, com atletas que participavam de festas e festivais esportivos e com artistas que abrilhantavam espetáculos de circo. Entretanto, na década de 1940, foi instituído um decreto-lei proibindo a sua prática, e a sua regulamentação ocorreu apenas em 1983 (Bonfim, 2019).

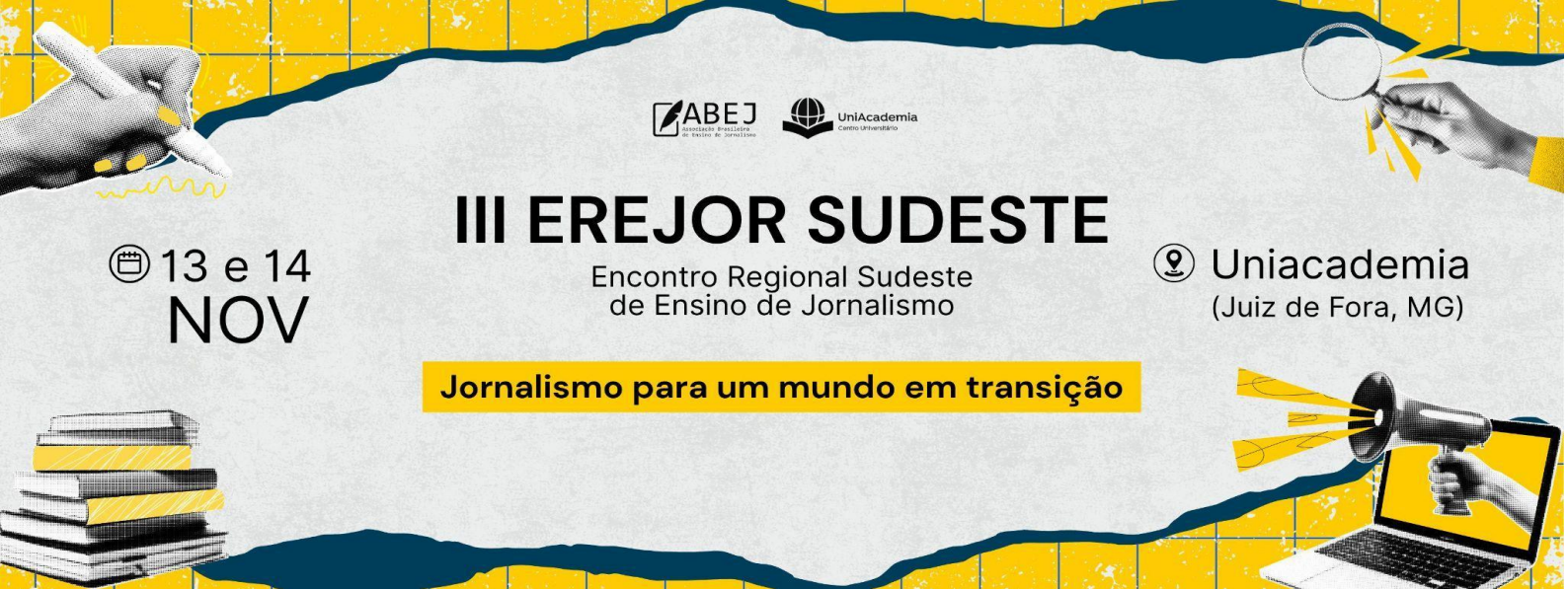
Logo, as primeiras transmissões esportivas também surgiram na década de 1990, na TV Bandeirantes, com o locutor Luciano do Valle. Apesar de a Seleção Brasileira alcançar bons resultados nos torneios (duas pratas olímpicas em 2004 e em 2008), sua cobertura só se tornou mais presente na Copa do Mundo de 2015, no Canadá, e nas Olimpíadas de 2016, no Rio de Janeiro (Globo Esporte, 2019).

O ano de 2019 foi fundamental para a popularização da modalidade no país, tanto pela obrigatoriedade estabelecida pela Conmebol para o desenvolvimento de equipes femininas como pela transmissão de mais jogos da Copa do Mundo na televisão. A pandemia da Covid-19 também impulsionou essas transmissões, proporcionando a cobertura de todos os jogos do Campeonato Brasileiro de 2020 (Sacchitiello, 2019).

ANÁLISE E DISCUSSÕES

Para o trabalho, foi selecionada a partida de estreia da Seleção Brasileira de Futebol Feminino nos Jogos Olímpicos de Paris, contra a Nigéria, por meio das transmissões da TV Globo, do SporTV e da CazéTV. A metodologia utilizada foi a Análise de Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016), que permite explorar as características do objeto de forma unificada e a partir do contexto em que se insere.

Tanto a TV Globo como o SporTV mantiveram formatos tradicionais, com foco na linearidade da grade, inserções publicitárias rígidas e chamadas para outros eventos olímpicos. Já a CazéTV apresentou uma abordagem mais informal, interativa e digital,



📅 13 e 14
NOV

Encontro Regional Sudeste
de Ensino de Jornalismo

📍 Uniacademia
(Juiz de Fora, MG)

Jornalismo para um mundo em transição

com destaque para a presença de um chat ao vivo, oferecendo assim uma experiência transmidiática mais engajada com o seu público.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O futebol feminino atravessa um momento importante de consolidação na mídia brasileira, impulsionado principalmente por uma audiência cada vez mais engajada. As diferenças entre as transmissões refletem as estratégias editoriais e de mercado adotadas por cada veículo, moldadas pelo perfil de seu público. Enquanto a Globo oferece uma cobertura mais generalista, voltada a um público amplo, o SporTV e a CazéTV apostam na personalização da narrativa esportiva de acordo com o seu nicho de mercado.

Nesse sentido, os resultados preliminares apontam que a diversidade de formas de acessar o conteúdo audiovisual esportivo permite ampliar a oferta televisiva para esportes e modalidades antes marginais na programação. No caso do futebol feminino, foi um longo processo até que os espectadores aceitassem consumir de fato a modalidade, quebrando inúmeros recordes de público, e as plataformas de streaming foram grandes responsáveis por essa popularização.

Em suma, a pesquisa aponta para a importância de novos estudos sobre as narrativas audiovisuais e a recepção do futebol feminino, com foco nas futuras edições de torneios internacionais como a Copa do Mundo de 2027, que será realizada no Brasil.

REFERÊNCIAS

A História do Futebol Feminino no Brasil. **Globo Esporte**, 2019. Disponível em:
<https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino>.
Acesso em 21 out. 2025.



III EREJOR SUDESTE

Encontro Regional Sudeste
de Ensino de Jornalismo

13 e 14
NOV

Uniacademia
(Juiz de Fora, MG)

Jornalismo para um mundo em transição

BONFIM, Aira Fernandes. **Football Feminino entre festas esportivas, circos e campos suburbanos**: uma história social do futebol praticado por mulheres da introdução à proibição (1915-1941). Dissertação (Mestrado em História, Política e Bens Culturais) - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC), Fundação Getúlio Vargas (FGV). Rio de Janeiro, 217p. 2019.

COUTINHO, Iluska. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39º, 2016, São Paulo. **Anais Eletrônicos**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em 21 out. 2025.

SACCHITIELLO, Bárbara. As oportunidades geradas pelo futebol feminino na TV. **Meio e Mensagem**, 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/05/06/as-oportunidades-geradas-pelo-futebol-feminino-na-tv.html>. Acesso em 21 out. 2025.