

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA - UFU

FACULDADE DE EDUCAÇÃO

CURSO DE JORNALISMO

ÍTANA LUZIA DOS SANTOS

#RESPEITAASMINAS:

**O TWITTER DO CORINTHIANS FEMININO E A RESSIGNIFICAÇÃO DO FUTEBOL
DE MULHERES**

UBERLÂNDIA

2022

ÍTANA LUZIA DOS SANTOS

#RESPEITAASMINAS:

O TWITTER DO CORINTHIANS FEMININO E A RESSIGNIFICAÇÃO DO FUTEBOL
DE MULHERES

Monografia apresentada ao curso de
Jornalismo da Universidade Federal de
Uberlândia, como requisito parcial para
obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Nicoli Glória de
Tassis Guedes

UBERLÂNDIA

2022

ÍTANA LUZIA DOS SANTOS

#RESPEITAASMINAS:

O TWITTER DO CORINTHIANS FEMININO E A RESSIGNIFICAÇÃO DO FUTEBOL
DE MULHERES

Monografia aprovada como requisito parcial
para a obtenção do título de bacharel em
Jornalismo

Orientadora: Profa. Dra. Nicoli Glória de
Tassis Guedes

Uberlândia, 16 de agosto de 2022

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Nicoli Glória de Tassis Guedes

Prof. Dr. Vagner Matias do Prado

Prof. Dr. Nuno Manna Nunes Côrtes Ribeiro

Dedico este trabalho aos meus pais, Nilson e Joelma, e aos meus irmãos, Wandemberg e Ademilque. Ele é resultado de um sonho que vocês me deixaram viver. Também dedico a São José, o santo a quem minha mãe entregou a minha graduação antes mesmo dos resultados dos vestibulares, e a Nossa Senhora Aparecida, que me guarda e acompanha.

AGRADECIMENTOS

Primeiro, agradeço a Ítana do passado, aquela que foi criança e depois adolescente. Foram as escolhas dela que me fizeram chegar aqui. Todas as profissões que um dia ela sonhou exercer tinham sempre como critério obrigatório ter seu nome diretamente vinculado ao seu trabalho. O sonho dela era que as pessoas conhecessem e vissem por aí as palavras “Ítana Santos”. Para isso ela viajou desde estilista, dançarina, até atriz e pousou, finalmente, em jornalista. Peço aos viajantes do tempo que avisem ela que ainda não somos a famosa jornalista Ítana Santos, porém estamos trabalhando muito para isso e amando o que fazemos. Mas que pelo menos nos lugares por onde passamos deixamos a nossa marca e, com certeza, quando lembrarem do nosso nome vão lembrar do nosso trabalho.

Obrigada pequena e rebelde Ítana por todas as vezes que você brincava de apresentar um programa de TV na garagem de casa, por gostar de apresentar trabalhos na escola, escrever discursos, liderar os grupos de trabalho, amar se apresentar para grandes públicos nos palcos do teatro ou nas apresentações de ballet, por gostar de repassar conhecimento nas aulas particulares ou nos encontros da catequese, por amar uma vida corrida e atarefada desde os 12 anos, querer estar em todos os lugares e saber um pouquinho de tudo. Todas essas habilidades desenvolvidas são bem aproveitadas na nossa vida de jornalista. Até mesmo aqueles momentos que você chorava de desespero, ansiedade cansaço serviram para chegarmos aqui.

Além de nós, meu querido eu do passado, muita gente participou desse momento e merece agradecimentos. Por estar longe de casa e da família, criar amizades era uma necessidade e acabaram virando um grande presente. À Beatriz, Josias, Laura e Guilherme, meu muito obrigado pelos risos, abraços e companhia desde o início do curso. Lembrarei sempre das nossas histórias. Ao Zina, obrigada por ser tão iluminado e presente, mesmo que a distância nessa reta final de curso. Uberlândia não teria um filho mais especial que você para me presentear. Aprendi muito contigo, lembrarei de vários momentos e ainda espero viver outros. Ao Túlio, meu irmão de faculdade, obrigada por cada segundo. Você já sabe que é da família e personagem das melhores histórias que contarei aos meus filhos.

Agradeço também ao Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, seja ele o curso ou a diretoria de comunicação. Ambos foram muito importantes para a minha formação e me deu a oportunidade de conhecer e aprender com pessoas brilhantes, inteligentes e talentosas. Em especial, o professor Nuno, que integra a banca examinadora deste trabalho.

Nossas reuniões de redação e os trabalhos com o jornal Senso (In)comum eram os melhores momentos em meio aos dias tristes de pandemia que vivemos. Obrigada por não se cansar de mim desde 2019 e contrariando a lenda do Senso, ele foi capaz de construir amizades.

Quanto a professora Nicoli, minha querida orientadora, escrever esta monografia contigo foi uma decisão mais que acertada. Desde a primeira aula, durante sua apresentação e descrição da sua trajetória profissional coloquei na cabeça que precisava de você em algum dos projetos que desenvolvia na graduação. A pandemia impediu que eu criasse planos contigo, mas em compensação, o destino nos tornou parceiras no trabalho que eu mais me emocionei e me orgulhei em realizar, o meu Trabalho de Conclusão de Curso. Obrigada por ter transformado esse momento em algo leve, especial, por ter entendido minhas dificuldades e compreendido meus problemas pessoais.

Antes de finalizar, hora de agradecer a galera do esporte. Primeiro, o Ledu, que do outro lado da sala, no segundo período da graduação, me gritou perguntando se eu queria entrar para o grupo dele e criarmos um blog sobre esportes. Foi a partir dali que aflorou em mim o jornalismo esportivo. Ele, juntamente com o Léo e o Juan, foram ótimos amigos e os responsáveis por eu fazer tantos trabalhos relacionados ao esporte. Já a Allana e a Aline são as culpadas por eu mergulhar no futebol de mulheres. O convite para produzir um podcast sobre essa modalidade também me salvou da tristeza da pandemia, fez com que eu me apaixonasse ainda mais pelo Corinthians e chegasse no tema deste trabalho. Por último, agradeço o professor Vagner que aceitou o convite de participar dessa banca examinadora. Nada melhor que um especialista em esporte e gêneros para participar desse momento.

Por fim, obrigada Agência Conexões, Na Rede Esportes, Arquibancada UFU, Senso (In)comum, Tiro Livre UFU, Mulheres de Shooteiras, Grupo Narra e Fora da Caixa. Todos esses projetos contribuíram, e muito, com a minha formação nesse curso. Guardo, de cada um, muitas experiências e histórias especiais.

#RespeitaAsMinas e #VaiCorinthians!

SANTOS, Ítana Luzia dos. **#RespeitaAsMinas**: o *Twitter* do Corinthians feminino e a ressignificação do futebol de mulheres. 2022. 136 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Jornalismo, Faced, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2022.

RESUMO

O trabalho busca analisar, através do perfil da equipe feminina de futebol do Corinthians no *Twitter*, as relações estabelecidas entre as redes sociais online e o atual cenário do futebol de mulheres no Brasil, que se mostra em constante evolução, principalmente quando o assunto é a cobertura midiática desse esporte. Para isso, recupero através de alguns referenciais bibliográficos a história do futebol de mulheres no nosso país, o surgimento do jornalismo esportivo, sua aplicação, a relação entre a cobertura jornalística e o futebol de mulheres, além da inserção das redes sociais nesse espaço. Uso como percurso metodológico os conceitos e reflexões de Raymond Williams sobre estudos culturais para entender como e em que medida as narrativas do *Twitter* do Sport Clube Corinthians Paulista têm contribuído para a visibilidade do futebol de mulheres, tensionando novas formas de reconhecimento das jogadoras no cenário esportivo. A análise feita para tentar responder essa indagação pessoal se apropria de 270 *tweets* publicados pelo clube, de julho a dezembro de 2021, divididos e analisados em tópicos temáticos para entender quais estratégias de conteúdo adotadas no *Twitter* do time e como elas contribuem para a ressignificação da presença das mulheres no futebol enquanto jogadoras. Logo, o que se pode constatar com esta pesquisa é como as atletas do Corinthians são colocadas como protagonistas em todas as publicações, como o clube se preocupa em trazer ao seu público dados sobre elas nos campeonatos, carreira, além de ser um canal oficial para que os torcedores alvinegros e amantes do esporte estabeleçam conexões com as jogadoras e estejam inteirados sobre as principais informações da equipe, como condições de saúde, jogos, canais de transmissão, entre outros. Dessa forma, as narrativas adotadas nas redes sociais online, no caso deste trabalho, no *Twitter* do Corinthians feminino, têm grande relevância quando o assunto é a transformação cultural e o ganho de visibilidade pela qual o futebol de mulheres vem passando nos últimos tempos.

Palavras-chave: futebol de mulheres; redes sociais; *Twitter*; Corinthians, estudos culturais

ABSTRACT

The work seeks to analyze, through the profile of the Corinthians women's soccer team on Twitter, the relationships established between online social networks and the current scenario of women's soccer in Brazil, which is constantly evolving, especially when it comes to media coverage of this sport. For this, I recover through some bibliographic references the history of women's soccer in our country, the emergence of sports journalism, its application, the relationship between journalistic coverage and women's soccer, and the insertion of social networks in this space. I use as a methodological path the concepts and reflections of Raymond Williams on cultural studies to understand how and to what extent the Twitter narratives of Sport Clube Corinthians Paulista have contributed to the visibility of women's soccer, straining new forms of recognition of players in the sports scene. The analysis made to try to answer this personal inquiry appropriates 270 tweets published by the club, from July to December 2021, divided and analyzed in thematic topics to understand what content strategies adopted on the team's Twitter and how they contribute to the resignification of the presence of women in football as players. Therefore, what can be seen with this research is how Corinthians athletes are placed as protagonists in all publications, how the club cares about bringing to its public data about them in the championships, career, besides being an official channel for alvinegros fans and sports lovers to establish connections with the players and be aware of the main information of the team, such as health conditions, games, broadcast channels, among others. Thus, the narratives adopted in online social networks, in the case of this work, on the Twitter of the female Corinthians, have great relevance when the subject is the cultural transformation and the gain of visibility that women's soccer has been going through in recent times.

Key Words: women's football; social networks; Twitter; Corinthians, cultural studies

LISTA DE FIGURAS

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| FIGURA 1 - Prints <i>trending topics</i> Brasil no Twitter, na noite da final da Copa Libertadores 2021, relacionados ao Corinthians feminino | 52 |
| FIGURA 2 - Prints dos trending topics Brasil no Twitter, na noite da final do Campeonato Paulista 2021, relacionados ao Corinthians feminino | 54 |
| FIGURA 3 – Exemplos de tweets de datas comemorativas | 64 |
| FIGURA 4 - Dia da Consciência Negra | 65 |
| FIGURA 5 – Homenagem aos 100 jogos da Adriana | 67 |
| FIGURA 6 – Homenagem aos 100 jogos da Vic | 68 |
| FIGURA 7 – Divulgação do jogo #Grazi200 | 69 |
| FIGURA 8 - Despedida da Gabi Nunes parte 1 | 71 |
| FIGURA 9 – Despedida do elenco: Poliana e Ingryd | 73 |
| FIGURA 10 - Anúncio de renovação da Bianca Gomes e Gabi Zanotti | 73 |
| FIGURA 11 – Retweet premiação de melhor do mês do Brasileirão | 75 |
| FIGURA 12 – Informações sobre a festa do Paulistão 2021 | 76 |
| FIGURA 13 - Retweet da FIFA elogiando a Diany | 78 |
| FIGURA 14 - Retweet: Spinelli avisando da audiência | 78 |
| FIGURA 15 - Integrantes da equipe destaques na Libertadores 2021 | 79 |
| FIGURA 16 - Informes sobre a lesão e recuperação da Adriana | 81 |
| FIGURA 17 - Informes sobre as atletas do clube a serviço da seleção | 82 |
| FIGURA 18 - Informes sobre as convocações para as seleções | 83 |
| FIGURA 19 - Informes sobre os patrocínios | 84 |
| FIGURA 20 - Lembrança do último Paulistão | 86 |
| FIGURA 21 - Posts de campeão do Paulistão e da Libertadores | 86 |
| FIGURA 22 - Divulgação do público pagante | 88 |
| FIGURA 23 - Informes sobre a Libertadores | 88 |
| FIGURA 24 - Aviso do gol e o caso de racismo | 89 |
| FIGURA 25 - Retweet de uma torcedora do post com aviso de outro gol que virou símbolo contra o racismo | 90 |
| FIGURA 26 - Retweet de torcedora do post de fim de jogo contra o racismo | 91 |
| FIGURA 27 - Ações de outras equipes contra o caso de racismo sofrido pela Adriana | 92 |
| FIGURA 28 - Informes com dados estatísticos e históricos | 93 |
| FIGURA 29 - Posts de divulgação da camisa roxa | 94 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| FIGURA 30 - Divulgação das votações de gol mais bonito nas premiações do Brasileirão | 95 |
| FIGURA 31 - Resposta no tweet da jogadora divulgando a matéria | 96 |
| FIGURA 32 - Retweet das atletas na seleção torcendo pela base | 97 |
| FIGURA 33 - Retweet do post do torcedor para divulgar mais jogos | 98 |
| FIGURA 34 - Respostas ao ranking de interações | 99 |
| FIGURA 35 - Interação com outras contatas do time | 100 |
| FIGURA 36 - Posts de aniversário | 101 |
| FIGURA 37 - Informes sobre a carreira da Grazi | 102 |
| FIGURA 38 - Exaltando a Grazi | 103 |
| FIGURA 39 - Atletas campeãs 4x na Liebrta | 104 |
| FIGURA 40 - História de duas atletas | 105 |
| FIGURA 41 - Lembrança familiar do último dérbi de 2020 | 106 |
| FIGURA 42 - Entrevista com artilheiras do jogo | 107 |
| FIGURA 43 - Entrevista com destaques do jogo | 108 |
| FIGURA 44 - Divulgação das coletivas | 109 |
| FIGURA 45 - Posts com os gols da partida | 110 |
| FIGURA 46 - Posts com referência ao áculos usado por uma das atletas | 111 |
| FIGURA 47 - Retweet da capa comprada pelo patrocinador | 112 |
| FIGURA 48 - Capa do jornal Folha de S. Paulo do dia 27 de setembro | 113 |

SUMÁRIO

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1 INTRODUÇÃO | 13 |
| 2 O DESENVOLVIMENTO DO FUTEBOL DE MULHERES NO BRASIL | 19 |
| 2.1 40 anos de proibição..... | 21 |
| 2.2 Grandes nomes | 24 |
| 2.3 Rainha Marta | 28 |
| 2.4 Atual cenário do Brasil..... | 32 |
| 2.5 Corinthians | 35 |
| 3 A COBERTURA DO FUTEBOL DE MULHERES NO BRASIL | 40 |
| 3.1 O jornalismo esportivo e o futebol de mulheres..... | 42 |
| 3.2 As mídias sociais e a cobertura do futebol de mulheres | 46 |
| 3.2.1 O Twitter, o futebol de mulheres e o conceito de Tecnicidades | 50 |
| 4 JOGADORAS PROTAGONISTAS: UMA ANÁLISE DOS TWEETS DO CORINTHIANS FEMININO..... | 56 |
| 4.1 Caracterização do perfil no Twitter e do corpus de análise..... | 60 |
| 4.2 Efemérides | 62 |
| 4.3 Contrato profissional | 70 |
| 4.4 Atletas e/ou clube em destaque | 74 |
| 4.5 Informes do time | 80 |
| 4.6 Interações | 95 |
| 4.7 Valorização das atletas | 100 |
| 4.8 Narrativas testemunhais..... | 104 |
| 4.9 Entrevistas | 107 |
| 4.10 Gols..... | 109 |
| 4.11 Extras | 111 |
| 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 114 |
| REFERÊNCIAS | 118 |
| APÊNDICE | 120 |

1 INTRODUÇÃO

O futebol é o esporte do brasileiro. É o único que está toda semana nas grades televisivas, nos noticiários, na rádio e nas ruas. As crianças só precisam de um espaço vazio, dois pares de chinelos para demarcarem os gols e algo que seja possível chutar sem machucar tanto os pés para praticá-lo. Jogar e consumir futebol se consolidou ao longo do século XX como uma questão cultural em nosso país, sem contar que é um dos grandes produtos da economia nacional. Ele movimenta o setor de eventos, o comércio de vestuário, artesanatos, objetos no geral, grandes marcas patrocinadoras, além de autônomos que vivem em volta dos estádios de futebol durante as partidas. Não há Brasil, como experienciamos hoje, sem o futebol. Mas, já tentaram fazer com que existisse futebol sem mulheres no país.

De 1941 até 1983, um decreto-lei promulgado durante a Era Vargas proibiu que as mulheres praticassem esportes que não fossem compatíveis com a chamada “natureza feminina”, que era o caso do futebol, por ser considerado um esporte de muito contato e esforço físico. Foram 40 anos da nossa história em que a prática do futebol de mulheres era ilegal, mas, nem por isso elas deixaram de jogar. Contudo, esses anos na ilegalidade fizeram com que a história não fosse contada. Nem mesmo no *Google*, o maior site de buscas do mundo, é possível encontrar, com facilidade, materiais e relatos dessa época.

Mesmo que hoje não tenha mais um decreto que proíba práticas esportivas por qualquer pessoa, o futebol de mulheres ainda sofre as consequências daqueles anos. Naquela época, o problema não foi só a lei, mas todo o preconceito familiar e social que elas sofriam por praticar um esporte dito “masculino”. Atualmente, esse preconceito ainda perdura, em maior ou menor grau, e atrapalha o desenvolvimento da modalidade no Brasil. Conforme será demonstrado ao longo deste trabalho, as meninas continuam sendo desencorajadas a jogar, o mercado esportivo investe pouco se comparado à modalidade masculina e a categoria feminina de futebol sofre com a máxima de que “Futebol feminino é ruim, nem é futebol!”, “Isso não é esporte para mulher!”, “Ninguém assiste futebol feminino!”.

Exemplos disso é a Larissa Silva, mais conhecida como Lari Gol. A garota do Recife, de apenas 10 anos, ficou famosa nas redes sociais após publicar um vídeo desabafando sobre o *bullying* que sofre por gostar de jogar futebol e querer se tornar uma atleta profissional¹. Outro exemplo de descaso foi com a equipe principal feminina do Botafogo que correu o risco

¹ ALVES, Camila. **Com sonho de ser atleta, menina de 10 anos viraliza em desabafo sobre bullying por jogar futebol**. 27 jul, 2020. Disponível em: <https://ge.globo.com/pe/futebol/noticia/com-sonho-de-ser-atleta-menina-de-10-anos-viraliza-em-desabafo-sobre-bullying-por-jogar-futebol.ghtml>. Acesso em: 02 ago. 2022.

de ser desativada para corte de gastos, caso o time masculino não retornasse à elite do futebol em 2022. Isso enquanto as mulheres do clube ainda disputavam a primeira divisão nacional.²

Para os fãs e profissionais que se dedicam ao futebol de mulheres, 2019 foi o “ano da virada” no Brasil. A TV Globo transmitiu, pela primeira vez e com exclusividade, a Copa do Mundo de Futebol Feminino da Federação Internacional de Futebol (FIFA). Além de ter sido um sucesso economicamente para a empresa, que bateu dois recordes mundiais de transmissão de uma partida de futebol de mulheres, também trouxe avanço quanto ao interesse do público sobre a modalidade. De acordo com dados publicados pela FIFA, 35 milhões de brasileiros assistiram ao jogo entre a seleção canarinha e a França nas oitavas de final. Foi a maior audiência da história do torneio em todo o planeta³.

Com mais partidas sendo transmitidas, principalmente em TV aberta, e a inserção da pauta do futebol de mulheres nos principais programas esportivos, os brasileiros passaram a pesquisar mais sobre a categoria no Brasil: o histórico do esporte no país; quem eram os destaques; informações sobre campeonatos locais; entre outras buscas afins. Dados do *Google Trends* daquele ano mostram que as pesquisas por “Copa do Mundo de Futebol Feminino” alcançaram o pico durante os dias 9 e 22 de junho de 2019. Outros assuntos muito pesquisados, e de forma repentina, foram a transmissão dos jogos e a tabela da competição. A maior jogadora de todos os tempos, a “Rainha Marta”, seis vezes considerada a melhor do mundo⁴, também passou a ser mais pesquisada a partir de então, o que aponta para o seu reconhecimento tardio em seu próprio país.

Apesar da negligência histórica com a modalidade feminina, quem procurou pelos times e campeonatos de futebol de mulheres do Brasil encontrou várias respostas, com destaque para alguns clubes no auge da época como, por exemplo, Ferroviária, Corinthians, Santos, São Paulo e Avaí Kindermann. No que tange os campeonatos, o Brasileirão acontece desde 2013; a Libertadores desde 2009; e os campeonatos estaduais, sendo o Paulistão o mais antigo deles (em 2022, acontece a 30ª edição). A Copa do Mundo parece ser o que o Brasil precisava para passar a olhar para o “seu quintal”. De lá para cá, o futebol de mulheres ganhou um novo

² RIBEIRO, Emanuelle. **Botafogo encerra atividades do time sub-18 de futebol feminino**. 05 mai, 2021. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/botafogo-encerra-atividades-do-time-sub-18-de-futebol-feminino.ghtml>. Acesso em: 02 ago. 2022.

³ TV. **TV: Brasil x França registra maior audiência da história da Copa feminina**. 28 set, 2019. Disponível em: <https://placar.abril.com.br/placar/tv-brasil-x-franca-registra-maior-audiencia-da-historia-da-copa-feminina/>. Acesso em: 02 ago. 2022.

⁴ PELA. **Pela sexta vez, Marta é eleita a melhor jogadora de futebol do mundo**. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/09/pela-sexta-vez-marta-e-eleita-a-melhor-jogadora-do-mundo.shtml#comentarios>. Acesso em: 02 ago. 2022.

fôlego, com mais visibilidade, virou assunto, notícia e está crescendo enquanto mercado, aumentando o profissionalismo esportivo, conforme discutiremos ao longo deste trabalho.

Como exemplo, temos a profissionalização dos contratos das atletas do Corinthians em janeiro de 2020. A atitude foi pioneira no país. Até então, as jogadoras não tinham vínculo empregatício com o clube, somente acordos de prestação de serviços durante a temporada. Com a mudança, elas passaram a ter contratos semelhantes aos dos homens, com direito à multa rescisória, direitos de imagem e correção de valores para Brasil e exterior.⁵

Foi também em 2020, que o futebol de mulheres bateu seu primeiro recorde de audiência em transmissão entre os clubes brasileiros. Ainda com imagens sendo transmitidas pela conta do Brasileirão Feminino no *Twitter*, a partida entre Corinthians e Palmeiras pela semifinal do campeonato contou com mais de 1,6 milhões de visualizações. Os números impulsionaram a busca dos canais de televisão para a cobertura dos jogos no próximo ano. Em 2021, o canal Bandeirantes transmitiu pelo menos um jogo por rodada e a final daquele ano, que novamente contou com um dérbi paulista, Corinthians e Palmeiras. O canal viu sua audiência alcançar uma média de 5,2 pontos no Ibope da Grande São Paulo, com picos de 6,1. Com a transmissão do torneio, a Band registrou um aumento de 80% de audiência durante os horários dos jogos e foi a melhor noite da emissora.⁶

Mesmo com toda evolução da modalidade e procura do público, ainda não é fácil encontrar informações e coberturas jornalísticas sobre o futebol de mulheres nos veículos tradicionais. A dificuldade também recai sobre a tentativa de acompanhar as partidas. Enquanto a grande mídia ainda estuda e caminha no seu ritmo na questão da cobertura dos campeonatos, os aplicativos de redes sociais estão sendo a saída dos clubes e criadores de conteúdo para suprir essa lacuna. Mas qual a efetividade das redes sociais na crescente do futebol de mulheres? Ela está sendo mesmo só essa válvula de escape, uma forma de chegar onde a mídia tradicional não chega ou o trabalho que é desenvolvido nesses espaços está forçando mudanças no cenário do esporte brasileiro? São algumas das questões que reverberam ao longo deste trabalho, sem respostas conclusivas.

⁵ CANHEDO, Ana. **Futebol feminino: Corinthians opta por profissionalizar vínculo de todas as suas atletas; entenda.** 16 jan, 2020. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/futebol-feminino-corinthians-opta-por-profissionalizar-vinculo-de-todas-as-suas-atletas-entenda.ghtml>. Acesso em: 02 ago. 2022.

⁶ POLI, Maria Victoria. **Histórico Corinthians x Palmeiras mostra alta do futebol feminino no Brasil.** 27 set, 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2021/09/27/setembro-perfeito-o-corinthians-x-palmeiras-que-faltava-para-a-historia.htm#:~:text=No%20primeiro%20jogo%20da%20final,faixa%20noturna%20com%20o%20Brasileir%C3%A3o>. Acesso em: 02 ago. 2022.

Para responder a essas e outras inquietações, adotamos como referência o perfil no *Twitter* do Sport Clube Corinthians Paulista. A equipe feminina do time da cidade de São Paulo é uma das que estão no auge desde que o futebol de mulheres voltou a ser assunto, após a Copa de 2019. O time teve o departamento feminino reativado em 2016, em parceria com o Audax. No mesmo ano ganharam o primeiro título de 11 que acumulam até hoje com a retomada do projeto. As conquistas foram a Copa do Brasil (2016), Copa Libertadores (2017, 2019, 2021), Campeonato Brasileiro (2018, 2020, 2021), Campeonato Paulista (2019, 2020, 2021) e, recentemente, a Supercopa do Brasil (2022). Vale ressaltar que a parceria com o Audax foi encerrada em 2018 e o clube assumiu inteiramente o comando da equipe.

Mesmo que o time seja poucos anos mais antigo que a Copa do Mundo de 2019 - evento que consideramos como marco para a visibilidade da modalidade no Brasil - somente em 2019 a conta do *Twitter* do clube foi criada, sendo ela um perfil exclusivamente da equipe feminina, assim como ocorre em outras plataformas (*Facebook* e *Instagram*). O clube foi um dos primeiros a criar esses canais exclusivos. Por isso, o consideramos como objeto emblemático para compreender “como e em que medida as narrativas do *Twitter* do Sport Clube Corinthians Paulista têm contribuído para a visibilidade do futebol de mulheres, tensionando novas formas de reconhecimento das jogadoras no cenário esportivo?”

A escolha para desenvolver esta pesquisa parte de uma paixão e interesse pessoal. Acompanhar o futebol de mulheres do Brasil fez parte da minha rotina durante 2021. De março a dezembro, produzi semanalmente um podcast sobre a temática, totalizando 39 episódios⁷. Para isso, foram horas consumindo informação e acompanhando partidas entre clubes e seleções. Além disso, como entusiasta do jornalismo esportivo, acompanho algumas competições, pratico esportes e torço por clubes esportivos. Assim, fazer uma análise sobre as redes sociais da equipe feminina de futebol do meu clube do coração foi só uma forma de aglutinar várias paixões: o Corinthians, as redes sociais *online* e o futebol de mulheres.

Durante esse ano em que experienciei a fundo a produção de conteúdo sobre o futebol de mulheres, percebi os sites de redes sociais, principalmente o *Twitter*, debatem muito mais o assunto do que outros meios de comunicação. Principalmente, quando os próprios clubes e/ou confederações, bem como as competições, possuem um perfil próprio para a categoria. Seguido dele, há o *Instagram* e o *Facebook*. Os três juntos fazem com que a modalidade tenha um crescimento notável na pauta de assuntos da sociedade, enquanto a mídia tradicional,

⁷ Todos os episódios do podcast Mulheres de Shooteiras estão disponíveis de forma online e gratuita no canal do Tiro Livre UFU no Spotify

independentemente de suas plataformas, não aborda a temática com a mesma constância, conforme também será evidenciado ao longo deste trabalho.

No cenário acadêmico, o levantamento exploratório realizado para esta pesquisa demonstrou que poucas são as produções relacionadas às possíveis contribuições das redes sociais *online* como um dos elementos que têm reverberado na crescente do futebol de mulheres no Brasil. Algumas analisam a produção de jornais impressos, canais televisivos e sites, mas sempre em épocas específicas de grandes competições, como Olimpíadas e Copa do Mundo. Nenhuma delas se debruçam, de fato, sobre um clube do país e não encontramos nada sobre o uso das mídias sociais. Além disso, todas partem da cobertura dos veículos de comunicação de referência brasileiros. Este trabalho, por sua vez, toma como base a produção de conteúdo do clube, como um movimento para cobrir a falta de visibilidade da grande mídia e se tornar protagonista de suas próprias narrativas.

Quanto à relevância social, acreditamos que esta pesquisa contribui na discussão de como a repercussão do assunto nas redes sociais *online* podem promover significados e apropriações mais alteras no que diz respeito à atuação das mulheres no futebol nacional. Esse debate, de modo mais amplo, se relaciona às lutas feministas por legitimidade e equidade, nos espaços públicos. Portanto, reconhecemos esta pesquisa como um gesto político e destacamos a necessidade de demarcar o feminino quando falamos de futebol, no enfrentamento do pensamento hegemônico enraizado culturalmente no Brasil de que o futebol é um esporte masculino. Então, sempre que falamos futebol logo já se liga aos homens, algo que não é comum aos outros esportes. No vôlei, natação, tênis, entre outros, é comum vermos o destaque do sexo da categoria, mas só o futebol é tratado como futebol x futebol feminino.

Reivindicamos que não há um futebol e um futebol feminino. Ambos são o mesmo esporte, porém, performados por sujeitos diferentes. Por isso, neste trabalho, quando nos referimos à categoria feminina de futebol, adotamos o termo futebol de mulheres. É notável que essa discussão também aconteça em outros espaços e mais pessoas se atentem a esse detalhe. Como exemplo, citamos a narradora Isabelly Moraes, do canal Bandeirantes. Pudemos observar que no primeiro jogo de retorno do Campeonato Brasileiro, em 2022, ela adotou o uso de futebol de mulheres durante a transmissão, ao invés de usar o futebol feminino, algo que corriqueiramente ela usava durante a cobertura da temporada passada.

A reflexão que Simone de Beauvoir faz em seu livro “O segundo sexo” (2009) sobre como as mulheres precisam sempre fazer a demarcação do seu espaço, enquanto o homem é tido como categoria universal e referência majoritária nos ajuda a refletir sobre essa questão. O homem historicamente tem ocupado o lugar principal, como no caso do futebol, enquanto a

mulher é o outro, o estranho, que precisa ser referido. Não é necessário nem sairmos de casa para vermos isso. Basta abrir uma aba do *Google Docs*, como fiz durante minha trajetória neste trabalho, e escrever sobre esporte e mulheres. Toda vez que usamos as palavras “as atletas”, “goleadora”, a ferramenta indica a correção para as palavras no masculino.

Isso também acontece quando pesquisamos algum jogo entre seleções. Num dado momento, durante a fase inicial da presente pesquisa, foi necessária a busca de informações sobre uma partida que aconteceu entre Brasil e Peru, no dia 23 de junho de 2019. O buscador do *Google*, primeiramente e em maior volume, trouxe informações sobre a disputa entre os mesmos países, mas no dia anterior, na categoria masculina que participava de uma outra competição, alheia à qual buscávamos. É por esses e por outros silenciamentos cotidianos, os quais reconhecemos como formas de violência simbólicas, que assumimos como missão eticamente engajada analisar a produção de conteúdo do Sport Clube Corinthians Paulista durante os meses de junho a dezembro da temporada 2021 e, em alguns momentos, suas possíveis interlocuções com a produção de conteúdo sobre futebol de mulheres no circuito midiático tradicional.

Para isso, revisamos a bibliografia sobre a relação entre o futebol de mulheres e a cobertura da midiática, verificando nesse percurso o crescimento ou não da cobertura midiática de temáticas ligadas ao futebol de mulheres no circuito jornalístico de referência no país. Também mapeamos os principais temas trabalhados pelos veículos tradicionais, a partir da interface com o perfil nas redes sociais *online* do clube e suas principais jogadoras, apontando os possíveis desdobramentos que a crescente visibilidade do futebol de mulheres tem tido no circuito social, no que diz respeito à promoção do esporte e da carreira das jogadoras. Visamos assim, percorrer uma perspectiva historicizada sobre o futebol de mulheres no Brasil, com vista a compreendermos os diálogos possíveis entre o jornalismo esportivo e as redes sociais *online*. Em suma, somos instigadas pela busca constante de construção de uma sociedade que compreenda as mulheres, de fato, como sujeitos e protagonistas de suas próprias narrativas.

2 O DESENVOLVIMENTO DO FUTEBOL DE MULHERES NO BRASIL

O Brasil, chamado “país do futebol” pela sua história com esse esporte, deveria acrescentar mais uma palavra a esse título: Brasil, “o país do futebol de homens”. O esporte mais popular do país, o mais midiático, bem pago, que no imaginário social é integrante da identidade nacional, não trata como igual as categorias de sexos diferentes. Como exemplo, temos algumas premiações de campeonatos que os times brasileiros participam. O Campeonato Paulista, a mais antiga competição estadual e com maior nível técnico, em 2021, premiou o campeão do masculino, o São Paulo, em R\$ 3,5 milhões, enquanto o vencedor do feminino, Corinthians, recebeu R\$ 90 mil⁸. Outra competição que podemos usar de comparativo é a Copa Libertadores, principal torneio do continente, em que os homens receberão na edição de 2022, R\$ 91,6 milhões de dólares, enquanto as mulheres campeãs da América irão faturar R\$ 1,5 milhões.⁹

Por mais que a prática, as regras, até a maioria dos clubes e todo o cenário das disputas sejam os mesmos, tanto para homens quanto para as mulheres, a disparidade de reconhecimento entre as categorias do futebol é grande. Segundo Silvana Goellner (2005, p. 150) - defensora de que no Brasil o futebol é discursivamente incorporado à identidade nacional - para as mulheres, esse esporte é “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”.

O início do futebol praticado por homens e mulheres no Brasil possui uma lacuna de quase 100 anos entre eles, que hoje “reflete a exclusão histórica das mulheres não somente como sujeitos de direitos, mas também como sujeitos históricos” (BROCH, 2021, p. 695). Ademais, há também uma disparidade enorme de perfil dos jogadores para além das questões de gênero. O futebol masculino começou com os homens da elite paulista e carioca, aristocratas, que trouxeram essa cultura ao retornarem da Inglaterra, país onde nasceu o futebol. Os homens de classe mais popular, do setor operário, no primeiro momento eram excluídos do futebol, demarcando assim relações de classe e renda díspares e excludentes.

⁸ PETROCIOLO, Carlos. **Corinthians e São Paulo brigam pelo Paulista e o prêmio de R\$ 90 mil**. 7 dez, 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2021/12/corinthians-e-sao-paulo-brigam-pelo-paulista-e-o-premio-de-r-90-mil.shtml#:~:text=A%20Federa%C3%A7%C3%A3o%20Paulista%20de%20Futebol,R%24%201%2C1%20milh%C3%A3o>. Acesso em: 2 ago. 2022.

⁹ CONMEBOL. **Conmebol aumenta prêmio da Libertadores e Sul-Americana**. 20 dez, 2021. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/futebol/conmebol-aumenta-premio-da-libertadores-e-sul-americana,672a67339d20bcd07e72de0d30282432kxdjs954.html>. Acesso em: 2 ago. 2022.

Mas, pela dificuldade em formar times com integrantes da alta sociedade, os compatriotas da empresa passaram a serem convidados. Os jogadores-operários passaram a ter alguns privilégios, como conta Heloisa Bruhns em seu livro “Futebol, Carnaval e Capoeira - Entre as gingas do corpo brasileiro” (2000). Contudo, mesmo saindo mais cedo do trabalho em dia de jogo, recebendo demandas mais leves para poder guardar as energias para as partidas, a dupla jornada e o desconto da folha salarial de todos os funcionários, sendo do time ou não, para manter o clube da empresa começaram a gerar incômodos.

O sindicato dos trabalhadores passou a considerar o futebol como um “esporte burguês” e que ele era o ópio da união da classe. Com o argumento que a luta trabalhista estava se enfraquecendo e desvirtuando, os sindicalistas, em conjunto com alguns grupos de tendência comunista, alteraram a forma de atuação e tentaram organizar uma outra opção de lazer para os operários que servisse para contrapor com a “cultura burguesa”. Todavia, a resistência desses grupos perdeu força quando reconheceram a popularização do esporte e como ele foi adotado simbolicamente pela classe trabalhadora.

Já as mulheres, que passaram a praticar esse esporte alguns anos depois, normalmente eram das periferias e herdaram dos colegas de futebol o comportamento considerado agressivo que passou a ser malvisto pela sociedade, já que tais atitudes não condiziam com o padrão predominante presente no imaginário social em torno de qual seria o perfil feminino ideal da época. Grosseiras, sem classe e malcheirosas. Assim eram vistas aquelas que praticavam o esporte no período, de acordo com Bruhns (2000). Tais insultos só serviam para reforçar os estigmas que aquelas mulheres periféricas, que já viviam à margem da sociedade, tinham perante a elite brasileira. Para a alta sociedade do país, no futebol, o lugar das mulheres era limitado a assistir e torcer pelos seus maridos, além de cuidar da educação esportiva de seus filhos.

Em virtude dos modos ditos “grosseiros” apresentados em campo, como brigar, dar pontapés e cuspir no chão (talvez formas de comportamento desenvolvidas pelas jogadoras para se sentirem aceitas, uma vez que o esporte se caracterizava como um domínio masculino), as atletas logo foram adjetivadas de “machonas”, “paraíbas”, etc. Se o futebol é considerado um espaço ameaçador, de brigas, marginal, coloca-se no domínio masculino, pois aí se exercita o confronto com a polícia, no qual se afirma tanto a superioridade masculina (constantemente cobrada pela sociedade), quanto a marginalidade. Nesse quadro, a jogadora é desqualificada (até pelos companheiros de classe): se está ali, igualmente pertence ao mundo perigoso e marginal, sendo assim identificada. Isso explica, pelo menos em parte, as dificuldades encontradas pelo futebol feminino quando de sua implantação (BRUHNS, 2000, p. 75).

Os primeiros registros que temos de futebol jogado por mulheres no Brasil surgiram nos anos de 1920. Os circos da época organizavam partidas femininas de futebol como uma performance, um *show* a ser apresentado para o público. Ou seja, pensar em futebol de mulheres nessa época não era pensar na disputa, algo essencialmente esportivo, que poderia levar ao reconhecimento feminino pelo talento com a bola no pé e a profissionalização, mas sim como uma ação incomum, algo espetacular que elas poderiam fazer e que geraria entretenimento a quem assistisse.

Outros jogos também foram organizados com o intuito de ser um evento beneficente, mas nada que chegasse aos moldes de uma partida séria de futebol. Alguns deles ainda contavam com a máxima de espetacularizar o corpo feminino, tomando-o como um objeto e não como um sujeito de desejo e ação. A verdadeira atração era ver belas pernas, corpos “delicados” jogando futebol. Com isso, a prática entre mulheres era distanciada de clubes ou grandes ligas. O cenário desse esporte no Brasil só passou a ter mudanças significativas em 1940, quando houve os primeiros jogos entre mulheres no Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho, o famoso Pacaembu, na capital paulista. Porém, o que era para ser uma conquista e um passo importante para a modalidade rumo ao seu desenvolvimento acabou se tornando um fato polêmico. Foi nessa época que surgiu a lei de proibição da prática do futebol por mulheres, e alguns outros esportes.¹⁰

2.1 40 anos de proibição

Para além do preconceito com as mulheres que praticavam futebol, considerando-as como marginais e que moças de “boa família” não se misturavam com jogadoras de futebol, a sociedade da época também influiu a ideia de que esse esporte não era saudável para o público feminino. Mas, mais preocupante que isso, é que a ideia ainda teve respaldo de profissionais da área. Ordens médicas, chanceladas por uma resolução do Conselho Nacional de Desportos (CND), um órgão voltado para os esportes e hoje extinto no Brasil, desaconselhavam que a mulher praticasse esportes de esforços intensos e de contatos violentos. Tudo isso na justificativa que eram medidas para preservar a prole humana. “A falta de estudos relacionados ao conhecimento fisiológico da mulher no esporte possibilitou diversas

¹⁰ BAGATINI, Olga. **Proibição de jogar, há 80 anos, atrasou a história das mulheres no futebol**. 18 abr, 2021. Disponível em: <https://exame.com/bussola/proibicao-de-jogar-ha-80-anos-marcou-historia-das-mulheres-no-futebol/>. Acesso em: 3 ago. 2022.

especulações que deram origem aos preconceitos e barreiras que inibiam a prática feminina” (MOREL; SALLES, 2006, p. 1).

Dispositivos como esse alimentaram ainda mais o decreto que proibiu as mulheres brasileiras de jogarem futebol. No dia 14 de abril de 1941, Getúlio Vargas, em seu primeiro mandato na presidência do Brasil, o Estado Novo, assina o Decreto Lei 3.199/1941 que proibia as mulheres de praticarem esportes “não compatíveis com a sua natureza feminina”. O decreto vigorou até 1975. Praticamente dez anos antes do seu fim ele foi regulamentado pelo CND, que através da Deliberação 7 estipulava a “não permissão à prática feminina de lutas de qualquer natureza, futebol, futebol de salão, futebol de praia, pólo, halterofilismo e baseball”.

A participação feminina no futebol se deu de maneira extremamente restrita em relação aos homens no início do século XX, pois elas enfrentaram não somente o estigma relacionado a execução de algumas práticas esportivas, como também a obstrução de sua participação de fato em determinados esportes, que ia além de uma mera projeção pessoal, significando uma repressão institucionalizada. Havia uma pressão moralista na proibição do futebol, e neste sentido, faz-se necessário ressaltar um dos muitos modos de execução de atos de resistência por parte das mulheres, pois apesar da proibição imposta, o Estado não tinha controle efetivo, e então as mulheres jogavam futebol em locais tais como as periferias ou em campos de várzea, de modo amador ou até mesmo clandestino. Essas foram as mulheres que possibilitaram que o futebol feminino se mantivesse vivo. Ademais, cabe ressaltar os reflexos da Ditadura Militar na execução da prática do futebol feminino. Isso porque em 1965, o Conselho Nacional de Desportos aprovou a deliberação número 7, que registrava a não permissão por parte das mulheres para praticar alguns esportes como o futebol de praia, futebol, pólo aquático, rugby e halterofilismo. Esta foi a época mais severa em relação à proibição para as mulheres, sendo que algumas chegaram a ser presas ao descumprir tal normativa (BROCH, 2021, p. 701).

Mesmo com a proibição, as mulheres não renunciaram ao futebol. Nesse meio tempo de vigor do decreto, o Brasil teve a criação do seu primeiro clube feminino, o Araguari Atlético Clube. A formação do time aconteceu em 1958 com a seleção de 22 mulheres para um jogo beneficente em dezembro daquele ano. O time realizou vários jogos em cidades de Minas Gerais, Goiânia e Salvador, mas em meados de 1959 a equipe foi desfeita ao sofrer pressão dos religiosos mineiros. “Possivelmente os precursores do futebol no Brasil, que estavam acostumados a ver as mulheres apenas nas arquibancadas, enfeitando seus eventos, não poderiam imaginar que o espaço dentro do campo, estritamente masculino, seria conquistado por elas” (MOREL; SALLES, 2006, p. 1).

Os quase 40 anos de proibição do futebol de mulheres ainda impactam no esporte nacional. No Brasil, essa categoria não conseguiu se desenvolver como aconteceu nos Estados Unidos, Europa e na China. As mulheres, que já começaram 100 anos mais tarde que os

homens, ainda sofrem com o preconceito que já foi criado naquela época e carregam esse hiato de quatro décadas no desenvolvimento da modalidade. Por isso, apontamos que comparar o futebol feminino com o masculino é um erro. Além da disparidade no tempo de existência e desenvolvimento, elas demoraram a receber atenção dos grandes clubes, federações e da mídia. A experiência deles com o futebol é extremamente diferente e a fragilidade que as mulheres futebolistas possuem hoje enquanto esporte e produto midiático é, em grande medida, “fruto da modificação do silenciamento quanto a sua existência [futebol de mulheres], da repressão, e até mesmo da criminalização a que estavam submetidas.” (BROCH, 2021, p. 702)

Mesmo com o fim da lei que proibia a prática do futebol por mulheres, em meados de 1980, o futebol de mulheres continuava sofrendo preconceito e enfrentava dificuldades para se desenvolver no cenário nacional. Mas, alguns avanços começaram a surgir de forma a caminhar para o crescimento do esporte e reconhecimento das mulheres como atletas profissionais. Três anos depois a modalidade passou a ser regulamentada, criaram-se calendários de jogos femininos, surgiram os primeiros clubes competitivos e a FIFA e a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) passaram a se movimentar na organização de competições e times femininos.

Em 1988, a FIFA realizou na China um campeonato Mundial em caráter experimental e o Brasil enviou uma equipe representante. A seleção brasileira nesta competição tinha como base os elencos do Radar, do Rio de Janeiro, e o Juventus, de São Paulo, dois times competitivos da época. Como uma equipe feminina nunca foi prioridade do futebol brasileiro, as brasileiras não receberam um uniforme confeccionado para elas jogarem. Viajaram para disputa com sobras das roupas do elenco masculino. Não só daquela vez como em outras ocasiões. Mas, independentemente do descaso, as mulheres da nossa seleção voltaram para casa com a medalha de bronze após decidirem o último jogo nos pênaltis, num torneio em que outros 11 países participaram. Vale ressaltar que essa equipe feminina da CBF surgiu praticamente 70 anos depois da masculina.¹¹

Daí em diante, novas competições à nível continental e internacional foram surgindo. Em 1991, aconteceu no Brasil, em Maringá, no Paraná, a realização do 1º Campeonato Sul-Americano de Futebol de Campo para mulheres e a seleção brasileira foi campeã invicta. Quatro anos depois, em 1995, acontece a segunda edição do campeonato, mas em solo

¹¹ TARRISSE, Ana. **A história do futebol feminino no Brasil**. Disponível em: [https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino#:~:text=Em%201988%2C%20a%20Fifa%20realizou,feminino%20do%20pa%C3%ADs%20naquele%20momento](https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino#:~:text=Em%201988%2C%20a%20Fifa%20realizou,feminino%20do%20pa%C3%ADs%20naquele%20momento. Acesso em: 3 ago. 2022). Acesso em: 3 ago. 2022

mineiro, na cidade de Uberlândia. O Estádio Municipal Parque do Sabiá, que completou 40 anos de fundação em 2022, foi o palco do bicampeonato do Brasil que novamente subiu ao topo do pódio invicto.

A expectativa deste período era de que se consolidaria a presença da mulher no futebol devido aos bons resultados nos campeonatos sul-americanos, nos Jogos Olímpicos, e também a implantação dos campeonatos mundiais pela FIFA. Estes eventos indicavam que haveria um maior interesse do público, da mídia, bem como de empresas patrocinadoras. Todavia, este crescimento não se confirmou, pois o aumento no número de praticantes não provocou o interesse da mídia, indispensável para o crescimento e expansão do futebol feminino. Entretanto, a tendência internacional, no final da década, é inversa ao que ocorre no Brasil. (MOREL; SALLES, 2006, p. 1)

A primeira Copa do Mundo de Futebol Feminino da FIFA aconteceu em 1991. Desde então, o Brasil participa da competição, assim como das Olimpíadas. Os Jogos de Atlanta, em 1996, foi a primeira edição olímpica a contar com o futebol de mulheres. Nossa seleção canarina viu a medalha de bronze escapar para a Noruega, mas o país pôde ver nascer naquele time grandes nomes do futebol nacional. Mulheres que são consideradas gigantes à nível mundial, mas que na época não foram valorizadas para a criação de uma identidade nacional com o futebol de mulheres.

2.2 Grandes nomes

Já que o Brasil não quis dar espaço e atenção a suas atletas de futebol, outros países pelo mundo deram. Nós brasileiros vimos muitas das nossas jogadoras virarem estrelas, mas lá fora. Na primeira seleção olímpica, o Brasil já apresentava nomes que seriam grandes estrelas e ícones da categoria, como é o caso da Sissi, Pretinha, Roseli, Formiga e outras mulheres¹². As três primeiras e a Kátia Teixeira são quatro jogadoras que foram integradas em equipes que jogavam a Liga Norte-Americana de Futebol Feminino (WUSA), uma das competições mais fortes até os dias atuais.

Elane dos Santos, zagueira. É dela o primeiro gol do Brasil em competições da FIFA. Após um cruzamento da Sissi no jogo contra o Japão, no Torneio da China, a goleira japonesa resvala na bola que cai nos pés de Elane e finaliza a jogada dentro do gol. A zagueira

¹² MAQUIAVELI, Giulia. **A primeira grande geração do futebol feminino brasileiro faz sua última dança.** 22 jul, 2021. Disponível em:

participou de três Copas do Mundo (1991, 1995, 1999) e se aposentou em 2005. Ela também já participou de sul-americanos e olimpíadas, mas como ficou sem opções de onde jogar quando o clube que atuava acabou com a equipe feminina, Elane, ex-capitã da seleção, pendurou as chuteiras e tornou-se motorista de ônibus no Rio de Janeiro.¹³

Sisleide Lima, a meia-atacante Sissi. A primeira ídolo brasileira do futebol de mulheres, uma das grandes goleadoras da época, chamada pelos jornais como “a artilheira que tem fome de gol” e é inspiração para as craques Cristiane e Marta. Integrou a primeira seleção brasileira, no Torneio da China, e ao voltar para o Brasil foi convidada para jogar no Corinthians. O futebol de campo ainda não era muito valorizado no clube, a jogadora passou a atuar na equipe de futsal para complementar seu salário de R\$ 4000,00 por mês. Na única temporada que ficou por lá, foi campeã da Taça São Paulo. Seus 15 gols no time alvinegro a deixou atrás somente da companheira Roseli, artilheira com 23 tentos marcados.

Na seleção ela disputou duas Copas do Mundo (1995 e 1999), duas Olimpíadas (1996 e 2000) e de um Sul-Americano (1995). Suas atuações com a camisa verde e amarela foram de destaque. Ela comandou o time brasileiro na Copa de 1999, levando a equipe ao terceiro lugar e conquistando a chuteira de ouro da competição, como artilheira do torneio, e o título de rainha das cobranças de falta. Outro momento marcante de destaque no time foi na vitória por 8 a 0 contra a equipe da Argentina no 2º Campeonato Sul-Americano. Sissi marcou quatro gols naquela partida disputada em Uberlândia.¹⁴

Hoje, Sissi é técnica no futebol de mulheres dos Estados Unidos, onde mora há muito tempo e encontrou uma forma de viver do futebol, já que no Brasil não foi valorizada. Além de artilheira nata, Sissi também é referência na quebra de tabus quanto às mulheres no futebol. Conhecida por ter uma “língua de serpente”, ela sempre deixava claro sua insatisfação quando os repórteres a abordavam, nos pós jogos, querendo saber se ela tinha namorado, ao invés de questionar sobre a partida. O fato de fazerem o contrário com os atletas homens a incomodava. Também deixava claro que preferia ver futebol a assistir novela na televisão e gostava de cortar o cabelo curtinho, algo considerado incomum para mulheres na época. Por fim, ela afirmava que sua sexualidade era uma questão íntima e não devia satisfação.

Transgressoras ou não, as mulheres há muito estão presentes no futebol brasileiro. Vão aos estádios, assistem campeonatos, acompanham o

¹³ OLIVEIRA, Felipe. **Ex-capitã da seleção brasileira vira motorista de ônibus no Rio de Janeiro**. 17 mai, 2015. Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/esporte/2015/05/1630038-ex-capita-da-selecao-brasileira-vira-motorista-de-onibus-no-rio-de-janeiro.shtml>. Acesso em: 05 ago, 2022.

¹⁴ PINHEIRO, Ester. **Sisleide do amor: a primeira estrela do futebol feminino no Brasil**. 6 nov, 2020. Disponível em: <https://blogfca.pucminas.br/colab/sisleide-do-amor-a-primeira-estrela-do-futebol-feminino-no-brasil/>. Acesso em: 05 ago, 2022.

noticiário, treinam, fazem comentários, divulgam notícias, arbitram jogos, são técnicas, compõem equipes dirigentes... enfim, participam do universo futebolístico e isso não há como negar. Certamente algumas destas mulheres transgridem ao que convencionalmente se designou como sendo próprio de seu corpo e de seu comportamento, questionam a hegemonia esportiva masculina historicamente construída e culturalmente assimilada e enfrentam os preconceitos e também as estratégias de poder que estão subjacentes a eles. (GOELLNER, 2005, p. 149)

Delma Gonçalves, meia-campista Pretinha. Participou, pela seleção brasileira, de quatro Copas do Mundo (1991, 1995, 1999 e 2007) e quatro Olimpíadas (1996, 2000, 2004 e 2008). Com a camisa canarina foi medalha de prata nas edições olímpicas de 2004, em Atenas, e 2008, em Pequim. Já a douradina conquistou apenas nos Jogos Pan-Americanos do Rio, em 2007. Ela é uma das jogadoras que participou da criação da WUSA, em 2001.

No Brasil, jogou pelo Vasco de 1993 até 2000. Por lá é uma das referências da categoria feminina. É a artilheira do clube em jogos oficiais, com pelo menos 62 gols. Como representante vascaína na seleção brasileira, é a maior goleadora do time cruzmaltino entre homens e mulheres ao contabilizar 44 gols. Além disso, também na história do Vasco, é ao lado de Felipe a atleta mais vitoriosa em títulos nacionais. São três títulos para cada. Foi também através dos números de Pretinha que o Vasco se tornou o primeiro clube do mundo a ter a artilharia das Olimpíadas nas duas categorias. Em 1996 Pretinha foi a artilheira com quatro gols e em 1988 Romário foi o maior goleador da competição. Hoje, ela é auxiliar técnica da equipe adulta das Meninas da Colina.¹⁵

Rosana dos Santos, lateral-esquerda ou meia. É uma das atletas com maior diversidade de títulos da história mundial. Pelo Brasil foi medalha de prata nos Jogos Olímpicos de Atenas, 2004, e Pequim, 2008. Prata nos Jogos Pan-Americanos de Guadalajara, 2011, e ouro no Rio de Janeiro, 2007. Vice-campeã da Copa do Mundo de 2007 e campeã do Sul-Americano de 2010. Na sua passagem pelos clubes internacionais venceu a *Champions League* pelo Lyon, da França, um dos expoentes da categoria até hoje. Outros títulos no exterior: WUSA, Copa da França e o Campeonato Austríaco. Pelos times brasileiros foi campeã, com o São José, da Libertadores e do Mundial de Clubes, organizado pela Associação de Futebol do Japão (JFA) em 2014. No Santos, campeã Paulista e vice da Libertadores, enquanto no Corinthians venceu só a competição continental. Em 2018

¹⁵ NEWSCOLINA. **Feminino: veja os números da carreira de Pretinha, nova auxiliar do Vasco.** 27 fev, 2022. Disponível em: <https://www.netvasco.com.br/n/286965/feminino-veja-os-numeros-da-carreira-de-pretinha-nova-auxiliar-do-vasco>. Acesso em: 05 ago. 2022

anunciou aposentadoria dos gramados, chegou a retornar no ano seguinte para defender a Ferroviária, mas hoje atua como técnica da equipe feminina do Red Bull Bragantino.¹⁶

Cristiane Rozeira, a centroavante Cris. A maior artilheira em Jogos Olímpicos em ambos os gêneros, feito alcançado nas Olimpíadas de 2016, no Rio de Janeiro, quando marcou seu 14º gol na competição. Precisou lutar contra o preconceito no início da carreira, assim como tantas outras mulheres. A própria mãe não a apoiava dizendo que ela precisava procurar uma “profissão de mulher”. Mal sabia que estava tentando desencorajar a mulher que foi indicada duas vezes à categoria “melhor jogadora do mundo” e ficou no top 3 em ambas, 2007 e 2008. Quem venceu foi sua compatriota Marta, com quem atuou junto pelo Brasil algumas vezes e formaram, com Formiga, o trio de prata. Cris jogou em vários clubes paulistas e tem passagens pela França, Suécia, Estados Unidos, China e Alemanha, país que conquistou seu primeiro título profissional, sendo campeã da Bundesliga.

Suas maiores vitórias são com a camisa da seleção. Com o Brasil foi campeã dos Jogos Pan-Americanos do Rio, em 2007, de Toronto, em 2015, e três vezes da Copa América, em 2010, 2014 e 2018. Nos Jogos Olímpicos, medalhista de prata em 2004, em Atenas, e de 2008, em Pequim. Em Copas do Mundo, Cris não possui nenhuma premiação, mas, na última edição, 2019, na França, no primeiro jogo do Brasil, contra a Jamaica, o placar foi todo dela. A centroavante marcou um *hat-trick* com gols de todas as formas: de cabeça, carrinho e cobrança de falta. Foi uma partida para encantar os olhos dos torcedores com tamanho talento da jogadora e colocar seu cabeceio no “manual de gols de cabeça”, como diziam os comentaristas na transmissão da TV Globo.¹⁷

Hoje, ela está novamente no Santos, equipe que defendeu em 2009 e 2011. No clube, já foi campeã duas vezes da Copa Libertadores, com gol nas duas finais. Pela seleção brasileira ela não atua mais desde a chegada da técnica Pia Sundhage. Por isso, recentemente, a centroavante passou a integrar o time de comentaristas da TV Globo, estreando nos Jogos Olímpicos de Tóquio, em julho de 2021, para comentar o futebol de mulheres.

Miraildes Mota, a volante Formiga. Foi duas vezes vice-campeã olímpica, um vice mundial, em outra edição levou a medalha de bronze, três vezes ouro nos Jogos Pan-Americanos e uma vez prata no mesmo evento antes de se aposentar da seleção no ano passado, 2021. Por clubes, atuou na Suécia, Estados Unidos e França. No Brasil, jogou por

¹⁶ ROSANA. ROSANA. Disponível em: <https://museudofutebol.org.br/crfb/personalidades/614464/#:~:text=A1%C3%A9m%20de%20ser%20medalhista%20o1%C3%ADmpica,Campeonato%20Sul%2DAmericano%2C%20do%20Campeonato>. Acesso em: 05 ago, 2022.

¹⁷ PUIATI, Julio. **Cristiane: biografia, times e títulos da jogadora de futebol**. 29 mar, 2020. Disponível em: <https://www.esportelandia.com.br/futebol/cristiane/>. Acesso em: 05 ago, 2022.

várias equipes, mas teve destaque no São José na sua passagem de 2013 a 2016, quando liderou a equipe na conquista do tricampeonato da Copa Libertadores e no bicampeonato da Copa do Brasil. Atualmente, defende a camisa do São Paulo.

Miraildes encerrou sua passagem pelo time nacional com recordes que só ela possui no mundo todo. Até hoje, Formiga é a única atleta do planeta a ter participado de sete Copas do Mundo (1995, 1999, 2003, 2007, 2011, 2015 e 2019). No penúltimo mundial tornou-se a jogadora mais velha a marcar um gol em Copas do Mundo, entre homens e mulheres, e na última edição que participou, a mais velha a entrar em campo em uma Copa do Mundo Feminina, é a única jogadora a ter participado de sete edições de Jogos Olímpicos e até o presente dia de defesa desta monografia é a única a participar da modalidade desde que ela passou a integrar as Olimpíadas. Formiga entrou em campo nos Jogos Olímpicos de 1996, 2000, 2004, 2008, 2012, 2016 e 2020 (que por conta da pandemia da Covid-19, acabou acontecendo em 2021). Outro recorde é a quantidade de vezes que defendeu a seleção brasileira. Segundo dados da CBF, ela jogou mais de 150 jogos, ultrapassando o lateral Cafu.

Em sua despedida da seleção, Miraildes Mota recebeu várias homenagens de grandes nomes do futebol, como Marta, Pelé, Neymar, Megan Rapione, Cafu, entre tantos outros. Outras homenagens feitas a ela são: em 2015, no Museu do Futebol, foi o projeto Visibilidade para o Futebol Feminino ter colocado Formiga e Marta para integrar a Sala Anjos Barrocos, que até então era exclusiva dos jogadores homens. Formiga que já fazia parte do acervo da Sala das Copas do Mundo e de Números e Curiosidades; em 2018, o cartunista Mauricio de Sousa cria uma personagem para Miraildes no grupo da Turma da Mônica que integra a série “Donas da rua da história”, um desenho que enaltece mulheres importantes e que marcaram época; por fim, a última homenagem que temos é a inserção de Formiga na calçada da fama do Estádio Mineirão. Ela é a primeira mulher a ser homenageada no gigante da Pampulha.¹⁸

2.3 Rainha Marta

Mulher, nordestina, futebolista, camisa 10 e seis vezes a melhor do mundo. Marta Vieira da Silva, a brasileira é a rainha do futebol mundial. A atacante, que hoje joga pelo Orlando Pride, nos Estados Unidos, começou a carreira ainda na categoria juvenil, pelo Centro Esportivo Alagoano, o CSA. Mas seu primeiro clube profissional foi o Vasco da Gama, do Rio de Janeiro, em 2000, quando tinha apenas 14 anos de idade. Em 2004 foi

¹⁸ SANTOS, Paulo Victor. **Formiga: conheça a história da jogadora brasileira**. 13 mar, 2022. Disponível em: <https://esportudo.com/formiga-conheca-a-historia-da-jogadora-brasileira-ftb-2203>. Acesso em: 05 ago, 2022.

contratada pelo Umea IK, da Suécia, e a partir daí começou a ser reconhecida pela Europa e o mundo todo até ser considerada a melhor de todas.

Marta, assim como tantas outras mulheres, começou a jogar, quando criança, em times de meninos e sofria preconceito na época. O treinador da equipe, Luiz Euclides, o “Tota”, aceitava a presença dela no time dos garotos. Mas, seu destaque fez com os outros colegas não se sentissem confortáveis com a sua presença e passaram a fazer ameaças de machucá-la em jogo. Por conta dessa situação, o técnico precisou tomar uma decisão administrativa e impedir que a jovem praticasse com o grupo. Apesar do caso, Marta não desistiu do esporte e um tempo depois, com o auxílio do Tota, fez testes para equipes cariocas, Fluminense e o Vasco, e já de primeira foi selecionada pelo time cruzmaltino.

Brasil, Suécia e Estados Unidos são países que a atacante já atuou. Umea IK, da Suécia, como dito anteriormente, foi o primeiro clube estrangeiro que Marta defendeu e estava quando recebeu o primeiro título de melhor do mundo, em 2006. Em 2009, ela passou a jogar no Los Angeles Sol, dos Estados Unidos, foi artilheira da WUSA e garantiu ao time o segundo lugar da competição. Ainda no time estadunidense, foi emprestada por três meses ao Santos, clube brasileiro, e foi campeã da Copa Libertadores e do Brasil. Seguindo na terra do tio Sam, Marta foi jogar pelo Gold Pride e mais uma vez foi artilheira do torneio, só que de acréscimo também levou o título de campeã para casa. No ano seguinte, em 2011, foi novamente campeã da liga estadunidense, dessa vez defendendo o Western New York Flash. Em 2012, retornou para a Suécia. Passou a vestir a camisa do Tyreso por dois anos, foi campeã nacional e vice-campeã europeia. Mesmo com os títulos, o clube veio a falência e a rainha foi atuar em outra equipe sueca, o Resengard, em 2014. Por lá foi bicampeã sueca e mais um vice-campeonato. Em 2017, de volta aos Estados Unidos, para o Orlando Pride, onde se encontra até hoje, ainda não possui títulos com a equipe, mas coleciona premiações individuais e pela seleção brasileira.¹⁹

Pelo time da CBF, Marta passou a atuar desde os 16 anos e até hoje é figurinha presente na equipe. Já são 20 anos defendendo as cores do Brasil pelo mundo. Conquistou medalha de ouro nos Jogos Pan-Americanos de Santo Domingo, em 2003, e do Rio, em 2007, liderando a artilharia da competição. As campanhas de prata nas Olimpíadas de 2004 e 2008, que foram em Atenas e Pequim, respectivamente, Marta também estava presente. Em Copas do Mundo, foi vice-campeã em 2007, marcando o gol mais bonito da competição, que ajudou o Brasil a chegar pela primeira vez na final do mundial. Ela foi escolhida a melhor jogadora daquela

¹⁹ FRANCO, Giullya. "Marta Vieira da Silva"; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/biografia/marta-vieira-da-silva.htm>. Acesso em 05 de agosto de 2022.

edição, recebendo o prêmio Bola de Ouro e de artilheira, o Chuteira de Ouro, com sete gols marcados. Já na Copa América, a alagoana foi campeã três vezes, em 2003, 2010 e 2018.

Além de todos esses títulos por clubes e pela seleção, há também os prêmios individuais e as marcas recordes. Em 2015, Marta se tornou a maior artilheira da história da Copa do Mundo de Futebol Feminino da FIFA, quando marcou seu décimo e quinto gol, e detém esse título até hoje. Naquele mesmo ano, também se consagrou como a maior artilheira do Brasil, entre homens e mulheres. Foram 117 gols, superando o rei Pelé que tem 77, na contagem oficial da CBF, e que logo pode ser ultrapassado por Neymar que já possui 74 tentos marcados. Logo na edição seguinte, na Copa de 2019, disputada na França, Marta sobe no topo da artilharia mundial. A atacante, ainda na fase de grupos, no jogo contra a Itália, superou o alemão Miroslav Klose e tornou-se a maior goleadora de Copas do Mundo, tanto masculina quanto feminina, com a marca de 17 gols na competição.²⁰

Quanto às honrarias que ela coleciona também não são poucas. Marta é a primeira, e até agora única, mulher a ser eternizada na calçada da fama do Estádio Jornalista Mário Filho, o Maracanã. Assim como a Formiga, também foi homenageada no projeto Visibilidade para o Futebol Feminino no Museu do Futebol, presente na sala das Copas do Mundo, Números e curiosidades e na sala Anjos Barrocos. Já recebeu homenagens de alguns veículos de comunicação como o Globo Esporte em 2018, o Prêmio Craque do Brasileirão e, no mesmo ano, da ESPN, o Troféu Bola de Ouro. Além desses, ela também foi homenageada no desfile e samba enredo da escola de samba Inocentes de Belford Roxo, em 2020, que se apresentou com o tema “Marta do Brasil! Chorar no começo para sorrir no fim”.²¹

Artilheira de Jogos Pan-Americanos, Copa do Mundo, campeonatos da Suécia, Estados Unidos e seis vezes a melhor do mundo, a primeira da categoria do futebol, entre ambos os sexos, e a única pessoa a ganhar a premiação em cinco anos consecutivos. Marta foi a Bola de Ouro da FIFA de 2006 a 2010 e 2018. Mas, mesmo com toda essa grandiosidade que ela é no esporte mundial, ser mulher no futebol acabou tirando o brilho das conquistas por ela alcançadas e deu luz para se discutir o outro lado, o futebol de homens.

Podemos ver recentemente a jogadora Marta recebendo o seu sexto prêmio de melhor jogadora de futebol do mundo, e o que mais se falava por parte da imprensa era se o jogador Modric eleito melhor do mundo merecia tal

²⁰ GLOBO, O. **Mais que Pelé e Neymar: CBF oficializa números e Marta é a maior artilheira da seleção entre homens e mulheres.** 17 set, 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/futebol/mais-que-pele-neymar-cbf-oficializa-numeros-marta-a-maior-artilheira-da-selecao-entre-homens-mulheres-25201556>. Acesso em: 05 ago, 2022

²¹ MARQUES, Isabella. **10 curiosidades sobre Marta, maior jogadora de todos os tempos.** 21 jun, 2022. Disponível em: <https://www.dicasdemulher.com.br/marta/>. Acesso em: 05 ago, 2022

prêmio, nem mesmo o clube que revelou Marta, sendo ele o Vasco da Gama fez alguma homenagem. (FERREIRA, 2019, p. 115)

A imprensa, por muitas vezes, nega a importância que uma atleta do futebol de mulheres possui em detrimento da veiculação de uma matéria sobre a categoria masculina. De certo modo esse comportamento é reflexo de uma sociedade preconceituosa que prefere dar mais atenção para a discussão se um certo estrangeiro merecia o prêmio que recebeu ao invés de vangloriar o recorde que uma compatriota conquistou. Mas, por outro lado, a grande mídia também pensa no valor do produto que está colocando no mercado e visando somente o lucro, e não uma cobertura inclusiva e abrangente sobre o esporte, abandona as pautas das mulheres no futebol ou a abordam de forma rasa.

Mídia, sociedade, empresas patrocinadoras do futebol. Muitos são os envolvidos no sufocamento do futebol de mulheres no Brasil. E quando o assunto é apoiar e lutar por pautas relevantes para o esporte feminino a Marta também é nome de destaque. Sabendo da disparidade entre os salários de homens e mulheres, e dos patrocínios para atletas, ela decidiu usar, na última Copa do Mundo, em 2019, chuteiras pretas, que onde comumente fica o símbolo da marca do produto ela trazia o símbolo da igualdade. Essa manifestação foi a forma dela dizer, em campo, que não aceita receber valores menores de premiações e patrocínios que os homens, no desempenho da mesma função.²²

Também na mesma edição do mundial, ao ser eliminada pela França nas quartas da competição, Marta se emocionou ao dar entrevista pós-jogo, ainda em campo, e desabafou. Ela pediu a valorização do esporte, tanto para as atletas quanto para as federações e confederações responsáveis, e encerrou a entrevista com o SporTV dizendo: “Não vai ter Formiga para sempre, não vai ter uma Marta para sempre, não vai ter uma Cristiane. O futebol feminino depende de vocês para sobreviver. Então, pensem nisso, valorizem mais. Chorem no começo para sorrir no fim”.²³

As palavras da rainha foram impactantes, sendo lembrada em vários momentos até hoje em dia, e necessárias. Mas, o futebol brasileiro possui carências e fatores históricos que atrapalham sua evolução e valorização. Falta de calendário esportivo, pouca valorização dos clubes, da sociedade, da mídia dificultam o crescimento da modalidade. A transmissão da Copa do Mundo de 2019 feita pela rede Globo trouxe avanços significativos para o futebol de

²² SILVA, Ana Carolina. **Marta opta por jogar sem patrocínio esportivo e carregar recado em chuteira**. 14 jun, 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/06/14/por-opcao-marta-joga-sem-patrocínio-esportivo-e-carrega-recado-em-chuteira.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 5 ago, 2022.

²³ SILVA, Ana Carolina. **Marta chora e desabafa: “Não vai ter Marta, Formiga e Cristiane para sempre”**. 23 jun, 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/06/23/marta-chora-e-desabafa-nao-vai-ter-marta-formiga-e-cristiane-pra-sempre.htm>. Acesso em: 5 ago, 2022.

mulheres. Mais pessoas passaram a pesquisar pela categoria no país, aumentaram as inscrições de meninas nas escolinhas de futebol e, por falta da cobertura das mídias tradicionais, surgem muitos criadores de conteúdo nas mídias digitais.

A falta de calendário e de competição prejudica que você tenha uma equipe jogando o ano inteiro, então as meninas acabam indo para outros países, jogar em outros lugares porque aqui não estão sempre jogando, não estão sempre em evidência, eu acho que isso é uma dificuldade. [...] A gente não consegue manter Marta e Cristiane aqui. Elas são super reconhecidas aqui, mas financeiramente não são reconhecidas. (JOGADORA 2 apud. SALVINI; MARCHI JÚNIOR, 2019, p. 307)

2.4 Atual cenário do Brasil

Um dos maiores problemas para se manter o futebol de mulheres competitivo no país, e garantir a permanência das atletas brasileiras em solo nacional, é a falta de calendário de competições. Durante alguns anos de nossa história, as jogadoras competiam por um certo período do ano em um time e depois viajavam para outro país para continuar trabalhando com o esporte, ou, completavam o ano com outra profissão. Seguir tal modelo faz com que o esporte não se profissionalize, desenvolva sua técnica e aumente o espetáculo. Boa parte da carreira das grandes atletas da história do futebol de mulheres do Brasil teve que ser construída lá fora e enquanto estavam aqui, em solo brasileiro, tiveram que buscar outras soluções para complementar a renda do mês.

A falta de calendário e de competição prejudica que você tenha uma equipe jogando o ano inteiro, então as meninas acabam indo pra outros países, jogar em outros lugares porque aqui não estão sempre jogando, não estão sempre em evidência, eu acho que isso é uma dificuldade, [...] a gente não consegue manter Marta e Cristiane aqui. Elas são super reconhecidas aqui, mas financeiramente não são reconhecidas. (SALVINI; MARCHI JÚNIOR, 2016, p. 307)

Outra coisa que também pode acontecer, e não é raro, é a atleta se transferir para outro país e ser formada na base do futebol local, ainda nas categorias de base. Isso no caso das jogadoras que possuem essa condição. Além de perdermos uma estrela em potencial para o esporte de outro país corremos o risco de também perdê-las para outra seleção, já que foram formadas em outra escola e muitas das vezes elas acabam ganhando dupla nacionalidade podendo optar por defender outra nação em jogos oficiais.

Como exemplo deste caso podemos destacar três jogadoras da atualidade. Primeiro, Ivana Fuso, 21 anos. A brasileira nascida em Salvador foi formada pelo futebol alemão. Com

apenas 14 anos passou a jogar pela seleção do seu país adotivo, do qual possui nacionalidade. Durante a juventude passou pelas equipes sub-15 a sub-19 da Alemanha, mas, como ainda não tinha participado de competições oficiais pela equipe profissional, ela poderia escolher entre a seleção do seu país de origem ou a segunda casa. Convocada pelo Brasil para a Copa She Believes 2021 e tendo entrado em campo, agora Ivana só pode defender a camisa verde e amarela.²⁴ Caso também da jovem Giovana Queiroz, 19 anos. A paulista cresceu nos Estados Unidos, mas teve formação no futebol espanhol. Na categoria juvenil foi chamada, e chegou a jogar, pelos dois países pelos quais passou a infância, EUA e Espanha. Ela ainda chegou a integrar a seleção sub-17 do Brasil antes de se oficializar na equipe profissional brasileira.²⁵

Ivana Fuso e Giovana Queiroz são dois exemplos de atletas formadas no futebol estrangeiro, mas que ainda assim decidiram defender a seleção do seu país de origem, o que não é o caso da atleta Catarina Macario, de 22 anos. A brasileira, natural de São Luís - MA, contou com esforços da família para se tornar jogadora de futebol. Morando em Brasília, na infância, foi proibida de jogar futebol com os meninos e os pais ao perceberem que a filha tinha talento, mas que no Brasil não seria fácil para ela se desenvolver no esporte, decidiram partir para os Estados Unidos sem nem mesmo saber se comunicar em inglês.²⁶

Sendo assim, Macario se muda com o pai e o irmão para San Diego, enquanto a mãe, que é médica, continuou no Brasil para dar suporte financeiro à família no norte do continente. Do esporte universitário ao profissional, hoje ela é atacante do Lyon e da seleção dos Estados Unidos. Deste modo, a jovem maranhense se tornou a primeira futebolista naturalizada a jogar pela equipe estadunidense e o Brasil perdeu um nome prodígio.

As chances de tais situações acontecerem hoje no nosso país parecem ter diminuído com o avanço da categoria, a presença de um calendário para competições profissionais, de base e melhor estrutura para as equipes femininas. Longe de ser o ideal, mas também já distante da realidade precária que discutimos até aqui. O Brasil conta com competições profissionais que preenchem o ano todo. Temos o Campeonato Brasileiro A1, A2 e com

²⁴ IVANA. **Ivana Fuso e a emoção de estreiar pela Seleção Brasileira Feminina**. 24 fev, 2021. Disponível em: <https://olimpiaspports.com.br/2021/02/24/ivana-fuso-narra-emocao-de-estrear-pela-selecao-brasileira-feminina/>. Acesso em: 04 ago, 2022

²⁵ GIOVANA. **Giovana Queiroz Costa**. 2020. Disponível em: <https://www.olimpiadatododia.com.br/atletas/futebol-feminino/giovana-queiroz-selecao-brasileira-de-futebol-feminino-toquio-2020/>. Acesso em: 04 ago. 2022

²⁶ LEMOS, Maria Fernanda; MAGALHÃES, Mariah. **Catarina Macario, brasileira que preferiu seleção dos EUA, brilha no Lyon**. 20 mai, 2022. Disponível em: <https://placar.abril.com.br/coluna/elas-na-area/catarina-macario-brasileira-que-preferiu-selecao-dos-eua-brilha-no-lyon/>. Acesso em: 05 ago, 2022.

estreia esse ano a divisão A3²⁷. Com esses três níveis do torneio nacional somam-se 64 clubes diferentes espalhados por todo o país. Ainda contamos com as disputas da base no Brasileirão sub-18 e sub-16, competições muito importantes para o processo de profissionalização das atletas e melhoria da qualidade técnica do futebol.

Outros campeonatos que preenchem o calendário esportivo das equipes são os torneios estaduais, sendo o Paulistão o mais forte e tradicional deles, a Copa Libertadores, evento a nível continental que sempre possui de dois a três representantes brasileiros, e a Supercopa do Brasil que voltou a ser disputada no início deste ano. Além deles, há algumas que são feitas em caráter experimental, como foi o caso da Ladies Cup no final de 2021, que também contou com equipes de outros países da América do Sul.

Com um calendário de competições que dura quase o ano todo para alguns clubes acaba ficando mais fácil dar continuidade ao trabalho com os times de mulheres. É possível que as atletas vivam exclusivamente do esporte visto que elas terão com o que trabalhar durante o ano. Além disso, o que contribuiu também para o avanço da modalidade foi a imposição feita pela CBF aos clubes que disputam a primeira divisão do Brasileirão masculino.²⁸ A confederação exige que todos eles possuam uma equipe feminina de futebol para participar do campeonato nacional. Deste modo, com calendário de jogos e a presença de mais equipes é possível que se invista no futebol de mulheres e crie um produto competitivo e variado.

Frente a toda essa mudança no Brasil, com a chance de as atletas poderem viver só do futebol por aqui, muitos grandes nomes que atuavam em outros países decidiram retornar para a nação de origem. De exemplo temos a atacante Bia Zaneratto e a lateral-esquerda Tamires, dois nomes de seleção brasileira. A Zaneratto, de 28 anos, estava atuando pelo Wuhan Xijiyuan, da China, em 2021, quando foi emprestada ao Palmeiras por seis meses. Com o fim do contrato de empréstimo precisou retornar para a China, mas para a temporada 2022 o time alviverde conseguiu trazê-la de volta já que seu contrato com o clube chinês também havia se encerrado.²⁹ Já a Tamires, 34 anos, jogava na Dinamarca pelo Fortuna Hjørring. Seu

²⁷ CBF. **CBF publica calendário das competições femininas de 2022**. 2021. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/noticias/campeonato-brasileiro-feminino/cbf-publica-calendario-das-competicoes-femininas-de-2022>. Acesso em: 04 ago. 2022.

²⁸ ALVES, Camila. **Montar time feminino é exigência para equipes da Série A 2019; veja situação dos clubes**. 2019. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/noticia/montar-time-feminino-e-exigencia-para-equipes-da-serie-a-2019-veja-situacao-dos-clubes.ghtml>. Acesso em: 04 ago. 2022.

²⁹ BARLEM, Cíntia; RIBEIRO, Gabriela. **De volta ao Palmeiras, Bia Zaneratto adia Europa e revela "combinação" com Rafaele**. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/futebol-feminino/noticia/2022/03/04/de-volta-ao-palmeiras-bia-zaneratto-adia-europa-e-revela-trato-com-rafaelle.ghtml>. Acesso em: 04 ago. 2022.

retorno para o Brasil aconteceu em 2019, após a Copa do Mundo. Hoje a lateral, eleita ano passado como Rainha da América, prêmio dado pelo tradicional jornal El País e pela primeira vez a uma mulher, atua no Corinthians, equipe com a qual foi campeã da Copa Libertadores 2021 e por isso recebeu o título do jornal.³⁰

Ambas as atletas, assim como tantas outras que retornaram ao futebol brasileiro, afirmam que a volta só é possível e vantajosa porque a modalidade no país está crescendo e passando a ser mais competitiva, profissional e valorizada. Tanto o Palmeiras quanto o Corinthians são clubes que se destacam nessa empreitada de consolidar suas equipes femininas. Para o cenário atual que temos do futebol de mulheres no Brasil podemos até dizer que o forte investimento técnico e financeiro do Corinthians, atual campeão de tudo no continente, Brasileirão, Libertadores, Paulistão, Copa e Supercopa do Brasil, após a retomada do projeto feminino em 2016 fez com que outras equipes se inspirassem em seus bons resultados e buscassem se fortalecer para confrontar o clube alvinegro.³¹

2.5 Corinthians

O Sport Clube Corinthians Paulista (SCCP) é um clube esportivo de São Paulo. Ele nasceu no dia 1º de setembro de 1910, na esquina da rua José Paulino com a Cônego Martins, no bairro do Bom Retiro, na capital paulista. Joaquim Ambrósio, Antônio Pereira, Rafael Perrone, Anselmo Correa e Carlos Silva foram os cinco operários que, sob a luz do lampião daquele local, que se tornou patrimônio tombado, deram início a uma das instituições esportivas mais vitoriosas e reconhecidas do mundo.³²

A história do Corinthians se confunde com o esporte e a política. Por mais que os principais feitos do clube na área esportiva tenham sido conquistados no futebol, os alvinegros também possuem presença relevante no cenário do basquete nacional, futsal, natação, handebol, MMA, skate, vôlei, entre outros. Além da atuação em várias modalidades esportivas, o time do povo também tem sua marca na história política brasileira.

³⁰ TAMIRES. **Tamires faz história no futebol feminino e é eleita a primeira rainha da américa.** 2021.

Disponível em: <https://www.meutimao.com.br/noticias-do-corinthians/401307/tamires-faz-historia-no-futebol-feminino-e-e-eleita-a-primeira-rainha-da-america>. Acesso em: 04 ago. 2022.

³¹ LÁZARO, Fábio. **Com rosto, projeto e ideologia, saiba por que o Corinthians se tornou referência no futebol feminino.** 2022. Disponível em: <https://www.lance.com.br/corinthians/com-rosto-projeto-e-ideologia-saiba-por-que-o-corinthians-se-tornou-referencia-no-futebol-feminino.html>. Acesso em: 04 ago. 2022.

³² **CLUBE. Clube - História.** Disponível em: <https://www.corinthians.com.br/clube/historia#:~:text=1910%20A%20funda%C3%A7%C3%A3o,o%20Sport%20Club%20Corinthians%20Paulista..> Acesso em: 04 ago. 2022.

Na década de 1980, grandes jogadores do clube, como Sócrates, Wladimir, Casagrande, Zenon, e outros atletas, deram início ao movimento “Democracia Corinthiana” que teve como uma de suas principais bandeiras a luta pelo fim da ditadura militar no Brasil³³. A logo da “Democracia Corinthiana” estampou algumas vezes o uniforme da equipe, além de algumas frases como, “diretas já” e “eu quero votar para presidente”. A ação também gerou revoluções internas no clube. Decisões passaram a ser tomadas em conjunto com todos os integrantes e os votos passaram a ter o mesmo peso, desde o roupeiro ao técnico da equipe.

Hoje, o Corinthians se mostra presente em mais uma causa social. O clube é uma das referências do país quando o assunto é investimento no futebol de mulheres. A equipe feminina alvinegra teve sua fundação em 1997, mas ficou desativada por alguns anos. Em 2016, depois de sete anos de paralisação das atividades, numa parceria com o Grêmio Osasco Audax, outro clube paulista, o projeto do clube foi reativado. Dois anos depois, o Corinthians assume de forma interina a gestão do time feminino e é uma das principais potências da modalidade no cenário sul-americano.³⁴

Do lado de fora dos campos, um dos nomes responsáveis pelo sucesso da equipe é a diretora de futebol feminino, Cris Gambaré. Ela é ex-conselheira do clube, mas assumiu a função, com a missão de garantir a evolução da modalidade, logo após o término da parceria com o time do Audax em 2017³⁵. Já nos gramados, o bom êxito da equipe está nas mãos do técnico Arthur Elias que está no comando do time desde a reativação da categoria³⁶. Além deles, os bons resultados chegam graças ao bom futebol das “brabas do timão”, como são apelidadas as atletas do time.

Desde a reativação em 2016, o Corinthians vem empilhando títulos, atraindo admiradores e quebrando recordes. O primeiro título com o retorno do projeto foi a Copa do Brasil de 2016, conquista inédita para a equipe. A vitória no campeonato deu a elas a classificação para a Copa Libertadores de 2017, na qual foram campeãs de forma invicta. No ano seguinte, o Corinthians continuou aumentando sua coleção de troféus. Tiveram a

³³ DEMOCRACIA. **Democracia Corinthiana: entenda o que foi e como se organizou o movimento contra a ditadura.** 2020. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/ultimas-noticias-corinthians-democracia-corinthiana-movimento-contra-ditadura.ghtml>. Acesso em: 04 ago. 2022.

³⁴ CORINTHIANS. **Corinthians firma parceria com o Audax para ter time feminino.** 2016. Disponível em: <https://www.gazetaesportiva.com/times/corinthians/corinthians-firma-parceria-com-o-audax-para-ter-time-de-futebol-feminino/>. Acesso em: 04 ago. 2022.

³⁵ MUNHOS, Mayara. **Quem é a grande mulher responsável por elevar o nível do time feminino do Corinthians.** 2020. Disponível em: https://www.espn.com.br/espnw/artigo/_/id/6738524/quem-e-a-grande-mulher-responsavel-por-elevar-o-nivel-do-time-feminino-do-corinthians. Acesso em: 04 ago. 2022.

³⁶ HUMBERTO, Lucas. **Os impressionantes números de Arthur Elias no comando do Corinthians.** 2021. Disponível em: <https://www.90min.com/pt-BR/posts/os-impressionantes-numeros-de-arthur-elias-no-comando-do-corinthians>. Acesso em: 04 ago. 2022.

conquista do Campeonato Brasileiro em 2018, 2020 e 2021, os títulos do Campeonato Paulista em 2019, 2020 e 2021, a Copa Libertadores da América novamente em 2019 e 2021, e o último deles, até o presente momento que escrevo essa monografia, a Supercopa do Brasil no início de 2022.³⁷

Além de muita história para contar quando o assunto é a conquista de campeonatos, a equipe feminina de futebol do Corinthians também coleciona recordes que estão cravados na história da modalidade no Brasil e no mundo. Em 18 de setembro de 2019, quando conquistou a classificação para às semifinais do Brasileirão, a equipe alcançou a marca de 48 partidas invictas, sendo 34 delas vitórias consecutivas³⁸. Um recorde no futebol entre homens e mulheres. Momentaneamente, o Corinthians entrava para o *Guinness World Records*, principal livro de recordes do mundo, com sua marca, deixando para trás o time masculino *The New Saints*, do País de Gales, que era o detentor do recorde, dentro de todo universo do futebol, com 27 vitórias consecutivas. Porém, uma apuração feita após esse registro encontrou uma sequência anterior de outra equipe feminina, o *Olympique Lyonnais*, da França, e uma potência mundial, que tinha 48 vitórias consecutivas, mas não havia sido reconhecida pelo *Guinness Book*.³⁹

A equipe também teve mais um recorde batido, mas dessa vez por ela mesma. Em 2019, na final do Campeonato Paulista na Neo Química Arena, o Majestoso, - nome dado ao clássico encontro de futebol entre os times do Corinthians e São Paulo, - registrou recorde de público no Brasil para assistir uma partida de futebol de mulheres entre clubes. Foram 28.862 mil torcedores que compareceram ao estádio num jogo disputado às 11h de um domingo. Lembrando que em jogos de clássico paulista disputados em solo paulistano somente o time mandante de campo tem direito a torcida. A proibição acontece na tentativa do estado de São Paulo diminuir os casos de violência entre as torcidas organizadas.

No ano seguinte, 2020, o mundo foi assolado pela pandemia da Covid-19 e tanto os gramados quanto os estádios ficaram vazios. As disputas retornaram antes do público e o Corinthians chegou a ter algumas vitórias sem a fiel torcida nas arquibancadas. Mas, na final do Paulistão 2021, que foi uma reedição de 2019, novamente um majestoso com o segundo

³⁷ CARVALHO, Tatiana. **Corinthians feminino conquistou títulos em todos os anos desde a reativação da modalidade**. 2022. Disponível em: <https://centraldotimao.com.br/corinthians-feminino-conquistou-titulos-em-todos-os-anos-desde-a-reativacao-da-modalidade/>. Acesso em: 04 ago. 2022.

³⁸ DERROTA. **Derrota no brasileiro encerra invencibilidade histórica do Corinthians feminino; veja os números**. 2020. Disponível em: <https://www.meutimao.com.br/noticias-do-corinthians/342989/derrota-no-brasileiro-encerra-invencibilidade-historica-do-corinthians-feminino-veja-os-numeros>. Acesso em: 04 ago. 2022.

³⁹ CANHEDO, Ana. **Corinthians alcança façanha mundial e aguarda aval do Guinness: "Não caiu a ficha ainda"**. 2019. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/corinthians-alcanca-facanha-mundial-e-aguarda-aval-do-guinness-nao-caiu-a-ficha-ainda.ghtml>. Acesso em: 04 ago. 2022.

jogo disputado na Neo Química Arena, no bairro de Itaquera, em São Paulo, a fiel cravou mais um recorde. Foram 30.077 mil corinthianos marcando presença na casa alvinegra.⁴⁰

Vale destacar que aquele ano também foi o primeiro com toda equipe com contrato profissional firmado com o clube. Até então elas fechavam contratos por temporada, e ainda nos dias de hoje muitos times de futebol de mulheres funcionam dessa maneira. Trabalhar de tal forma faz com que a atleta não tenha direito a alguns benefícios trabalhistas, como direito de imagem e multa rescisória, além de deixá-las apreensivas se terão algum emprego no próximo ano. Porém, em 2020, o Corinthians fecha contrato profissional com todas suas atletas, algo que só acontecia no futebol masculino, e torna-se pioneiro no continente com tal investimento no elenco feminino.

Recordes, vitórias, mulheres e muito futebol. Um time de ataque potente, que aplicou a maior goleada da Libertadores, entre homens e mulheres, na edição 2020, quando ganhou de 16 a 0 da equipe equatoriana, *El Nacional*, e de feitos históricos⁴¹. O Corinthians, em 2021, entrou ainda mais para a história do futebol de mulheres ao ser a primeira equipe brasileira a conquistar a tríplice coroa da modalidade. Na mesma temporada foi campeão do Campeonato Brasileiro, da Copa Libertadores e do Paulistão quando conquistou o tricampeonato em cada uma dessas competições. O ano mágico rendeu ao clube a sétima posição no *ranking* da Federação Internacional de História e Estatísticas do Futebol (IFFHS), organização reconhecida pela FIFA.⁴²

Como forma de reconhecer a potência da equipe feminina, e para exaltar as mulheres torcedoras do clube, que representam mais de 53% da torcida, de acordo com o IBOPE Repucom, o Corinthians em parceria com a Nike, a fornecedora de material esportivo do clube, lançaram o uniforme roxo, a camisa 3 das equipes de futebol da temporada 2021/22, inspirado nas mulheres que nunca param de acreditar. A cor roxa serve para representar os movimentos feministas ao longo da história e inscrição “Respeita as Minas” na altura da nuca

⁴⁰ CHAVES, Lincoln. **Com recorde de público, Corinthians é tricampeão paulista feminino**. 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/esportes/noticia/2021-12/com-recorde-de-publico-corinthians-e-tricampeao-paulista-feminino>. Acesso em: 04 ago. 2022.

⁴¹ CORINTHIANS. **Corinthians aplica maior goleada da história e vence por 16 a 0 na estreia da Libertadores feminina**. 2021. Disponível em: https://www.espn.com.br/espnw/artigo/_/id/8281419/corinthians-aplica-maior-goleada-da-historia-e-vence-por-16-a-0-na-estrela-da-libertadores-feminina. Acesso em: 04 ago. 2022.

⁴² CARVALHO, Tatiana. **Corinthians é o melhor time feminino das américas em ranking da IFFHS e fica entre os dez melhores do mundo**. 2022. Disponível em: [https://centraldotimao.com.br/corinthians-e-o-melhor-time-feminino-das-americas-em-ranking-da-iffhs-e-fica-entre-os-dez-melhores-do-mundo/#:~:text=Na%20manh%C3%A3%20deste%20domingo%20\(06.pontos%2C%20empatado%20o%20Real%20Madrid..](https://centraldotimao.com.br/corinthians-e-o-melhor-time-feminino-das-americas-em-ranking-da-iffhs-e-fica-entre-os-dez-melhores-do-mundo/#:~:text=Na%20manh%C3%A3%20deste%20domingo%20(06.pontos%2C%20empatado%20o%20Real%20Madrid..) Acesso em: 04 ago. 2022.

na parte de trás da peça destaca o posicionamento do Corinthians na luta pela inclusão das mulheres nos gramados e nas arquibancadas.⁴³

Além da peça em homenagem às mulheres, e para reafirmar a posição do clube quanto a presença feminina no futebol, a camisa roxa do Corinthians tem outra marca inédita. Quem estreou o novo uniforme em campo foi a equipe feminina na final do Campeonato Brasileiro de 2021 no Dérbi Paulista, - clássico entre Corinthians e Palmeiras, - em que as alvinegras saíram vitoriosas. Aquela foi a primeira vez na história que o uniforme oficial de um clube da elite do futebol brasileiro foi estreado pelo time feminino.

⁴³ RESPEITA. **Respeita as minas: Nike e Corinthians lançam camisa roxa inspirada nas mulheres que nunca param de acreditar.** 2021. Disponível em: <https://www.corinthians.com.br/noticias/respeita-as-minas-nike-e-corinthians-lancam-camisa-roxa-inspirada-nas-mulheres-que-nunca-param-de-acreditar>. Acesso em: 04 ago. 2022.

3 A COBERTURA DO FUTEBOL DE MULHERES NO BRASIL

Atualmente, a maioria dos veículos de comunicação possuem um espaço destinado especificamente para as pautas esportivas, mas cada um deles com seus limites e foco editorial. Pensando nos jornais impressos, há cadernos completos de matérias esportivas, onde é possível abordar várias modalidades e encaminhamentos de um assunto, enquanto outros exemplares dedicam apenas uma coluna, meia ou uma página inteira para trazer um resumo dos principais jogos, campeonatos e se limita a dar um único olhar para o objeto, fala só dos números ou faz só os serviços do dia, escolhe se irá falar do fator político ou tático.

Considerada uma vertente ou especialização profissional, o jornalismo esportivo pode ser definido de muitos modos, alguns deles divergentes. As diferenças de definições se dão, em grande medida, pelo fato da área ter sido marcada por certo preconceito em sua concepção dentro da própria comunicação, como se fosse uma atividade de menor valor frente ao jornalismo político, econômico, policial, de saúde, entre outros. Isso porque é um campo que lida com questões consideradas mais subjetivas, atravessadas pela emoção e, de certa forma, com eventos que são considerados de entretenimento. Essa última questão leva os estudiosos a criarem o termo infotainment que também passa a ser usado por alguns para definir a especialização do jornalismo na área esportiva.

Nos primeiros anos de cobertura esportiva era assim. Pouca gente acreditava que o futebol fosse assunto para estampar manchetes. A rigor, imaginava-se que até mesmo o remo, o esporte mais popular do país na época, jamais estamparia as primeiras páginas de jornal. Assunto menor. Como poderia uma vitória nas raias - ou nos campos, nos ginásios, nas quadras - valer mais do que uma importante decisão sobre a vida política do país? Não, não poderia, mesmo que movesse multidões às ruas em busca de emoções que a vida cotidiana não oferecia. (COELHO, 2008, p. 7)

Numa definição própria, podemos dizer que o jornalismo esportivo se debruça sobre tudo aquilo que envolve o universo esportivo, especialmente o esporte de alto rendimento e grandes competições. Por lidar com paixões e um público engajado com as competições, atletas e clubes, se constitui em um segmento com muitas implicações sociais, políticas e econômicas. Os jornalistas desse ramo precisam demonstrar que são especialistas no assunto, pois qualquer erro será notado pelos apaixonados pelo esporte, pelo seu clube ou atleta. “Os leitores são mais que meros torcedores, eles entendem e gostam do assunto” (SILVEIRA, 2009, p. 56). Por isso, o esporte é uma editoria que, com o destaque conquistado, precisa ir além de dizer resultados de jogos e divulgar os próximos, mas abordar como foi a preparação,

bastidores durante a competição e o pós-evento. Além disso, são várias as modalidades esportivas e os torneios, tornando as pautas potencialmente diversas, sendo, em muitos casos, necessário um jornalista esportivo especializado em cada modalidade e seus desdobramentos. Alguns estão mais voltados para análises táticas, outros para coletar informações de bastidores, cuidados médicos, economia e política esportiva, aspectos culturais como a história de eventos, esportes e atletas.

O exercício do jornalismo esportivo também deve se atentar, assim como outras editorias, ao que é interesse público e interesse do público. O segundo é um dos motivos pelo qual essa área recebe a alcunha de infotainment. Quando falamos de notícia com interesse público é porque a informação é norteada pelo propósito de contribuir para o desenvolvimento intelectual, moral e/ou físico do cidadão, possibilitando que o leitor tome suas decisões. Enquanto a notícia de interesse do público é geralmente vista como aquela que aborda assuntos inusitados, curiosos, principalmente quando se trata de pessoas públicas, que é o caso dos esportistas.

Importante ressaltar que essa valorização dos atletas, os verdadeiros protagonistas dos espetáculos esportivos, também causou impacto nas cláusulas de contrato deles, principalmente dos jogadores de futebol, e na estrutura de gestão dos clubes. O assédio midiático fez surgir o direito de uso de imagem nos contratos profissionais e as instituições esportivas passaram a ter um setor que cuida da imagem delas, a assessoria de imprensa. “É ela que regula quem pode ou não dar entrevistas, que informações que podem ser passadas, o que deve ser feito para o clube possuir uma boa imagem perante seus torcedores e/ou conquistar novos” (SILVEIRA, 2009, p.46).

O jornalismo esportivo possui mecanismos e pautas para ir além da cobertura do espetáculo esportivo, como no caso das abordagens com aspectos sociais, políticos e econômicos do esporte. Mas, a potencialidade do entretenimento esportivo e a sua permanente exploração comercial tendem a estabelecer certa relação preferencial à mídia e o esporte. A visibilidade que ambas possuem faz com que o mercado financeiro e publicitário se movimentem transformando assim o esporte em um objeto midiático. Além disso, o esporte é o produto que mais vende no ramo do jornalismo. É por isso que páginas inteiras são dedicadas a ele, minutos de televisão e até programas, canais que falam somente de esporte.

Essa apropriação econômica da mídia sobre o esporte como objeto de entretenimento evidencia o caráter de diversão que a pauta esportiva, de modo geral, carrega em detrimento dos conteúdos informativos. Por isso, a criação do termo infotainment, que é o encontro da informação com o entretenimento. Mas, vale ressaltar que essa visão é partindo do

enquadramento jornalístico adotado para a pauta específica. Como dito anteriormente, o jornalismo esportivo pode e deve abordar questões políticas, econômicas e de saúde (entre outras afins) que fogem dessa concepção de conteúdo e linguagens do entretenimento.

Um dos desafios do jornalismo esportivo, assim como em outras áreas de jornalismo especializado, é a definição do valor-notícia e o senso crítico. Questões essas que vão ao encontro com o tema central deste trabalho: a cobertura do futebol de mulheres. O jornalista esportivo irá buscar no campo do esporte as pautas que possuem valor-notícia com base naquilo que é interesse do seu público e/ou interesse público. Porém, pouco se vê o jornalismo pautando o futebol de mulheres e isso tem estreita relação com o contexto histórico discutido no capítulo anterior.

Nesse ponto, nos embatemos com algumas questões que serão problematizadas ao longo deste capítulo: não deveria o jornalismo esportivo – pelo caráter de responsabilidade social que rege certo modo de compreender a profissão - buscar abordar essas outras pautas? Não é interesse público derrubar a misoginia inegavelmente ainda presente no futebol? Será mesmo que o futebol de mulheres tem um valor-notícia tão baixo a ponto de não compensar ser abordado?

3.1 O jornalismo esportivo e o futebol de mulheres

Há uma relação de interdependência entre o futebol e o jornalismo esportivo. Ao cobrir pautas ligadas a essa modalidade esportiva, o fazer jornalístico se beneficia da popularidade do esporte, ao mesmo tempo em que a alimenta continuamente. A exposição do tema considerado uma paixão nacional se torna um produto rentável para as empresas jornalísticas, ao mesmo tempo em que atrai patrocinadores, impulsiona a venda de produtos personalizados, ingressos para jogos e outros comércios. Mas, isso tudo funciona mais habilmente com o futebol de homens. Hoje, o futebol de mulheres já conta com um pouco dessas particularidades, mas após muita luta e resiliência, como abordaremos. Mesmo que desde o início da sua prática tenha atraído os olhares da imprensa, pelo sabor da novidade, como aponta Silvana Goellner (2005, p. 146), não houve um investimento e continuidade no trabalho com essa categoria. “A imprensa esportiva explorou-a [futebol de mulheres] habilmente através de um noticiário minucioso e de propaganda intensa, aumentando o entusiasmo do público e o “elan” das jogadoras”.

Como já abordamos, os primeiros jogos de futebol de mulheres eram vistos como espetáculos circenses, um *show* não no sentido de espetáculo esportivo, mas uma peça de

entretenimento. Tanto que as partidas aconteciam antes dos jogos masculinos como forma de apresentação de abertura. Porém, no final da década de 1980, com a evolução técnica apresentada pelas mulheres nos jogos, o aumento do número de praticantes, a melhoria na organização e estrutura das competições, o surgimento de novas equipes e a demanda pela realização de inúmeros campeonatos, a imprensa brasileira passou a dar mais atenção à modalidade. Contudo, ponderamos que essa cobertura, além de limitada, esbarra em alguns preconceitos e erros de conduta.

O primeiro ponto que destacamos é que o jornalismo esportivo, por vezes, tenta aproximar o futebol feminino do masculino, se baseando em comparações. Apostar, no começo, que as mulheres teriam o mesmo apelo midiático que os homens foi um equívoco, visto que partia de uma modalidade que por anos foi proibida no país e enfrentava fortes preconceitos sociais. Além disso, a distância entre a profissionalização de uma da outra recai sobre a qualidade técnica das performances e faz com que se crie a ideia de que o futebol de mulheres não é bom, enquanto o que falta é investimento técnico.

Outra questão é quanto ao perfil das mulheres neste período. Havia na época, como ainda temos até hoje, um padrão estético para os corpos femininos. Mulheres com certas medidas corpóreas, cabelos compridos, bem arrumados, pele sem imperfeições e traços delicados. Tudo isso vai na contramão das principais atletas da geração de 1980 /1990 que apresentavam o que padronizamos como perfil masculinizado: cabelos curtos, corpos atléticos e pouco delicados, como foi o caso da atacante Sissi, um dos grandes nomes brasileiros da categoria. Essa imagem das jogadoras tornou-se conflitante com os interesses das empresas patrocinadoras dos veículos de imprensa que buscavam o contrário, realçar o padrão hegemônico em torno da mulher daquele tempo.

Somando o preconceito que parte da sociedade, as torcidas, as entidades esportivas e o cenário desfavorável que o futebol de mulheres enfrenta quanto a sua profissionalização, como menores valores de premiação, salários, visibilidade por parte da imprensa e os campeonatos com menor apelo midiático, é difícil consolidar essa modalidade como um forte produto comercial. Essa falta de comprometimento da mídia em divulgar o futebol de mulheres para a sociedade acaba reafirmando a sua invisibilidade, se tornando um entreve para que deslanche no cenário esportivo e econômico. Prova disso é que a primeira grande cobertura sobre o futebol de mulheres que o Brasil teve aconteceu só em 2019, com a Copa do Mundo.

O futebol feminino no Brasil pouco promove o consumo por estar histórica e culturalmente vinculado aos preconceitos de gênero, que durante muitos anos afastou mulheres do futebol, e exigiu perseverança daquelas que nesse espaço buscavam permanecer. [...] Desse modo, para que o futebol feminino “deslanche”, é preciso que haja consumo. Para que exista o consumo, deve haver inicialmente algum tipo de oferta, seja de produtos, de equipes, de campeonatos, ou de modo abrangente, de incentivo. E, concomitantemente à oferta, deve haver demanda. (SALVINI; JÚNIOR, 2016, p. 309)

A Copa do Mundo de Futebol Feminino, organizada pela FIFA, é o maior evento de futebol de mulheres, porém, não tem a mesma repercussão e visibilidade que o mesmo campeonato disputado entre os homens. O mundial feminino é disputado há menos tempo que o masculino, uma vez que esta também é uma consequência do preconceito entre a prática do futebol entre homens e mulheres.⁴⁴ O reconhecimento e fomento mundial foram mais tardios para a categoria feminina. Lembrando que, enquanto os homens começaram a disputar esse torneio em 1930, as mulheres só em 1991 foram ter seu primeiro evento.⁴⁵

Desde a primeira edição da Copa do Mundo Feminina, o Brasil é uma das seleções presentes na disputa pela taça mundial. Seus melhores resultados foram em 1999, com a conquista do terceiro lugar, e em 2007, quando ficou com o vice-campeonato. Mesmo com esse feito, a presença da Marta, maior futebolista dos últimos anos⁴⁶, e da Formiga, recordista entre homens e mulheres em participação em Copas do Mundo, encerrando sua carreira na seleção no ano passado com sete participações em mundiais, o assunto foi pouco tematizado pela mídia esportiva brasileira.⁴⁷

Os registros de coberturas televisivas que temos de Copas do Mundo, antes de 2019, que é considerada a virada da categoria no Brasil, são de algumas transmissões feitas pelo canal fechado ESPN Brasil em 2003 e Bandeirantes em 2007, mas nenhuma delas em sua integralidade. Em 2015 a cobertura foi um pouco maior com relação a quantidade de canais.

⁴⁴ ELAS, Futebol Por. **Até quando o futebol feminino será subvalorizado pela mídia.** 2019. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/futebol-por-elas/ate-quando-o-futebol-feminino-sera-subvalorizado-pela-midia/>. Acesso em: 04 ago. 2022.

⁴⁵ NINA, Roberta. **Copa de 1991: 30 anos da 1ª competição oficial de futebol para as mulheres.** 2021. Disponível em: <https://dibradoras.com.br/2021/07/19/copa-de-1991-30-anos-da-1a-competicao-oficial-de-futebol-para-as-mulheres/>. Acesso em: 04 ago. 2022.

⁴⁶ CAMPANHAS. **As campanhas da seleção brasileira na Copa do Mundo feminina.** 2019. Disponível em: [As campanhas da seleção brasileira na Copa do Mundo feminina Leia mais em: https://placar.abril.com.br/placar/as-campanhas-da-selecao-brasileira-na-copa-do-mundo-feminina/](https://placar.abril.com.br/placar/as-campanhas-da-selecao-brasileira-na-copa-do-mundo-feminina/). Acesso em: 04 ago. 2022.

⁴⁷ FORMIGA. **Formiga se despede da Seleção Feminina com homenagens, surpresa de Marta e goleada brasileira.** 2021. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/selecao-brasileira/noticias/selecao-feminina/formiga-se-despede-com-homenagens-surpresa-de-marta-e-goleada-brasile>. Acesso em: 04 ago. 2022.

Tínhamos o canal público TV Brasil, o aberto, Bandeirantes, e o fechado, SporTV⁴⁸, mas, mesmo assim uma cobertura parcial da competição, não movimentando a pauta em programas esportivos e fomentando a cultura do futebol de mulheres.

A movimentação dos canais Globo e toda a estratégia montada para a cobertura da Copa do Mundo de 2019 é apontada como um dos grandes diferenciais para que hoje o futebol de mulheres esteja vivendo sua melhor fase na história brasileira, até então. Frisamos o fato de ser um dos diferenciais porque algumas ações da CBF contribuíram para essas mudanças de forma muito significativa. A reestruturação interna da equipe de coordenação do futebol de mulheres, dos campeonatos e a imposição da necessidade de um elenco feminino aos clubes com equipes masculinas na elite do futebol também auxiliaram nessa empreitada esportiva.

Partimos do pressuposto de que não há uma explicação única para justificar o interesse das pessoas em torno do futebol de mulheres, mas que, sim, existe um conjunto gradual de mobilização a qual o agendamento midiático (McCombs & Shaw, 1977) e os efeitos de uma audiência potente (Mesquita, 2014) têm se mostrado fundamentais (JANUÁRIO; ALMEIDA; LEAL, 2020, p. 48).

No ciclo pré-copa do Mundo de 2019, a Globo adicionou em sua agenda midiática esportiva pautas relacionadas ao futebol de mulheres. Cerca de dois meses antes do evento, o público da emissora já consumia conteúdo relacionado a tal categoria esportiva. Além disso, a empresa carioca também investiu em uma equipe especializada e de maioria feminina para a cobertura, como também enviou algumas para fazer a cobertura local na França, onde a competição foi realizada, e trouxe para a equipe de transmissão algumas joias da casa de grande expressão no cenário esportivo, como o caso do narrador Galvão Bueno.

De certo, o cuidado com a escolha dos profissionais para trabalharem nesse evento e a valorização pelos especialistas na área enriqueceu pontos importantes do trabalho esportivo, como a análise tática. Mas, tirando a atenção midiática dada ao espetáculo que é a Copa do Mundo, o futebol de mulheres segue sem muita cobertura jornalística, principalmente transmissões televisivas. Em consequência dessa ausência de cobertura o que começou a crescer foi a produção de conteúdo e transmissão de partidas pelos meios digitais.

Outro dado reforça a consolidação da influência digital, com o crescimento da audiência a partir das transmissões via streaming 13. A Fifa estima que 481,5 milhões de pessoas acessaram a cobertura da França 2019 em plataformas digitais, o equivalente a 43% do alcance total da audiência. Com

⁴⁸ MENDONÇA, Renata. **Pela 1ª vez na história, Globo transmitirá seleção feminina na Copa**. 2018. Disponível em: <https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2018/12/10/pela-1a-vez-na-historia-globo-transmitira-selecao-feminina-na-copa/>. Acesso em: 04 ago. 2022.

esse recorte, é inevitável não apontar a tendência de um público que busca sua programação sob demanda, influenciando veículos tradicionais a abrangerem o espaço ao Futebol de Mulheres e adequarem a esse novo mercado. (JANUÁRIO; ALMEIDA; LEAL, 2020, p. 50)

Hoje, três anos depois da Copa do Mundo na França, as mídias digitais são os espaços que mais tem contribuído para o crescimento do futebol de mulheres. A produção de conteúdo independente nas principais plataformas de rede social (*Facebook*, *Instagram* e *Twitter*), os próprios clubes criando canais específicos para seus elencos femininos e os canais de *streaming*, e os aplicativos, que fazem a transmissão dos jogos fizeram com que a onda de interesse pelo futebol de mulheres levantada em 2019 encontrasse possibilidades de se sustentar, potencialmente, até a próxima edição. Assim como outros pesquisadores citados neste trabalho têm afirmado, alinhamo-nos com a perspectiva de que o próximo mundial, que acontece em 2023, na Austrália e na Nova Zelândia, seja transmitido pelos canais de televisão justamente pela cobertura que tem sido consistente nas mídias digitais.

O clube que escolhemos para ser nosso objeto de estudo é um exemplo claro dessa ação pelos meios digitais e plataformas de redes sociais. O Corinthians possui um canal exclusivo da equipe feminina nos três sites de redes sociais mais usados pelos brasileiros (*Facebook*, *Instagram* e *Twitter*) e por lá, além de interagir com seu público, publica frequentemente informações sobre a equipe, bastidores, acompanha os jogos ao vivo e, em alguns casos, já realizou a transmissão das partidas com imagens e narração para que seus torcedores também pudessem acompanhar a atuação das atletas do time.

3.2 As mídias sociais e a cobertura do futebol de mulheres

As redes sociais *online* são fruto do encontro de dois avanços tecnológicos da nossa era: a evolução da *internet* e dos dispositivos móveis. “Elas são lugares de fluxo, trânsitos e multiplicação de corpos que se autodifundem, articulam-se e ressignificam temporalidades e espacialidades; ambiências de mediações das mais diversas” (GUTMANN, 2021, p. 17). A ação dos atores e as ferramentas de interatividade proporcionadas por esses espaços trouxeram novos desafios ao modelo tradicional de fazer jornalismo, demandando esforços da área para se adaptar e se reinventar no meio digital.

Quando falamos em atores nos referimos, de acordo com Raquel Recuero (2009), às pessoas, instituições e grupos que estão nas redes digitais e nelas desenvolvem suas conexões, que são chamadas de interações e/ou laços sociais. É importante frisar que o contexto

particular vivenciado nessas plataformas, que têm provocado mudanças inclusive na atuação do jornalismo, assim se constituem não por mera questão técnica dos dados disponibilizados pelo algoritmo e a matemática do meio digital, mas, principalmente, pelas relações singulares construídas ali, o envolvimento e as narrativas compartilhadas.

A “plataforma”, o “canal”, o “perfil” não são apenas ferramentas, recursos, veículos, mas ambiências atravessadas por temporalidade, por fluxos de imagens, textos, sons, identidades. Acoplagens espaço-temporais são forjadas nas dinâmicas de conexão das comunidades, estejam elas numa plataforma como um todo ou reunidas como seguidores de uma conta, em perfis, em grupos fechados, em fóruns etc. [...] E quando nos relacionamos com sites de redes sociais, nos colocamos enquanto corpos em interação a partir de likes, deslikes, compartilhamentos, trajetórias de leituras, rankings, memes, paródias, stories, selfies, textos e textões, planos, enquadramentos, gestos, vestimentas etc (GUTMANN, 2021, p. 67 e 77).

A produção, distribuição e o consumo do jornalismo através dos dispositivos móveis demanda um olhar sobre a arquitetura do design do conteúdo que será apresentado e as linguagens e narrativas a serem adotadas. Por passar a consumir através de telas de diversos tamanhos e receberem conteúdo de acordo com algoritmos, a disposição do material deve estar de maneira atrativa visualmente e com um formato narrativo que possua lógica. “Não se trata de apenas “arquitetar” a informação da melhor forma, mas de desenhar uma melhor experiência” (BERTOCCHI; CAMARGO; SILVEIRA, 2015).

Uma experiência que é articulada como “o *flop* da mídia”, tal como concebe Gutmann, (2021), ao analisar alguns videoclipes que eram transmitidos pela MTV (*Music Television*) e observar que os vídeos musicais, que mesclam imagens, sons e textos, ganham outras dimensões e formas de consumo na sociedade da nossa década. Essas produções audiovisuais extrapolam a delimitação de produto acabado quando se tornam fragmentos que irão alimentar outros espaços, como os próprios aplicativos de redes sociais *online*.

Os trechos recortados serão transformados em memes, paródias, comentários, *reactions* que terão uma relação circular com o vídeo de origem. Alguns podem chegar até essas adaptações após assistirem aos audiovisuais originais, enquanto outros serão atraídos por esses conteúdos fragmentados a ver o videoclipe em questão. “A noção de produto enquanto evento único e específico “flopou”, [...], porque já nos parece anacrônica a ideia de isolar o objeto das complexas redes comunicacionais/culturais das quais faz parte” (GUTMANN, 2021, p. 27).

Esse recurso de fragmentação de um produto para alimentação dos espaços de socialização virtual é um dos métodos adotados para a produção de conteúdo sobre futebol de

mulheres nos aplicativos de redes sociais, principalmente na conta do Corinthians no *Twitter*. Os administradores da página, e outros perfis independentes, sejam eles pessoais, fã clubes ou jornalísticos, se valem de um único produto audiovisual (a partida de futebol jogada pelas atletas), para a criação de fotografia, artes, memes, vídeos com recortes de melhores lances, gols, comemorações e discussões diversas. O consumo de um jogo não acaba após o apito final do árbitro aos 45 minutos do segundo tempo; continua com as redes sociais virtuais.

Neste trabalho, a rede social *online* que receberá maior atenção é o *Twitter*, como já enfatizado anteriormente. Mas, vale lembrar que, de acordo com a definição de Raquel Recuero (2009), o *Twitter* não é a rede social, mas a plataforma que a rede se forma. Por isso, o chamamos de *site* de redes sociais. Ainda dentro dessa definição podemos dividir este grupo em dois: os *sites* de redes sociais propriamente ditos e os apropriados.

Sites de redes sociais propriamente ditos são aqueles que compreendem a categoria dos sistemas focados em expor e publicar as redes sociais dos atores. São sites cujo foco principal está na exposição pública das redes conectadas aos atores, ou seja, cuja finalidade está relacionada à publicização dessas redes. [...] Sites de redes sociais apropriados são aqueles sistemas que não eram, originalmente, voltados para mostrar redes sociais, mas que são apropriados pelos atores com este fim. É o caso do Fotolog, dos weblogs, do Twitter, etc. São sistemas onde não há espaços específicos para perfil e para a publicização das conexões. Esses perfis são construídos através de espaços pessoais ou perfis pela apropriação dos atores (RECUERO, 2009, p. 104).

O *Twitter* é então uma plataforma que se aproxima de um *microblog*. Seu usuário pode publicar um texto de até 280 caracteres com imagem ou vídeo. A estrutura dessa rede é baseada na ação de seguir. O usuário verá somente o conteúdo publicado ou compartilhado, chamado de *retweet*, dos perfis que ele segue e assim vice-versa. É possível também estabelecer interação comentando nas publicações e/ou marcando o perfil de outro ator. Por fim, vale lembrar que todo o conteúdo postado fica exposto na sua página pessoal, mas que também é possível o envio de mensagens privadas.

Nesse contexto, o perfil do clube analisado precisa pensar na experiência narrativa que ofertam com vistas a fidelizar seu público e assim conseguir estabelecer interações mais significativas. Durante um campeonato, por exemplo, não basta somente notificar as informações das partidas e resultados. As pessoas querem estar por dentro dos momentos de treinos, bastidores, acompanhar em tempo real a partida e interagir com o clube e as jogadoras. Então, é necessário que se pense numa lógica estrutural de como organizar e

produzir este conteúdo, de forma a contar, de fato, uma história e não apenas trazer fragmentos dispersos.

Com o estabelecimento e manutenção constante dessa rede entre o clube, jogadoras e seus seguidores, o futebol de mulheres ganha maior movimentação entre os assuntos em pauta nos grupos sociais. Primeiro no espaço das redes sociais *online*, depois para as *offline* e forçando a cobertura das mídias tradicionais. “A possibilidade de interação direta com o produtor de notícias ou opiniões é um forte trunfo a explorar pelo webjornalismo” (CANAVILHAS, 2001, p. 2).

Para exemplificar o que seria uma maior interação no *Twitter*, podemos usar como referência os comentários. Quanto maior o número de comentários, maior é potencialmente a quantidade que aquele conteúdo foi e será visto, uma vez que no *Twitter* qualquer interação do usuário é divulgada para seus seguidores. Maior interatividade gera maior visibilidade e ser visto é o que o futebol de mulheres no Brasil precisa, além do próprio clube que está investindo na modalidade e visa um retorno financeiro. Ser visto também implica no que chamamos hoje de tecnicidade, conceito que melhor será explorado no próximo tópico.

Ainda é preciso dar ênfase aos conceitos de reputação e autoridade nas redes sociais *online* que sustentam a efetividade do perfil no *Twitter*, mas também em outras plataformas, na fidelização e interação do seu público, servindo como fonte de informação e relacionamento para seus torcedores. A reputação é construída com base na tríade do “eu”, o “outro” e a relação entre ambos. Ou seja, a reputação de um ator nas redes sociais *online* é pautada no que você é, no que o outro pensa e o resultado destes dois fatores.

Partindo das noções do Goffman (1975), por exemplo, poderíamos dizer que a reputação de alguém seria uma consequência de todas as impressões dadas e emitidas deste indivíduo. A reputação, assim, pode ser influenciada pelas nossas ações, mas não unicamente por elas, pois depende também das construções dos outros sobre essas ações. Um dos pontos-chave da construção de redes sociais na Internet é, justamente, o fato de que os sistemas que as suportam permitem um maior controle das impressões que são emitidas e dadas, auxiliando na construção da reputação. Assim, uma das grandes mudanças causadas pela Internet está no fato de que a reputação é mais facilmente construída através de um maior controle sobre as impressões deixadas pelos atores. Ou seja, as redes sociais na Internet são extremamente efetivas para a construção de reputação (RECUERO, 2009, p. 109).

Já a autoridade está ligada ao poder de influência que aquele perfil estabelece com a sua rede. A autoridade compreende também a reputação. Ambas dependem da questão da relação estabelecida entre os atores. Porém, a autoridade é um termômetro da influência sobre seus seguidores, enquanto a reputação diz só sobre a relação. O perfil do Corinthians nas redes

sociais *online* precisa destas duas características para ser efetivo na divulgação de seu time. Ele tem boa reputação com seus seguidores, visto que as interações demonstram proximidade e admiração entre as partes, e consegue exercer sua autoridade sobre a audiência fazendo com que quem está ali acompanhe cada vez mais o trabalho do clube, seja lá qual for a plataforma.

3.2.1 O *Twitter*, o futebol de mulheres e o conceito de tecnicidade

O conceito de tecnicidade está atrelado ao termo tecnocomunicativo, criado por Jesús Martín-Barbero, que nada mais é do que a vontade que temos de ver e nos ver, além de como a gente consome os conteúdos hoje em dia, já que vivemos um contexto de globalização e em redes sociais *online*. Sendo assim, nós atuamos em um entorno tecnocomunicativo que é constituído por essa ambiência digital que estamos inseridos. Espaço esse em que a comunicação analógica, massiva, o passado e as nossas experiências de mundo estão fortemente articulados. Deste modo, já não se trata mais de um aparelho ou meio, mas da relação criada por eles.

Pensar experiência com audiovisual implica considerar que a percepção do mundo se dá neste espaço de simbiose entre a mão e o metal sobre a qual nos falava Benjamin. É esta a pista retomada por Martín-Barbero para a compreensão das aparelhagens, atualizada pelo sentido de tecnicidades enquanto mediação, camada de acesso ao vivido. [...] Martín-Barbero compreende essa mediação como forma (expressiva) de acesso e construção de sentido das coisas do mundo. Em *Os exercícios do ver* (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004), explora a ideia de tecnicidade enquanto dimensão contemporânea de visualidade e a toma como operador metodológico para a abordagem das camadas de acesso ao novo sensorium. (GUTMANN, 2021, p. 50 e 51)

Quando analisamos anteriormente uma das estratégias usadas pelo *Twitter* do Corinthians e outras contas, a fragmentação de um produto audiovisual para a produção de conteúdo para suas redes sociais, acabamos nos referindo a um recurso do universo tecnocomunicativo. Gutmann (2021) afirma que o corpo, a gestualidade, os enquadramentos de câmera, os cenários, os tipos de edição, as plataformas, as sequências agenciadas pelos algoritmos e tantas outras particularidades são dimensões de tecnicidades e nos dizem sobre possibilidades da experiência do consumo. Não se trata apenas da técnica ou dos recursos ferramentais, mas de como pregar algumas perspectivas.

A tecnicidade está presente em vários espaços, alguns deles conectados com os espaços criados pelas redes sociais *online* com os perfis e as interações geradas. Podemos ver a

tecnicidade acontecer nos fluxos virtuais de comunicação que desafiam autoridades e hierarquias, oferecendo novos modelos de identificação, como é o caso do futebol de mulheres que precisa quebrar a misoginia da modalidade para existir e a sua presença nas redes sociais gera identificação. Também a percebemos como ação sobre o espaço, permitindo que sujeitos isolados tenham um mínimo de vínculo, o que acontece no Twitter, e nos outros sites, quando os usuários interagem com o perfil que publicou algum conteúdo. Ali, ainda que provisório e por vezes efêmero, há o encontro de vários personagens isolados que se conectam em rede e se identificam. Nesse caso, “as identidades não são apenas da ordem dos laços sociais, das comunidades plurais e diversas, mas resultado de atuações mais complexas pelas quais estabelecemos modos de organização e disposição do tempo a partir de corporalidades diversas e instáveis” (GUTMANN, 2021, p. 58).

No caso do *Twitter* e do futebol de mulheres, um dos momentos em que podemos perceber essa identificação das pessoas com a temática é acompanhando os *trendings topics*, que consistem numa aba do próprio site que reúne durante o dia, ou uma certa faixa de horário, as palavras mais citadas pelos usuários. Essa lista pode ser em nível mundial, nacional ou por assuntos específicos. No caso do Corinthians e sua equipe feminina de futebol, o clube e as atletas já estiveram presentes várias vezes nesse espaço, além de serem referenciados em mais de uma das palavras da lista. Destacamos dois episódios em que isso aconteceu.

O primeiro foi no dia 21 de novembro de 2021, quando o Corinthians estava em campo contra as colombianas do Independiente Santa Fe, domingo à noite, às 20h. O time paulista venceu as adversárias por 2 a 0 e consagrou-se tricampeão da competição. O jogo contou com transmissão da FOX Sports e da Conmebol TV, ambos não são canais abertos. O primeiro é por assinatura e o segundo é o *pay per view* da Confederação Sul-americana de Futebol. Mesmo com transmissão limitada a um certo público, já que era necessário ter algum desses em casa, muitos torcedores acompanharam a partida e impulsionaram o time e as jogadoras nos *tweets*.

Entre os horários das 21h54 até às 22h19, o Corinthians Feminino ocupou cinco posições dos *trending topics* nacionais. A atacante Adriana, atleta que marcou o primeiro gol da partida, a meia campista Gabi Zanotti, camisa 10 do time, e a outra meia Tamires, capitã da equipe, foram os nomes que apareceram na lista. Juntas somavam mais de 15 mil citações quando realizei a captura de tela do aplicativo. Minutos depois, com o encerramento do jogo, os tópicos “AS BRABAS”, como são conhecidas as atletas de futebol do Corinthians, e a

hashtag #RespeitaAsMinas, movimento adotado e de grande identificação do clube, estava em alta no Brasil, também ultrapassando a marca de 15 mil *tweets*.

FIGURA 1 - Prints *trending topics* Brasil no *Twitter*, na noite da final da Copa Libertadores 2021, relacionados ao Corinthians feminino



Fonte: Captura de tela e montagem feitas pela autora

Já o segundo momento, foi durante o segundo jogo da final do Campeonato Paulista de 2021. A disputa entre Corinthians e São Paulo, o famoso clássico Majestoso, aconteceu no dia 8 de dezembro daquele ano, numa quarta-feira à noite, às 21h. Novamente, as brabas foram campeãs, erguendo seu terceiro título consecutivo na competição estadual e o terceiro no ano. Diferentes da decisão do campeonato continental, o Paulistão contou com transmissão aberta pelo canal da Federação Paulista de Futebol (FPF) no *YouTube* e pelo canal fechado do SporTV. Com transmissão aberta, se tratando de um campeonato inteiramente local, com dois times grandes na final e o principal, todo o campeonato teve transmissão dos jogos, seja pelo *YouTube* ou SporTV, e melhor cobertura pelos sites especializados, a repercussão da partida no *Twitter* foi ainda maior.

O Corinthians chegava ao jogo com placar desfavorável após ter perdido para o São Paulo, no sábado anterior, por 1 a 0 no Estádio Cícero Pompeu de Toledo, o Morumbi. Para ter chances de erguer mais uma taça era preciso fazer, no mínimo, o mesmo placar em casa. O segundo jogo foi disputado na Neo Química Arena, estádio do Corinthians no bairro de Itaquera (SP). Logo no primeiro tempo, com aproximadamente 30 minutos de partida, o time alvinegro abre 2 a 0 com gols marcados por Gabi Zanotti, que naquele momento era o primeiro nome, relacionado ao jogo, que aparecia nos *trending topics* do *Twitter*. Tinha sido citada 1627 vezes.

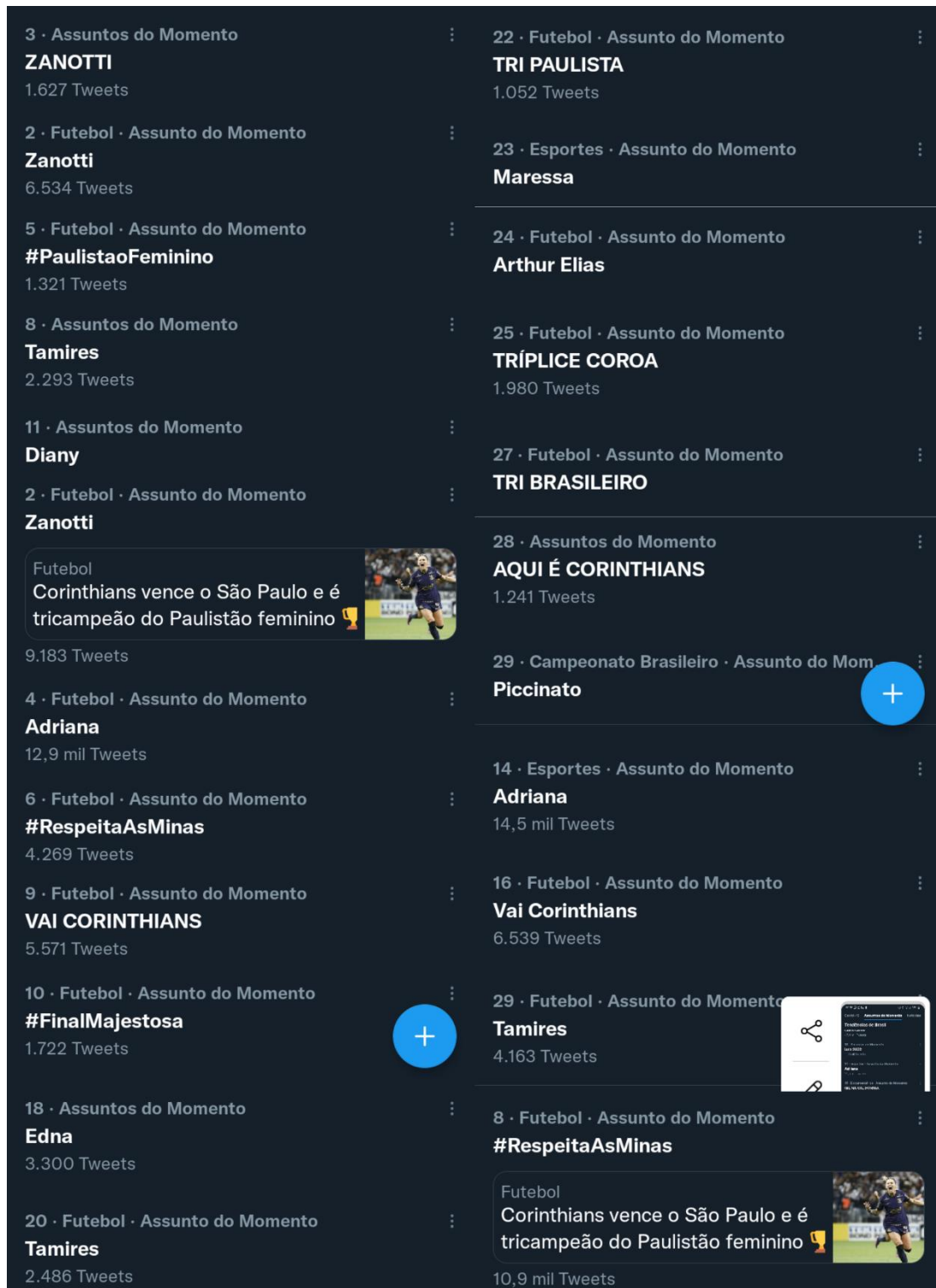
Das 21h28 até às 00h50 era possível encontrar palavras relacionadas à final majestosa no *trending topics* nacional. Ao total eram 16 tópicos ligados à partida. 11 deles diretamente

sobre o Corinthians, dois sobre o São Paulo e três sobre o jogo em si. Pelo lado corinthiano foi possível encontrar o nome das jogadoras Gabi Zanotti, Tamires, a volante Diany, Adriana, quem marcou o gol da vitória aos 45 minutos do segundo tempo, e do técnico Arthur Elias.

Já as palavras relacionadas ao clube alvinegro eram, novamente, a *hashtag* #RespeitaAsMinas, os termos TRI PAULISTA, TRI BRASILEIRO, recordando a vitória do campeonato nacional que o Corinthians havia conquistado em setembro, TRÍPLICE COROA, vocábulo usado quando uma equipe vence três competições na mesma temporada, e os famosos gritos da torcida, o Vai Corinthians e o AQUI É CORINTHIANS. Pelo lado são paulino, os nomes da meia campista Maressa e do técnico Lucas Piccinato também apareceram na lista. Por fim, mais três posições dos tópicos pertenciam ao jogo no geral. As *hashtags* #PaulistaoFeminino, #FinalMajestosa e o nome da árbitra do jogo, Edna.

É importante também demarcar o momento em que esses tópicos entraram para a lista de assuntos do momento no *Twitter*. Como já dito, a Zanotti foi a primeira a entrar para os *trending topics*, às 21h28, quando abriu o placar para seu clube e por lá permaneceu até 23h02, horário que o jogo acabou. Até esse momento foram mais de 9100 *tweets* com o nome dela. Também ao final do jogo se registrava 12,9 mil *tweets* com o nome da Adriana, mais de 4200 com a #RespeitaAsMinas, 5571 com VAI CORINTHIANS, 1722 *hashtags* do #FinalMajestosa, 3300 falando sobre a Edna, 2486 sobre a Tamires, 1052 vezes tuitaram o termo TRI PAULISTA e ainda naquele horário tínhamos os nomes da Maressa, Arthur Elias, Piccinato, e o termos TRÍPLICE COROA, TRI BRASILEIRO e AQUI É CORINTHIANS na lista. Vale lembrar que as últimas capturas de tela registradas foram feitas às 00h50, esse horário o jogo já havia se encerrado a mais de 1h50 e mesmo assim o futebol de mulheres ainda estava nos assuntos em alta com 14,5 mil *tweets* sobre a Adriana, o grito Vai Corinthians citado mais de 6500 vezes, Tamires praticamente dobrou a quantidade de vezes que foi tuitada e a *hashtag* #RespeitaAsMinas chegou a 10,9 mil *tweets* naquele momento.

FIGURA 2 - Prints dos *trending topics* Brasil no *Twitter*, na noite da final do Campeonato Paulista 2021, relacionados ao Corinthians feminino



Fonte: Captura de tela e montagem feitas pela autora

O fato de o nome de muitas atletas terem aparecido nos *trending topics*, como exposto anteriormente, demonstra o quanto as redes são constituídas por afetos e identificação. Só

duas das cinco citadas marcaram gols na partida. As outras foram elevadas por terem se destacado durante o jogo, porque seus fãs estavam acompanhando-as. E mesmo aquelas que tiveram a felicidade de marcar um gol, muitos dos *tweets* vangloriavam suas ações e trajetórias. A própria Gabi Zanotti é ovacionada com frequência como a melhor meia campista do país, melhor camisa 10 e ainda na noite da final paulista, seu primeiro gol, marcado num chute de primeira de fora da área, foi elogiado e replicado várias vezes pelas redes sociais *online*. A atleta foi uma das heroínas da noite.

Santos e Medeiros (2009) ressaltam que o ídolo esportivo é construído pelo espetáculo da mídia através da narrativa contínua sobre as conquistas esportivas alcançadas pelo atleta referente, mas que normalmente vão além dos elementos restritos à trajetória traçada pelo mesmo no esporte. Ao transitar pela vida pessoal dos atletas e pelas conquistas financeiras e materiais dos mesmos, a mídia acaba por construir representações sociais de heroísmo, ou até mesmo de vilania, que se tornam modelos de comportamento. Dessa forma, se estabelece uma relação paralela entre o protagonismo dos atletas no espetáculo esportivo e a figura de herói construída através da narrativa midiática. (SANTOS; MEZZAROBA; SOUZA, 2017, p. 101)

Pensar em uma mulher ser ídolo de futebol era algo impossível no início da prática da modalidade no Brasil, e até alguns anos atrás, visto que a proibição acabou somente nos anos de 1980. Gabi Zanotti e Adriana foram as heroínas da noite, tanto que estamparam matérias nos principais *sites* esportivos do Brasil e a meia campista, camisa 10 da equipe, ainda foi entrevistada para o programa Esporte Espetacular, transmitidos nas manhãs de domingo da Globo, para responder sobre o jogo que havia acontecido no meio da semana, sua carreira e as perspectivas para a próxima temporada. Destacamos que esse é um movimento importante, não apenas para a carreira das protagonistas, mas para o processo de legitimação das mulheres nos espaços públicos, ressignificando o imaginário social em torno das múltiplas possibilidades de atuação feminina na sociedade.

4 JOGADORAS PROTAGONISTAS: UMA ANÁLISE DOS *TWEETS* DO CORINTHIANS FEMININO

O objeto proposto para a análise que apresentaremos neste capítulo consiste nas narrativas produzidas pelo Sport Clube Corinthians Paulista (SCCP) para a divulgação da sua equipe feminina de futebol em seus posts no perfil do *Twitter*, no período de junho a dezembro de 2021. O recorte temporal se dá pelo fato de que o clube viveu todos os campeonatos que disputou e diferentes fases dele, além de que o maior evento esportivo, os jogos olímpicos, também estão inseridos nesse intervalo de tempo. Cronologicamente, durante esses meses, é possível encontrar *posts* falando sobre as atletas do clube que foram convocadas para representarem o Brasil nas Olimpíadas, a segunda fase do Campeonato Brasileiro, que compreende as disputas do mata-mata e a final, início e fim da Copa Libertadores e o Campeonato Paulista. Desse modo, tivemos diferentes torneios e fases deles, compondo um mosaico considerado rico e diverso.

Antes de explorar, de fato, o objeto em análise, foram desconsiderados os *tweets* de cobertura em tempo real das partidas por serem muitos e, em sua maioria, dizerem respeito apenas aos detalhes técnicos e dinâmica dos jogos. Outros grupos também foram excluídos do *corpus*, como as postagens sobre as categorias de base e os *posts* de “contato”, como os que se prestam a dar “bom dia” aos seguidores. Contudo, eventualmente, podem compor a análise alguns desses conteúdos, sob o critério de dialogarem com a temática proposta como, por exemplo, o episódio de racismo sofrido por uma das atletas na semifinal da Copa Libertadores 2021, registrado durante a transmissão do jogo.

A escolha pelo *Twitter* do Corinthians, em primeira mão, parte de uma afinidade pessoal com o clube, mas, também há outras questões a serem consideradas. O time é um dos primeiros no Brasil a criar canais nas redes sociais para falar só sobre seu elenco feminino, o @SCCPFutFeminino, no caso do *Twitter*. Tal ação e a repercussão com seu público impulsionaram outras equipes a também adotarem a mesma estratégia. Além disso, só o Corinthians e a Ferroviária, clube da cidade de Araraquara, participaram de todos os campeonatos que os clubes brasileiros participam. Porém, só o time da capital paulista, entre esses dois, teve atletas convocadas para a Olimpíadas.

De forma geral, o conteúdo presente nas redes sociais do Corinthians Feminino, em específico o *Twitter*, variam entre *posts* informativos e interativos. Por lá, é possível encontrar todas as informações sobre a situação física das jogadoras, quais foram relacionadas para os

jogos, quem entrará em campo, horários e locais das disputas, como conseguir os ingressos, informações pós-jogo, calendário da equipe, vídeos de bastidores, mensagens das atletas e *posts* de interação com a torcida. Este trabalho fez um levantamento de todo esse conteúdo e de outros relacionados com a impulsão na disseminação do futebol de mulheres nas pautas sociais e de grandes veículos da mídia.

A técnica de coleta de dados para esta pesquisa foi manual, procedimento documental e de forma laboratorial. Porém, para facilitar esse processo, foi usado um código nas buscas. Para não ter o trabalho de rolar a página do *Twitter* do Corinthians feminino até o período em questão, o que além de ser extremamente trabalhoso não é viável, uma vez que pela tela de rolagem não é possível ultrapassar uma certa data de distância, aplicamos no campo de buscas do *Twitter* o seguinte código “(from:SCCPFutFeminino) until:2021-XX-XX since:2021-XX-XX”. Nele, colocava a data dos tuítes que desejava encontrar. Outro facilitador para esse processo foi usar um intervalo de dois dias entre as datas colocadas no código para que as chances de perder alguma publicação importante fosse menor e ter uma quantidade reduzida de conteúdos por página para a seleção.

Além dos autores já relacionados nos capítulos anteriores, a análise que se segue parte dos pressupostos sobre cultura, de Raymond Williams, e suas contribuições para os estudos culturais, através da leitura feita por Maria Elisa Cevasco sobre o teórico. Resumidamente, para Williams, a cultura produz a realidade. Assim é, para nós brasileiros, o futebol de mulheres. A nossa cultura fez com que ligássemos o futebol ao universo masculino, tanto que quando nos referimos a esse esporte não precisamos nem demarcar a palavra “masculino” para compreendermos majoritariamente a que categoria estamos nos referindo. Mas, também é a produção de narrativas que pode modificar essa cultura. “[...] a cultura é sempre alinhada, na medida em que é uma prática social que se dá entre pessoas em situações específicas, portanto com significados específicos que podem variar - e efetivamente variam - em diferentes situações socio-históricas”. (CEVASCO, 2001, p. 130)

Os ideais de Williams também vão ao encontro da temática deste trabalho quando ele se opõe às ideias de Thomas Eliot, um pensador conservador elitista que argumentava “que a cultura tem um crescimento orgânico, ou seja, cresce naturalmente e não é preciso planejar e nem ajudar seu desenvolvimento” (CEVASCO, 2001, p. 133). O que sabemos que não é o caso quando falamos do futebol de mulheres. Além de que, “o processo cultural não pode ser considerado como simplesmente adaptativo, extensivo e incorporativo” (WILLIAMS, 1979, p. 117). Logo, é necessário um rompimento nos costumes, algo que precisa de uma ação revolucionária, autêntica, que fure barreiras e costumes. A cultura não é passiva. Ela sofre

resistências, pressões, alterações e vai se renovando e recriando seus conceitos. A cultura é um processo ativo, assim como no interior das hegemonias a sempre muitas disputas e contrariedades.

Acreditamos que a cultura de se consumir mulheres no futebol, um espaço no qual estamos mais acostumados com corpos masculinos, tem crescido, também, porque há uma produção de conteúdo, narrativas que proporcionam visibilidade e familiaridade com outros corpos e performances. Ele não é orgânico, mas sim pode ser planejado e atualizado nas relações cotidianas. Apontamos que o jornalismo pode ter grande parte nisso, embora as mídias tradicionais ainda não tenham se engajado de forma consistente nessa construção.

Esse espaço no futebol, que para nós mulheres foi restrito, condiz com um conjunto de valores culturais que, em grande medida, tem ditado limites na performance dos corpos femininos. Tal comportamento, de domínio e subordinação, gerou na sociedade desigualdades entre os gêneros no esporte, principalmente no futebol, e configurou-se, apropriando-nos de Williams (1979), em um comportamento hegemônico, amplamente revalidado cotidianamente, até mesmo pelas partes subjugadas da sociedade.

A hegemonia é [...] um conjunto de práticas e expectativas, sobre a totalidade da vida, [...] um sistema vivido de significados e valores - constitutivo e constituidor - que, ao serem experimentados como práticas, parecem confirmar-se reciprocamente. Constitui assim um senso de realidade absoluta, porque experimentada, e além da qual é muito difícil para a maioria dos membros da sociedade movimentar-se, na maioria das áreas de sua vida. Em outras palavras, é no sentido mais forte uma “cultura”, mas uma cultura que tem também de ser considerada como o domínio e subordinação vividos de determinadas classes (WILLIAMS, 1979, p. 113).

O processo hegemônico vivido durante o início da prática do futebol por mulheres fez com que a modalidade tenha rastros até hoje do silenciamento e limitações vivenciados. Acreditar que o futebol fosse capaz de masculinizar a mulher, de causar danos a sua capacidade reprodutiva ou que esse esporte não era apropriado para uma mulher de “boa família” fez com que se criasse um senso de realidade limitador à ação das mulheres, que se tornaram uma classe dominada e subordinada no esporte e essa desigualdade que se perpetua de muitos modos. Um exemplo é a forma como lembramos somente dos homens quando falamos de futebol. Nossas experiências e relações culturais com esse esporte nos fazem ter esse olhar, de que só existe essa possibilidade: se é futebol, estamos falando especificamente de homens. Nesse contexto, enfatizamos que reconhecer os valores limitadores que nos norteiam enquanto sociedade é o primeiro passo para rompermos tais hegemonias.

Entender o futebol como um esporte tradicionalmente masculino faz parte da estrutura social, deixando evidente o tamanho do desafio de conferir visibilidade e legitimidade ao futebol por mulheres. “O que temos de ver não é apenas “uma tradição”, mas uma tradição seletiva: uma versão intencionalmente seletiva de um passado modelador e de um presente pré modelado, que se torna poderosamente operativa no processo de definição e identificação social e cultural.” (WILLIAMS, 1979, p. 118). Sendo assim, se lidamos com uma tradição seletiva, certos significados e práticas são escolhidos para ênfase enquanto outros são postos de lado ou negligenciados. Logo, essa seleção é entendida como tradição e passada de geração em geração, mantendo a hegemonia e o domínio de uma classe específica.

Dentro das normas culturais dominantes, Williams explica que há o costume alternativo e o que é opositor, e dentro disso a distinção entre as formas residuais e emergentes. Por residual entendemos como “experiências, significados e valores que [...] são vividos e praticados a base do resíduo de uma instituição ou formação social e cultura anterior” (WILLIAMS, 1979, p. 125), ou seja, na tradição seletiva, o futebol de mulheres foi negligenciado, sofreu uma exclusão discriminativa e teve que viver às margens da sociedade durante muitos anos, como aconteceu durante o início de sua história, e, principalmente, nos 40 anos que a modalidade foi proibida por lei no Brasil.

Já por emergente, entendemos que há a criação de “novos significados e valores, novas práticas, novas relações e tipos de relação que [...] emergem no sentido rigoroso, e não simplesmente novo” (WILLIAMS, 1979, p. 126), conceito que podemos aplicar também ao futebol de mulheres. Não é uma cultura nova, mas algo que está emergindo na nossa sociedade graças a novas relações estabelecidas, sentidos e valores adotados, além da diluição e abolição de outros. Avançamos no entendimento cotidiano de que a mulher não é mais a classe subordinada, mesmo que ainda sofra com a dominação masculina em muitos espaços, mas relativamente menos se comparado a 40 anos atrás, graças às lutas feministas por equidade.

A ideia de que o futebol e outros esportes poderiam masculinizá-las e torná-las infértil já foi abolida, a presença delas nos campos passou por uma ressignificação, uma vez que elas não estão lá para mero fetiche masculino ou um espetáculo circense, mas para praticarem a modalidade de modo profissional ou por mero lazer. São sujeitos e não objetos de desejo, assim reivindicamos. Além de tudo isso, uma das novas práticas adotadas que podemos dizer que contribuiu com a legitimidade do futebol de mulheres, e apontamos neste trabalho, é a cobertura das redes sociais *online*. O fluxo de informações dá um novo sentido à categoria, valoriza a prática e a disseminação desse conteúdo faz com que o futebol de mulheres se torne

algo mais popular e entre para a realidade das pessoas. Pelo menos, daquelas que estão conectadas por essas redes e têm inclinação para o esporte.

Já que o futebol de mulheres, em seu modo emergente, está furando uma hegemonia que foi passada como tradição entre gerações, podemos identificar nesse processo de mudança as “estruturas de sentimento”. Podemos definir as estruturas de sentimento “como experiências sociais em solução, distintas de outras formações semânticas sociais que foram precipitadas e existem de forma mais evidente e imediata” (WILLIAMS, 1979, p. 136). Dessa forma, essas mudanças culturais que têm acontecido com o futebol de mulheres só são possíveis porque alguém, ou algum grupo, observou e desconfiou do modo como as estruturas sociais eram organizadas e driblou a hegemonia dominante se colocando em resistência e oposição às práticas impostas.

Desse modo, a observação que se segue baseia-se no método descritivo. Através dos *posts* selecionados, nos debruçamos sobre as principais temáticas das publicações, a linguagem adotada nelas e a interação gerada com o público do canal para apontar como as narrativas tensionam a cultura, tomando o futebol de mulheres como uma prática emergente, que impulsiona as conversações sociais em torno da categoria, a ponto de, em alguma medida, fraturar a hegemonia das pautas sociais e da mídia tradicional, fundando novos regimes de visibilidade e legitimação.

4.1 Caracterização do perfil no *Twitter* e do *corpus* de análise

A conta no *Twitter*, criada em janeiro de 2019, tem atualmente mais de 305,4 mil seguidores e segue 102 usuários, entre eles as atletas do seu elenco profissional e de base, algumas produtoras de conteúdo sobre futebol de mulheres, os patrocinadores da equipe e outros departamentos do Corinthians, como as equipes de basquete, futsal e do futebol masculino. Em seus quase três anos e meio de existência, já foram publicados mais de 9.700 tuítes. Para este trabalho, foram selecionadas 270 publicações que compreendem desde o dia 28 de junho de 2021 até 31 de dezembro do mesmo ano.

Como já dito anteriormente, durante esse período o time e as atletas estiveram envolvidos em quatro grandes competições. A Olimpíada de Tóquio 2020, que aconteceu de 23 de julho a 8 de agosto de 2021 por conta da pandemia da Covid-19, a fase de mata-mata do Campeonato Brasileiro 2021, que começou no dia 14 de agosto e a final foi disputada no dia 26 de setembro, a Copa Libertadores da América 2021, que foi realizada entre os dias 3 a 21

de novembro, e por fim, o Campeonato Paulista 2021 que teve seu início no dia 10 de agosto e o último jogo no dia 5 de dezembro.

Agora, olhando com atenção para o conteúdo veiculado pelo @SCCPFutFeminino, é possível encontrar por lá, com maior frequência, publicações sobre a cobertura dos jogos, sempre seguindo um certo padrão. As informações sobre onde, quando e com quem será a próxima partida são publicadas em dois momentos. No primeiro, um dia antes é divulgada uma arte com todo esse conteúdo, já no segundo, à meia noite do dia do jogo, há a postagem de outro tuíte, com uma mídia, normalmente uma fotografia das atletas, com todas as informações da partida no corpo do texto que acompanha a imagem.

No dia do jogo a movimentação da conta é sempre maior. Com algumas horas de antecedência da partida há a publicação de outros tuítes para ir relembrando que o horário da disputa está próximo e há a divulgação de outras informações que competem àquele momento, como o caso da relação de jogadoras para o confronto. Sempre uma hora antes do jogo é publicada a lista com as atletas que começarão jogando e as que estarão à disposição no banco de reservas. Neste momento também é passado algumas informações do departamento médico sobre as atletas lesionadas ou a justificativa da ausência de algumas, que serve de explicação porque alguns nomes não foram relacionados.

Outro conteúdo que é encontrado com frequência é a cobertura em tempo real dos jogos que vai desde o momento em que as atletas chegam aos estádios, com vídeos delas descendo do ônibus, treino de aquecimento, até o acompanhamento lance a lance durante o jogo, que acontece com tuítes somente textuais, e a divulgação do placar final, essa sempre com uma arte que leva uma foto e o resultado da partida. Importante salientar que no acompanhamento lance a lance do jogo, quando a equipe faz um gol, o tuíte de anúncio do ponto marcado vem acompanhado de uma mídia visual, que normalmente é um *GIF*. Essa mídia é um recurso muito simbólico para a atual evolução do futebol de mulheres. Essas imagens são realizadas no *Media Day*, que é um dia planejado e executado pelo clube antes do começo do campeonato para produzir todo material midiático que será usado durante o torneio.

Esse *Media Day* é comum nos campeonatos masculinos, porém a própria organização das competições é quem realiza. O material produzido é utilizado por vários veículos de imprensa, por exemplo, na hora de mostrar a escalação na transmissão televisiva do jogo mostram as fotos de cada atleta, e pela própria equipe de comunicação da organização do campeonato na divulgação dos eventos. Porém, no futebol de mulheres aqui do Brasil, o *Media Day* só foi acontecer no Campeonato Paulista de 2021, ou seja, o Corinthians adotou

essa prática para o seu elenco feminino, e as redes sociais *online* dele, antes mesmo que fosse algo comum para outras equipes femininas.

Após o encerramento do jogo, já publicado o placar final, é de praxe que publiquem também, logo em seguida, algumas entrevistas realizadas com as atletas à beira do campo ou no vestiário, e no dia seguinte, os gols marcados e os bastidores da partida. Ao final da rodada, acontece também a escolha das "Melhores da Rodada" nas redes oficiais das competições e o próprio clube divulga essas votações. Por fim, outro tipo de conteúdo frequente no canal em questão são tuítes textuais, ou com imagens, vídeos que servem meramente para interagir com os seguidores, como o caso dos *posts* de bom dia, fotos de treinos, desejos de boa semana, fim de semana, feriados, algumas brincadeiras da rede, etc.

Partindo agora para o conteúdo selecionado para este trabalho, faremos a descrição deles seguindo uma divisão temática, proposta pela pesquisadora, após levantamento exploratório dos 270 tuítes contemplados nesta monografia: 265 deles foram classificados em nove eixos temáticos. Já os outros cinco que sobraram são apontamentos extras. As classificações adotadas, que servem apenas à finalidade de organizar a análise, sem nenhuma pretensão de aprisionamento de sentidos ou tratamento estanque do corpus, são as seguintes: a) efemérides; b) contrato profissional; c) atletas e/ou clube em destaque; d) informes do time; e) interações; d) valorização das atletas; e) narrativas testemunhais; f) entrevistas; g) gols da partida; e h) extras. A escolha por esses temas partiu através da observação feita do conjunto de tuítes selecionados e os grupos temáticos que eles formavam.

4.2 Efemérides

É comum encontrarmos em toda e qualquer estratégia de gestão de rede social *online* a inserção de datas comemorativas e/ou simbólicas do calendário nacional, estadual ou até municipal que sirvam para homenagear alguma profissão, um povo e fazer campanhas de conscientização sobre alguma causa social. Isso não se difere no caso do *Twitter* do Corinthians Feminino. Dentro do período em análise neste trabalho foi possível encontrar 11 publicações que se enquadram neste tema, das datas de campanhas e homenagens.

De todas elas, seis não tinham ligação direta com pessoas ou a história do time, tanto que nas imagens utilizadas para divulgação todas eram artes produzidas sem nenhuma fotografia de alguém do elenco, mas são causas de suma importância social em que o clube se vê na tarefa de lembrar a data. São elas: 28 de junho, dia mundial do orgulho LGBTQIA+; 3 de julho, dia nacional de combate à discriminação racial; 4 de agosto, dia da campanha

educativa de combate ao câncer; 10 de setembro, dia mundial de prevenção ao suicídio; 8 de outubro, dia do nordestino; 17 de outubro, dia nacional da vacinação.

Todas essas efemérides são de grande importância nacional e outras até mundiais, mas algumas delas se relacionam de forma especial com a história do Corinthians e o elenco feminino. Lembrar dos dias do orgulho LGBTQIA+, do combate à discriminação racial e ao povo nordestino é lutar pelas causas das suas próprias atletas. É ir contra a LGBTfobia, o racismo e a xenofobia que, infelizmente, algumas delas já passaram e/ou estão sujeitas a sofrerem. Lembrando também que duas dessas datas têm relação com estigmas que o futebol de mulheres carrega na sua história. Quando descrevemos aqui neste trabalho, no capítulo sobre “O futebol de mulheres no Brasil”, destacamos os preconceitos em torno das mulheres que jogavam futebol. Todas vistas como suburbanas, de classe e raça inferior, além do questionamento se essa era uma prática típica do seu sexo.

Já os outros cinco *tweets* que se enquadram nesta subcategoria, e foram estampados com os rostos de pessoas que compõem a equipe do Corinthians, são os dias: 19 de julho, dia nacional do futebol; 5 de outubro, dia mundial do professor; 17 de outubro, dia da música popular brasileira; 18 de outubro, dia do médico; 20 de novembro, dia nacional da consciência negra. Como os dias do futebol, do professor e do médico são comemorações que remetem à profissionais presentes no clube, as publicações traziam, além das felicitações para essas pessoas, fotos desses profissionais que integram a equipe feminina de futebol do Corinthians. No *post* do dia do futebol encontramos imagens das atletas nos treinos, no Dia do Professor dos técnicos das equipes de base e profissional, respectivamente a Daniela Alves e Arthur Elias, e no dia do médico fotos da médica Paula Benayon, a doutora responsável pelo elenco feminino do clube.

FIGURA 3 – Exemplos de *tweets* de datas comemorativas

Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

Dentre as 11 publicações aqui analisadas, somente a do dia 17 de outubro, em homenagem ao dia da música popular brasileira, foi uma publicação com vídeo. Nela, é possível assistir quatro momentos em que as atletas estão ouvindo e cantando algumas músicas características da cultura brasileira de diferentes gêneros: rap, rock, soul e sertanejo. Porém, em duas delas, ao invés das jogadoras seguirem a letra original da canção, elas entoam as adaptações criadas por elas ou pela torcida corinthiana.

As músicas que não sofreram paródias foram “Negô Drama”, do antigo grupo Racionais MC’s, e “Razões e Emoções”, da extinta banda NX Zero. O vídeo de ambas as canções se passava no vestiário das jogadoras em momentos pré-jogo. Já as músicas “Não Quero Dinheiro”, do falecido cantor Tim Maia, e “Investe em Mim”, do sertanejo Jonas Esticado, são as duas melodias que servem como base para as paródias das atletas. As imagens divulgadas de ambos os momentos de cantoria se passam dentro do ônibus das jogadoras.

A paródia da música “Investe em Mim” é uma criação própria do elenco feminino que serve exclusivamente a elas. No refrão da canção ao invés delas cantarem “Investe em mim/ Aposta tudo em mim/ Eu prometo te fazer feliz, eu prometo te fazer feliz”, elas entoam “Investe em mim/ Arthur investe em mim/ Eu prometo fazer um golzin, eu prometo fazer um golzin”. A adaptação do refrão é destinada ao técnico da equipe profissional, o Arthur Elias, responsável pela escolha das jogadoras do elenco e que entram em campo nos jogos.

Já a outra música, “Não Quero Dinheiro”, sofreu adaptação da letra inteira da canção. A paródia criada pela torcida corinthiana leva o título de “Vou Cantar pro Timão Ganhar”. No vídeo da publicação, é possível ver e ouvir as jogadoras cantarem no lugar da letra original “Vou pedir pra você gostar/ Eu te amo/ Eu te adoro, meu amor/ A semana inteira fiquei esperando, pra te ver sorrindo, pra te ver cantando” as frases “Vou cantar pro timão ganhar/ Eu te amo/ Eu te adoro, meu amor/ A semana inteira fiquei esperando, pra te ver Corinthians, pra te ver jogando”. Essa adaptação da música do Tim Maia não é única exclusivamente para o elenco feminino de futebol do Corinthians, mas é a canção mais entoada por elas, o que fez com que a paródia se tornasse símbolo desse elenco.

Por fim, de todas as publicações nessa categoria analisada, a que possui maior simbologia, pelo contexto da causa e pelos fatos que transcorreram a equipe naquele mês, é o *tweet* do dia nacional da consciência negra, publicado no dia 20 de novembro. A repercussão dele foi de 4638 curtidas, 698 retweets e 21 retweets com comentários. Nele, não há nenhum texto a mais além da menção da luta e os créditos de quem fez a foto em anexo ao *tweet*.

FIGURA 4 - Dia da Consciência Negra



Fonte: Corinthians (2021)

A jogadora presente na foto é a meia-campista Grazi, camisa número 7. Ela é uma das atletas negras da equipe e a mais velha do grupo. Na imagem é possível ver ela fazendo gestos antirracismo durante uma partida de futebol. A ação aconteceu na semifinal da Copa

Libertadores 2021, no jogo contra o Nacional, do Uruguai. Uma das atletas do time adversário direcionou uma ofensa racista à uma atacante do Corinthians após ela marcar um gol de pênalti em sua equipe. O tento marcado foi o sexto da goleada de 8 a 0 aplicada pela equipe paulista na equipe uruguaia. Minutos após o ocorrido, a jogadora Grazi entrou em campo, no momento de substituição de atletas, e marcou o sétimo gol corinthiano. A comemoração da atleta, após somar mais um ponto para o time, foi de imediatamente erguer o punho cerrado em repúdio ao caso que havia acabado de acontecer com sua colega de trabalho. É neste momento, antes de todas as outras jogadoras do Corinthians correrem até a camisa 7 e fazerem o mesmo gesto, que o fotógrafo capta a foto usada no post do dia 20 de novembro.

Durante o período de recorte para esta análise, foi possível identificar outro tipo de conteúdo relacionado a efemérides: centenário das jogadoras no time. Duas das atletas da equipe completaram 100 jogos defendendo o clube. Foram elas a atacante Adriana, no finalzinho do mês de setembro, e a meia-campista Victória Albuquerque, no início da segunda quinzena de outubro. Atingir marcos como esse ou até maiores, como de 200, 300 jogos é sempre comemorado no meio esportivo, principalmente no futebol masculino. É como se o atleta estivesse comemorando um aniversário, sua longevidade na equipe.

No caso do futebol de mulheres, essa comemoração tem um peso ainda maior. Como antigamente não se tinha muitos campeonatos durante o ano e a categoria existia e competia de forma mais amadora, era raro que as atletas mantivessem um vínculo tão duradouro com o clube. Deste modo, homenagear essas atletas por esse marco é o mesmo que comemorar uma evolução da modalidade: os contratos profissionais e a consolidação da modalidade com vários campeonatos que possibilitem a manutenção saudável dos clubes participantes.

Para a Adriana, camisa 16 do time, as homenagens no *Twitter* foram separadas em duas publicações. Uma feita no dia 23 de setembro, o exato dia em que ela entrou em campo pela centésima vez defendendo o Corinthians, e a outra publicação no dia 2 de outubro. Ambos traziam uma mídia imagética acompanhando o texto do tuíte. Porém, somente o primeiro trouxe pequenas informações sobre os 100 jogos de Adriana pelo Corinthians.

A publicação de setembro registrou 1602 curtidas, 139 *retweets* e 18 *retweets* com comentários. Em alguns deles os torcedores fazem questão de destacar as qualidades da jogadora, como a velocidade em campo e o ótimo poder de finalização, além da sua carreira vitoriosa no time. Já o Corinthians dá ênfase no seu *post* para a trajetória da atleta no clube, lembrando que ela marcou gols tanto no primeiro quanto no centésimo jogo que ela participou e de que ela possui conquistas tanto individuais quanto coletivas durante esse

tempo. Enquanto isso, na imagem que acompanha o texto é possível ver a jogadora recebendo um uniforme comemorativo com o número 100 no lugar do seu número original, o 16.

Já no *post* realizado no dia 2 de outubro, que também atingiu uma média de interação parecida com o outro, registrando 1792 curtidas, 175 *retweets* e 48 *retweets* com comentários, era uma homenagem de fato. O conteúdo apresentado era um vídeo especial para a atleta reunindo momentos da carreira dela com clube e mostrando como foram as comemorações no pelos seus 100 jogos no Centro de Treinamento (CT) da equipe.

FIGURA 5 – Homenagem aos 100 jogos da Adriana



Fonte: Corinthians (2021)

A outra atleta a completar 100 jogos pelo Corinthians, a meia-campista Vic Albuquerque, teve dois *posts* de homenagem a mais que a Adriana. Um no dia 15 de outubro e os outros três dias depois, 18 de outubro. No primeiro deles também foi publicada a mensagem comemorativa seguida da foto da jogadora com a camisa número 100 e nos outros *posts* foi publicado conteúdo em formato de vídeo, que precisou ser dividido em três partes.

Diferente do que aconteceu com a Adriana, no primeiro *post* da homenagem o Corinthians não informou alguns pontos da carreira da atleta, mas trouxe uma outra particularidade, a referência ao apelido que a atleta ganhou da torcida devido seu bom futebol. Vic Albuquerque é carinhosamente chamada pela massa alvinegra de “A mágica da fiel”, já que eles consideram seus feitos em campo um *show* de mágica. Tanto que quando a atleta marca um gol, em algum momento da sua comemoração ela faz reverência à torcida,

simulando que está tirando a cartola da cabeça, como se fosse uma mágica, agradecendo o público após um *show*.

FIGURA 6 – Homenagem aos 100 jogos da Vic



Fonte: Corinthians (2021)

Os vídeos publicados em homenagem ao marco da meia-campista traziam as seguintes temáticas: o primeiro mostrava os bastidores da entrega da camisa comemorativa da atleta, que aconteceu através de uma apresentação de um mágico; o segundo continha o momento em que ela assistia alguns dos gols marcados durante esse tempo, mensagens da família e o discurso de agradecimento por ela proferido; enquanto isso, o terceiro vídeo, era um momento de descontração da jogadora que aplicou um truque de mágica com baralho para uma de suas colegas de trabalho.

A repercussão dos três vídeos e interação com os seguidores não foi tão boa quanto ao primeiro *post* de homenagem. Os vídeos tiveram uma média de 800 curtidas, 90 *retweets* e 30 *retweets* com comentários. Já a primeira homenagem publicada, a foto com a camisa 100, atingiu a marca de 2885 curtidas, 169 *retweets* e 24 *retweets* com comentários, sendo a maioria deles reafirmando esse *status* de mágica que a jogadora tem em campo.

Nessa categoria, ressalta-se ainda a *hashtag* #Grazi200, criada em comemoração aos 200 jogos completados pela meia-campista Grazi, camisa número 7 do Corinthians. Se já é incomum encontrar uma atleta que completa 100 jogos jogando por um único clube, 200 é algo ainda mais inusitado. Por isso, o marco ganhou uma *hashtag* especial para movimentar mais as ações no *Twitter*. Além disso, o selo #Grazi200 foi colocado nas imagens de

transmissão da partida pelo Campeonato Paulista, realizadas pela Federação Paulista de Futebol (FPF) em seu canal do *YouTube*. A data comemorativa é simbólica não apenas ao clube, mas a toda comunidade do futebol paulista e brasileiro.

Diferente do que aconteceu com a Adriana e a Vic Albuquerque, as homenagens à Grazi aconteceram antes da jogadora jogar sua partida de número 200. A publicação de entrega do uniforme com o número 200 foi publicada no dia 7 de setembro, enquanto a outra publicação foi veiculada no dia seguinte, 8 de setembro. Esta estratégia foi adotada porque o clube tinha a intenção de divulgar o jogo em que a atleta ia atingir os 200 jogos.

FIGURA 7 – Divulgação do jogo #Grazi200



Fonte: Corinthians (2021)

Em ambos os *posts* é possível notar que o clube também faz referências à trajetória da atleta no esporte, chamando-a de craque, lenda e inigualável. Isso tudo porque a jogadora possui uma história gigante no futebol brasileiro. Ela é a maior artilheira da competição estadual, além de integrar o Top3 artilheiros do futebol paulista entre homens e mulheres, também foi a primeira mulher a marcar um gol na Neo Química Arena, estádio do Corinthians, e é a jogadora mais velha em atividade na equipe. A presença dela no esporte paulista, também brasileiro, é tão simbólica que, ao final do Paulistão 2021, a edição em que

completou 200 jogos pelo seu time, ela recebeu da Federação uma coroa de prêmio para homenagear a sua carreira longínqua no futebol paulista.

4.4 Contrato profissional

Mais uma vez, reforçamos aqui a questão de que os contratos firmados no futebol de mulheres não eram duradouros, como é comum se ver no futebol de homens. A maioria das atletas fechavam acordos por campeonatos ou no máximo contratos que duravam um ano, por isso viviam com a constante perturbação se iriam viver do salário obtido com futebol na próxima temporada. Outra cultura que podemos observar na categoria masculina de futebol, que ainda não é frequente na feminina, é a especulação e a divulgação de quem renova ou fecha contrato com os clubes. É muito comum em programas e *sites* esportivos encontrar pautas falando sobre quem chega, sai ou se continua em um time, além do debate sobre as possíveis escolhas, mas sempre sobre o futebol de homens.

No futebol de mulheres não há essa repercussão toda em outros espaços a não ser nos próprios canais do clube. E quando há, é apenas com algumas jogadoras em específico e só dão uma das informações, de onde ela saiu ou para qual clube ela foi. No *Twitter* do Corinthians é possível encontrar essas informações quanto às suas atletas. *Posts* de despedidas com homenagens pelos serviços prestados, avisos de renovação e contratação. Por lá é possível que o torcedor se informe sobre essa movimentação do mercado futebolístico.

O primeiro exemplo que traremos aqui é a despedida da centroavante Gabi Nunes, ex-camisa 11 do Corinthians, que se despediu do clube em julho de 2021. A saída dela foi anunciada em todos os canais da equipe e ganhou espaço em alguns grandes veículos tradicionais, como é o caso do *site* ge.com. Gabi Nunes estava em ótima fase como atleta, pelo time e tinha acabado de se tornar, em maio daquele ano, a maior artilheira da história do Brasileirão feminino com mais de 50 gols na história do campeonato.

FIGURA 8 - Despedida da Gabi Nunes parte 1



Fonte: Corinthians (2021) e ge.com (2021) – Montagem feita pela autora

A despedida no *Twitter* do Corinthians foi feita em quatro posts. O primeiro é o apresentado no tuíte anterior. Uma foto com o anúncio da saída da atleta para um clube europeu. A publicação atingiu 3707 curtidas, 225 *retweets* e 885 *retweets* com comentários. Dentre eles, vários lamentando a saída, outros especulando um possível desmanche da equipe multicampeã do Corinthians e alguns comentando como o futebol apresentado pela atleta apresentava nível de clubes europeus e que essa saída era inevitável.

As outras três publicações consistiam em uma homenagem em vídeo, separadas nos seguintes temas: no primeiro, mostra a trajetória da jogadora com os gols marcados, entrevistas, momentos de descontração nos treinos e a recuperação das cirurgias no joelho; no segundo e terceiro são divulgados os discursos de despedida da centroavante, que agradece pelos momentos vividos, diz sobre sua projeção de carreira e faz a promessa de um dia voltar “para casa”. A repercussão que esses *posts* tiveram foi de, em média, 1300 curtidas, 150 *retweets* e 90 *retweets* com comentários.

Outras despedidas aconteceram durante o período de análise deste trabalho, como da lateral direita Paulinha, as zagueiras Poliana e Carol Frisanco (Pardal), as meias-campistas Ingrid e Andressinha e a atacante Carina Fernandes (Cacau). Porém, elas não tiveram a mesma atenção midiática que a da Gabi Nunes, da outra atacante Giovanna Crivelari e da meia-campista Vic Albuquerque pelos *sites* mais tradicionais, como o ge.com. As informações partiram somente dos canais oficiais do Corinthians que divulgou os

encerramentos de contrato durante a janela do final de ano, com *posts* de agradecimentos e lembranças dos títulos por elas conquistados com o clube.

Podemos concluir que, para uma jogadora figurar em canais esportivos tradicionais é necessário que ela tenha uma performance além da média, como foi o caso da Gabi Nunes, maior goleadora do brasileirão e algumas vezes convocada para a seleção brasileira, Giovana Crivelari que também defendeu a camisa verde e amarela algumas vezes, e a Vic Albuquerque que foi destaque do clube na temporada e dona do gol do título Brasileiro 2021.

A repercussão atingida pela despedida da lateral Paulinha, na janela de meio do ano, que coincide com a de transferências do futebol europeu, foi de 1856 curtidas, 200 *retweets* e 179 *retweets* com comentários. O clube produziu um vídeo em homenagem à atleta com momentos da sua passagem pelo elenco, discursos e mensagens. Já a despedida da Poliana e da Ingrid, que aconteceu durante as férias da equipe e na janela de final de ano, a que movimentou os times sul-americanos, era apenas uma arte com o desenho dos títulos por elas conquistados e a mensagem de despedida no texto que acompanha as imagens. A repercussão do *post* foi de 4000 curtidas, 202 *retweets* e 442 *retweets* com comentários.

Interessante mostrar que em um dos *retweets* com comentário publicado exaltava essa prática do clube de publicar os encerramentos e continuação de contratos. Muitos torcedores do futebol de mulheres se sentem desfalcados de informação e os que acompanham outros clubes que não têm essa prática fazem essa crítica. Um exemplo é o *post* abaixo que uma usuária do *Twitter*, torcedora de um rival do Corinthians (se supõe que seja para o São Paulo, de acordo com a foto de capa da sua conta) mostra a insatisfação com seu clube do coração que encerrou vínculo com a camisa 10 da equipe, a meia-campista Duda, sem publicar nada nos canais oficiais e nem uma homenagem. Através do *retweet* do *post* do Corinthians, ela faz a cobrança dessa prática por parte dos outros perfis das equipes de futebol.

FIGURA 9 – Despedida do elenco: Poliana e Ingrid



Fonte: Camila de mentira (2021)

Já as publicações de renovação de contrato, ou anúncio de continuidade para os casos dos acordos que ainda estão vigentes, também faz o uso de uma arte com a imagem da atleta e no texto que acompanha essa mídia há uma pequena descrição e exaltação das qualidades da atleta em campo, o que nos mostra que a cobertura jornalística praticada pelo clube dá mais enfoque à suas performances enquanto atleta e não objetifica o corpo feminino como acontecia no início da história do jornalismo esportivo com as mulheres atletas.

FIGURA 10 - Anúncio de renovação da Bianca Gomes e Gabi Zanotti



Fonte: Corinthians (2021)

4.4 Atletas e/ou clube em destaque

Como o futebol de mulheres não possui a mesma atenção da grande mídia tradicional como o futebol de homens, uma das funções das redes sociais dos clubes é divulgar, para além das informações do elenco e jogos, os destaques do grupo, sejam eles as atletas ou o próprio time. Como destaques entendemos aqui tanto as premiações individuais das jogadoras quanto o próprio clube e quando o trabalho e as conquistas são destacados em outros portais. Nesta categoria iremos analisar 14 publicações divididas em duas subcategorias: as premiações das atletas e/ou clube e a presença de um desses personagens em outros canais informativos.

Durante o período de análise foram feitas oito publicações sobre premiações e homenagens que as atletas e/ou clube tiveram na temporada. Durante o Campeonato Brasileiro, a cada mês a organização do torneio elegia uma atleta como a melhor jogadora do mês. A centroavante Gabi Nunes, a meia-campista Vic Albuquerque e a atacante Gabi Portilho foram três das eleitas durante a competição, respectivamente nos meses de junho, agosto e setembro.

Com exceção do *post* de premiação da Gabi Nunes, que o aviso foi feito pelo próprio clube, as outras duas atletas tiveram suas conquistas divulgadas para sua torcida num *retweet* que o Corinthians fez da publicação da conta oficial do Brasileirão Feminino no *Twitter*. Nos três casos, novamente, as jogadoras são exaltadas pelas suas qualidades em campo enquanto atletas e somente na publicação do dia 3 de setembro, com anúncio da Vic Albuquerque como melhor do mês de agosto, contou com algum dado da futebolista durante a competição. O informe mostrava os números da meia durante o mês: a quantidade de jogos que ela participou, mostrando também quais foram eles, a data e o placar final, e a quantidade de gols por ela executados. A repercussão desse *tweet* em questão foi de 1080 curtidas e 76 *retweets*.

FIGURA 11 – *Retweet* premiação de melhor do mês do Brasileirão

Fonte: Corinthians (2021)

No final de cada competição é comum, na festa de encerramento dela, a entrega de premiações individuais conquistadas com o desempenho apresentado durante todo o torneio. É feita a entrega de prêmio para as atletas e o técnico que compõem a seleção do campeonato, a atleta revelação, a artilheira e a craque da galera. No evento oficial do Campeonato Brasileiro a zagueira Érika, a lateral-esquerda Yasmin, as meias-campistas Gabi Zanotti, Tamires e Ingryd, a atacante Adriana e o técnico Arthur Elias foram os premiados pela sua posição e integraram a seleção do brasileirão. Todas essas conquistas foram divulgadas pelo clube num único *post*, no dia 10 de dezembro, que atingiu 3486 curtidas, 227 *retweets* e 29 *retweets* com comentários.

Outra premiação que foi divulgada é a da festa do Paulistão 2021. A zagueira Érika, a lateral-direita Katiuscia, a lateral-esquerda Yasmin, a meia-campista Gabi Zanotti e as atacantes Gabi Portilho e Adriana foram eleitas para a seleção do paulistão e ganharam a premiação pelo destaque na posição. Já as atacantes Miriã e Adriana conquistaram o título individual de “artilheiras do campeonato”, enquanto a Tamires levou o de “craque da galera”. No mesmo evento, a meia Grazi recebeu uma homenagem e o título de Rainha do Paulistão pela sua história no torneio estadual e levou para casa um troféu em formato de coroa. A publicação do clube com todos esses resultados, feita no dia 9 de dezembro, teve 93.348 curtidas, 299 *retweets* e 36 *retweets* com comentários.

FIGURA 12 – Informações sobre a festa do Paulistão 2021



Fonte: Corinthians (2021)

As próximas três premiações a serem citadas por aqui, e que foram divulgadas pelo clube através de suas redes sociais, são inéditas. A primeira delas é a homenagem pelo ótimo trabalho do setor de futebol feminino feita pelo Conselho Deliberativo e Departamento Cultural do Corinthians. A divulgação da honraria conquistada foi publicada no dia 19 de outubro de 2021 e atingiu 1300 curtidas, 109 *retweets* e 8 *retweets* com comentários.

A outra premiação inédita é o Prêmio ESPN Bola de Prata *Sportingbet*, realizado pelo grupo televisivo ESPN Brasil. Em 2021, com o sucesso das equipes de futebol de mulheres em atuação e o campeonato Brasileiro daquele ano, o grupo elegeu pela primeira vez uma seleção feminina, - a premiação já acontecia para o campeonato masculino. Receberam os prêmios, por posição, a zagueira Érika, a lateral-esquerda Yasmin, as meias-campistas Vic Albuquerque e Tamires, a volante Andressinha e o técnico Arthur Elias. A meia Gabi Zanotti também deixou o evento com premiação levando o troféu de gol mais bonito da competição. Como essa premiação é feita por um grande veículo jornalístico, com canal de televisão e *site*, além da divulgação feita pelo *Twitter* do Corinthians também teve a publicação de uma matéria no *site* *espn.com.br* trazendo os outros nomes que compõem a seleção do campeonato e a jogadora que levou a bola de ouro da competição.

Por fim, a última premiação por eles divulgada no período de recorte para esta análise, que também é um título inédito, foi a eleição da jogadora Tamires como “Rainha da

América”. O título, que já é tradicional no futebol de homens, é concedido ao atleta destaque da Copa Libertadores pelo jornal *El País*. Pela primeira vez eles fizeram uma votação para eleger as melhores jogadoras da competição sul-americana e elegeram a camisa 37 como a melhor de todas. As jogadoras Gabi Zanotti, Adriana e Vic Albuquerque também fizeram parte do Top10 da eleição. A repercussão do *post*, publicado no dia 31 de dezembro, foi de 4406, 393 *retweets* e 64 *retweets* com comentários.

Através do recurso do *retweet* com comentários, que o *Twitter* tem, o Corinthians compartilhou seis publicações em que outros canais informativos fizeram sobre alguns integrantes da equipe de futebol feminino ou em referência ao time. Quatro canais fizeram menções em suas redes sociais relacionadas ao Corinthians no período analisado: a CONMEBOL Libertadores Feminina, a jornalista Mariana Spinelli, a *FIFA Women's World Cup* e a ESPN Brasil.

O canal esportivo ESPN Brasil realizou no começo do segundo semestre de 2021 uma série sobre futebol de mulheres, intitulada de “Coragem pra Jogar”, em suas redes sociais. Esse projeto foi apresentado pela apresentadora Mariana Spinelli e contava com o sonho de Kesia, uma corinthiana que deseja ser uma jogadora profissional, como tema principal da produção. Devido sua paixão pelo clube alvinegro, e pelo fato de a equipe ter um departamento de futebol bem estruturado e referência no país, o Corinthians participou de dois episódios: o terceiro e o quarto. Em um deles a garota conheceu o Centro de Treinamento da equipe e conversou com algumas atletas, já no outro ela teve a oportunidade de conversar com a equipe dos bastidores do futebol.

A publicação que a *FIFA Women's World Cup* fez sobre o Corinthians, no dia 31 de outubro, era em referência a atuação de uma das atletas no segundo jogo da semifinal do Paulistão 2021. A volante Diany, camisa 8, recebeu elogios em um dos canais oficiais da federação máxima de futebol pela sua excelente performance na partida e o passe dado, considerado como excepcional, para o terceiro gol da equipe, marcado por Vic Albuquerque, contra a Ferroviária que perdeu aquele jogo por 4 a 1. No *post* da FIFA, que chegou a ter 1170 curtidas, 167 *retweets* e 49 *retweets* com comentários, ainda dizem que o futebol da atleta faz com que todos se apaixonem pela modalidade e que o Corinthians é um grande time.

FIGURA 13 - Retweet da FIFA elogiando a Diany



Fonte: Corinthians (2021)

As outras três publicações, uma da Mariana Spinelli e outras duas da CONMEBOL, têm relação com o Corinthians e a Copa Libertadores 2021. A primeira, publicada pela jornalista, é sobre a grande audiência que a transmissão da final da copa atingiu com o jogo disputado entre Corinthians e o *Independiente Santa Fe*, da Colômbia, na noite do dia 21 de novembro, no Uruguai. Lembrando que essa partida foi televisionada pela Fox Sports, um canal esportivo pago, pela primeira vez fazendo a cobertura do campeonato, e mesmo assim atingiu a liderança entre os canais da categoria.

FIGURA 14 - Retweet: Spinelli avisando da audiência



Fonte: Corinthians (2021)

Nos dias seguintes à final, nos dias 22 e 23 de novembro, a CONMEBOL publicou no canal oficial da competição *tweets* exaltando o técnico Arthur Elias e a atacante Adriana, respectivamente. No primeiro *post*, a confederação dava a notícia de que o técnico havia se tornado o primeiro tricampeão da competição em sua posição e que o seu clube nunca perdeu na copa, além de ter realizado a edição 2021 com 100% de aproveitamento. Já a segunda publicação era a divulgação da jogadora que havia sido eleita a melhor do clube na competição. O título ficou com a atacante Adriana que foi a jogadora com mais participações em gols na Libertadores tendo marcado dois e dado cinco assistências, além de ter feito um belo gol no jogo da final. Os *posts* tiveram, respectivamente, a seguinte repercussão no perfil do Corinthians no *Twitter*: o primeiro, 3812 curtidas, 168 *retweets* e 2 *retweets* com comentários, o segundo, 1751 curtidas, 95 *retweets* e 1 *retweet* com comentário.

FIGURA 15 - Integrantes da equipe destaques na Libertadores 2021



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

4.5 Informes do time

Nesta categoria da análise, iremos destacar alguns *Tweets* que divulgam informações sobre a equipe feminina do Corinthians. A maioria delas encontradas somente nos canais oficiais do clube. Dentro do grupo de *tweets* coletados para este trabalho, 86 deles são informes sobre as atletas e o time. Para analisarmos a relevância que elas têm nas narrativas criadas pelo Corinthians para colocar suas atletas como protagonistas em suas publicações trataremos nesse eixo temático a discussão dele com abordagens nas seguintes frentes: informações sobre as atletas, convocação para as seleções brasileira, patrocínios, dados, a campanha do uniforme III 21/22, votações e o tópico campeonato que falará também sobre a Copa Libertadores e o caso de racismo sofrido pela Adriana.

É interessante ressaltar que todos os informes coletados são comumente pauta de programas e *sites* de jornalismo esportivo quando o assunto é o futebol de homens. Situação das atletas, dos treinos, convocações, patrocínios, campeonatos e os outros pontos que aqui serão analisados são sempre divulgados e discutidos pela mídia tradicional quando os personagens do futebol são os homens. Muitas vezes o assunto é repetido por diferentes frentes e os debates se estendem por vários minutos. Esses meios ao invés de usarem seus espaços para discutirem as duas categorias do futebol preferem, em sua maioria, adotar uma linha editorial que dá preferência a somente um lado da bola, o masculino.

Os treinos e questões físicas das atletas são assunto de sumo interesse dos torcedores e dos profissionais que fazem cobertura esportiva. Por isso, o Corinthians busca, por meio de suas redes sociais *online*, sempre deixar as notícias em dia. De junho a dezembro de 2021, quatro publicações foram destinadas especificamente a esses assuntos, sendo três delas para falar sobre as lesões sofridas por algumas de suas atletas.

A única que não teve a pauta a questão física era para anunciar a integração entre algumas atletas da categoria de base com o elenco adulto para a realização de alguns treinos sob o comando técnico do Arthur Elias. Porém, esse *post* em específico também tinha uma pequena ligação com os informes sobre o departamento médico do clube. Após anunciar os nomes das jogadoras do sub-18 que iam treinar com o profissional, a publicação também informava sobre o retorno da goleira Isa Cruz, já do elenco principal feminino, que estava afastada por questões de lesão.

Sobre os informes de atletas lesionadas, no período em análise duas jogadoras tiveram que ficar afastadas por questões médicas. A atacante Adriana e a zagueira Érika. A primeira

teve uma lesão no menisco medial do joelho esquerdo enquanto estava no período preparatório para os Jogos Olímpicos de Tóquio, com a seleção brasileira, e a segunda teve uma ruptura do ligamento cruzado anterior do joelho direito, lesão muito comum no futebol de mulheres, durante os treinos da equipe na Copa Libertadores.

O clube além de divulgar a notícia sobre a situação física das atletas, esclarecer qual era a exata lesão, desejar pronta recuperação, também noticiava em alguns momentos como estava o andamento da reabilitação das atletas. É o caso da Adriana. Um mês após o anúncio da sua lesão, e pouco tempo depois da realização da cirurgia para correção do trauma, o Corinthians publicou um vídeo da atleta fazendo as atividades de recuperação com o fisioterapeuta e um recado da jogadora aos torcedores agradecendo pelas mensagens de carinho e falando sobre o estado de sua recuperação

FIGURA 16 - Informes sobre a lesão e recuperação da Adriana



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

A repercussão de ambos os posts foram de, na ordem da imagem acima, 1543 curtidas, 96 *retweets* e 113 *retweets* com comentários para o primeiro e 671 curtidas, 52 *retweets* e 19 *retweets* com comentários para o segundo.

Sempre que alguma jogadora do Corinthians é convocada para as seleções brasileiras, seja para os torneios, amistosos ou treinos preparatórios, o clube divulga quais nomes foram chamados e, no caso de alguns jogos, normalmente os oficiais, costuma também informar o dia e o horário da partida para que seus torcedores acompanhem as atletas corinthianas defendendo o Brasil. No período em análise, esse tipo de publicação aconteceu dez vezes.

Primeiro, falaremos sobre as convocadas para as Olimpíadas em Tóquio. Com o corte da atacante Adriana, por conta da lesão no joelho, o Corinthians contou apenas com quatro jogadoras na seleção: as zagueiras Érika e Poliana, Tamires como lateral-esquerda e a volante Andressinha. Seis horas antes do jogo de estreia do Brasil na competição, na noite do dia 20 de julho, o clube publicou um vídeo em que as quatro jogadoras mandavam um recado à fiel convidando todos para assistirem a partida. No texto que acompanhava o vídeo o Corinthians reforçou o recado informando o horário e quem seria o primeiro rival do time brasileiro. A repercussão desse *post* foi de 2541 curtidas, 272 *retweets* e 116 *retweets* com comentários.

Para os outros dias de jogos da seleção brasileira, o Corinthians continuou fazendo a divulgação, com enfoque em suas jogadoras, mas apenas com fotos delas defendendo a seleção durante as Olimpíadas ou com o material produzido no *Media Day* das Olimpíadas. Foram mais três jogos, ou seja, mais três publicações feitas nos dias 23, 26 e 29 de julho. Em média, elas atingiram a marca de 912 curtidas, 93 *retweets* e 6 *retweets* com comentários.

FIGURA 17 - Informes sobre as atletas do clube a serviço da seleção



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

Em 2021 não teve outras grandes competições em que o Brasil participava, mas houve outros momentos de convocação para amistosos em Sidney, no nordeste brasileiro e um período de treinamentos. Novamente, atletas do Corinthians foram convocadas e o clube fez o anúncio em suas redes oficiais. Sempre anunciando o nome das jogadoras, com fotos de cada

uma delas, e informando o período em que elas ficariam de fora, prestando trabalho à seleção, e contra qual país elas iriam jogar.

FIGURA 18 - Informes sobre as convocações para as seleções



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

O ato de patrocinar uma equipe, um atleta é algo muito comum e necessário no meio esportivo. A sobrevivência financeira do futebol depende dessa ação para além das premiações acumuladas com participações de campeonatos, os lucros de bilheteria, a venda de produtos oficiais e a renda adquirida com a transmissão televisiva dos jogos. São essas arrecadações que sustentam os salários dos atletas e os investimentos na modalidade. São esses recursos que o futebol de mulheres a muito tempo luta para ter e engatinha com o pouco que já adquiriu.

O Corinthians por já ser um clube tradicional, com uma boa estrutura física e técnica sofre menos para manter o elenco feminino com relação a outros clubes de menor expressão que podemos encontrar no país. A grandeza da história da história corinthiana, a torcida massiva, o *status* do clube, as atletas de renome e a recente trajetória vitoriosa ajudam ainda mais a dar visibilidade ao setor do futebol de mulheres e atrair patrocinadores, o que é de suma importância para a categoria e a história dela no Brasil.

A ideia de todo clube é que cada setor esportivo seja autossustentável. Isso é comum com o departamento de futebol de homens porque já há essa cultura instalada, além do amplo espaço para eles na mídia, o que chama atenção das grandes empresas investidoras em

esportes. O Corinthians feminino ainda não é autossustentável, mas já tem alguns patrocinadores importantes e o clube divulga em suas redes sociais *online* sempre que um novo acordo é fechado. No ano de 2021, de junho a dezembro, foram quatro *posts* falando sobre as novas parcerias: com o São Cristóvão Saúde, Atroveran Hot, Spani e Fegaro.

Essas publicações sobre os patrocínios, principalmente quando colocam fotos dos uniformes femininos, têm uma grande simbologia para a história da modalidade. As mulheres que antes usavam restos de uniformes das equipes masculinas, hoje possuem as próprias vestimentas, com suas medidas, seu número, nome e ainda patrocínios para elas.

FIGURA 19 - Informes sobre os patrocínios



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

Na abertura desta análise destacamos o funcionamento rotineiro do *Twitter* do Corinthians feminino. A maior parte dos conteúdos produzidos tem relação com os campeonatos nos quais o time está inserido. Há a divulgação dos confrontos, resultados e acompanhamento em tempo real da partida. Mas, com o avanço da equipe para as fases finais e, naquela temporada em questão, a disputa pelos títulos de todos os campeonatos que participaram e as vitórias nas competições geraram mais conteúdo para além do que costumam produzir diariamente. Ao total foram 54 postagens desta categoria, que contará com uma subdivisão especial para falar sobre a Copa Libertadores, o único torneio internacional para os clubes da América do Sul.

Para a segunda fase do Campeonato Brasileiro 2021, que aconteceu depois da parada para os Jogos Olímpicos em Tóquio e o retorno consistia com a fase de mata-mata da competição, com a chegada do time na final houve uma retrospectiva da campanha do time. A partir das 00h30min do dia do último jogo do Brasileirão, o segundo da final, 26 de setembro, a conta do Corinthians publicou de uma em uma hora um vídeo com os gols marcados nos 20 jogos anteriores, os 15 da fase de grupos, os dois das quartas, das semis e o primeiro da final.

Todas as publicações traziam a informação de quanto tinha ficado o placar, o nome das atletas que haviam marcado gols, o local onde aconteceu o jogo e a *hashtag* #FielporElas, com exceção do primeiro *post*, o décimo e primeiro, os dois das quartas de final e primeiro da semifinal. O movimento da *hashtag* iniciado pelo clube tinha relação com o lançamento do terceiro uniforme do Corinthians em homenagem às mulheres torcedoras e atletas. Porém, após as redes sociais do time e as próprias atletas adotarem o uso da palavra, os torcedores também entraram na corrente e continuam usando o termo sempre que a equipe está para entrar em campo numa disputa de taça.

A estratégia de postar as lembranças de como foram os jogos desde o começo do campeonato até o dia da final, apostando também na *hashtag*, fez com que o clube figurasse entre os assuntos mais comentados durante do brasileiro no *Twitter*, além de trazer à memória momentos que aconteceram com uma certa distância no espaço tempo. Em média, a repercussão dos vídeos foi de 1182 curtidas, 75 *retweets* e 4 *retweets* com comentários.

Vale ressaltar que essa prática de relembrar a trajetória na competição no dia da final foi adotada somente para o campeonato nacional. O estadual e o sul-americano não tiveram essa ação. A única lembrança feita para o Campeonato Paulista foi do último jogo da edição passada, de 2020, disputado na cidade de Araraquara, através da publicação de um *link* do YouTube que contava com os bastidores da conquista do título daquele ano na partida contra a Ferroviária na manhã do dia 20 de dezembro. Essa é a publicação feita pelo clube, em sua *timeline*, dentro do período analisado, de menor repercussão. Foram apenas 276 curtidas, 29 *retweets* e 3 *retweets* com comentários.

FIGURA 20 - Lembrança do último Paulistão



Fonte: Corinthians (2021)

Em contrapartida, os *posts* que atingiram maiores números durante os meses em questão neste trabalho são as artes de anúncio da vitória do campeonato. O do Paulistão, publicado na noite do dia 8 de dezembro, foi o de menor repercussão entre eles com 9034 curtidas, 2494 *retweets* e 451 *retweets* com comentários. O do Brasileirão, dia 26 de setembro, atingiu 11,7 mil curtidas, 3584 *retweets* e 768 *retweets* com comentários. Já o de maior alcance entre eles, da Copa Libertadores, publicado dia 21 de novembro, teve 15,8mil curtidas, 5157 *retweets* e 1387 *retweets* com comentários.

FIGURA 21 - Posts de campeão do Paulistão e da Libertadores



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

É interessante frisar que esses três campeonatos tiveram diferentes níveis de cobertura pela grande mídia tradicional. O Paulista, que teve o *post* de campeão com menor engajamento no *Twitter* do Corinthians feminino, teve uma pequena cobertura por alguns *sites* como o *ge.com* e o *lance.com* que divulgavam matérias apenas sobre as grandes equipes da competição: Corinthians, Ferroviária, Palmeiras, São Paulo e Santos. Além disso, os jogos da fase de grupos foram transmitidos pelo canal da Federação Paulista de Futebol (FPF) no *YouTube* e a fase de finais no canal fechado da Globo, o *SporTV*. Ambos os espaços de transmissão não favorecem tanto o engajamento do público. O *YouTube*, mesmo sendo de acesso gratuito para quem possui pacote de dados, não está inserido na rotina do nosso dia a dia, disparando avisos sobre os jogos como acontece nos canais de televisão. Já no caso do *SporTV* a dificuldade está em ser um canal pago, de baixo acesso do público brasileiro.

Já o Brasileirão teve uma cobertura diferente. Ele teve transmissão de todo o campeonato em um canal *online* gratuito, o *Eleven Sports*, pelo menos um jogo da rodada e os jogos da fase de mata-mata eram transmitidos pelo canal aberto da Band e a cobertura jornalística pelos *sites* esportivos era maior, tanto no *ge.com*, quanto Lance, Uol, ESPN e outros, além do próprio site da CBF que também publicava matérias sobre cada partida. Maior movimentação na agenda da mídia, espaços de acesso aos jogos mais fáceis e variáveis podem ter contribuído para que os torcedores acompanhassem mais a competição e isso pode ter refletido na repercussão que o *post* da vitória teve na conta do Corinthians.

Em contrapartida, a Copa Libertadores também teve uma pequena cobertura midiática, com poucos canais esportivos noticiando sobre e com a transmissão acontecendo em canal fechado, no caso, pela *Fox Sports*. Porém, o Corinthians desenvolveu uma cobertura especial sobre a competição em suas redes sociais *online*, divulgando informações desde setembro, quase dois meses antes da estreia do time na competição, e fez a transmissão das partidas pelo *Facebook*. Ou seja, a publicação de maior engajamento da conta é resultado, em maior parte, do próprio trabalho por ali desenvolvido.

O último *post* a ser comentado nesta subcategoria de análise é o que informa o número de pessoas presentes no estádio no dia da final do Paulistão. Não é uma publicação frequente do clube, mas por conta da quebra do recorde de público num jogo de futebol de mulheres entre clubes no Brasil e pelo fato de ser, pela primeira vez, ingressos pagos, o Corinthians fez essa publicação, no dia 8 de dezembro, aos 43 minutos do segundo tempo do jogo, informando o número oficial de pessoas presentes no estádio.

FIGURA 22 - Divulgação do público pagante



Fonte: Corinthians (2021)

A Copa Libertadores da América 2021, que aconteceu entre os dias 3 a 21 de novembro, foi disputada em dois países. A primeira fase, a de grupos, quartas e semifinais no Paraguai e o jogo da final no Uruguai. Três equipes brasileiras participaram da competição: o Avaí Kindermann, o Corinthians e a Ferroviária. Como a competição aconteceu interinamente fora do Brasil, com poucas equipes brasileiras, e o futebol de mulheres não tem grande atenção pelos veículos de mídia tradicionais, a cobertura jornalística foi pequena e a distância.

Para cobrir essa falta de acompanhamento da imprensa, o Corinthians intensificou o trabalho com as redes sociais *online* e produziu um diário da Libertadores, com conteúdo publicado todos os dias durante o período nos países vizinhos, além de divulgar informações sobre a competição com quase dois meses de antecedência através dos *retweets* feitos dos *posts* da conta oficial do evento.

FIGURA 23 - Informes sobre a Libertadores



Fonte: Corinthians (2021)

Em outubro, o time já começou a soltar algumas informações sobre o seu elenco como os nomes das 20 atletas que iriam participar da disputa e o número que cada uma delas iria usar na camisa, já que na competição só é aceito numerações de 1 a 20. No mês seguinte, já em solo paraguaio e em meio às publicações do diário do time, o Corinthians também informa os canais de transmissão dos jogos e os horários.

A Libertadores é uma competição de menor nível técnico e repercussão se tratando do futebol de mulheres brasileiro. Por esse fator, não é fácil encontrar informações sobre os times em edições anteriores. Então, uma das estratégias do Corinthians foi trazer alguns dados sobre a equipe na competição. Momentos antes do time estreiar na Copa, no *Twitter* foram divulgadas a quantidade de vezes que o clube participou da competição, a quantidade de títulos conquistados, curiosidade sobre o estádio que iriam fazer o primeiro jogo e como tinha sido a campanha corinthiana na edição anterior. Tudo isso em quatro publicações diferentes, sendo só uma delas acompanhada por uma imagem. As outras continham apenas texto.

Foi descartada para esta análise os *posts* dos lances em tempo real realizados durante o jogo para os torcedores que acompanham a partida pelo *Twitter*. Porém, alguns deles têm um peso diferente. Durante a partida pela semifinal da Libertadores, no jogo contra o Nacional, do Uruguai, a atacante Adriana recebeu uma ofensa racista de uma jogadora do time adversário. No momento do caso, para quem acompanhava a transmissão pela TV ou *Facebook*, não foi possível perceber o que tinha acontecido, só ver o pequeno tumulto gerado, já que uma das colegas de Adriana também ouviu a ofensa e veio às lágrimas dentro de campo. A informação sobre o ato racista só foi anunciada pelo *Twitter* do Corinthians no anúncio do gol marcado pela vítima. A publicação teve um grande alcance atingindo 10,5mil curtidas, 931 *retweets* e 1987 *retweets* com comentários.

FIGURA 24 - Aviso do gol e o caso de racismo



Fonte: Corinthians (2021)

imagem o clube também diz abraçar as meninas através de toda a torcida. Esse *post* teve a repercussão de 6767 curtidas, 972 *retweets* e 85 *retweets* com comentários.

O segundo, realizado alguns minutos depois, às 20h41min daquele, mostra uma foto de toda equipe, como é de costume aos finais de jogo, mas dessa vez todos com um dos braços estendidos para cima e com o punho cerrado, em posição antirracista. Mais uma vez, a mensagem escrita que segue a imagem também se posiciona contra o caso que além de ter repercutido nas redes sociais *online* e movimentado a *hashtag* #racismoNÃO, também foi parar em alguns *sites* da mídia tradicional, esportivos ou não, como os *sites* do O Globo, ESPN, Lance, Terra e a revista Claudia. Quanto aos números atingidos pela publicação também foram maiores do que a média dos outros feitos ao final dos jogos, anotando 5826 curtidas, 1190 *retweets* e 103 *retweets* com comentários.

Mais uma vez a publicação é usada pelos torcedores também para mostrar repúdio ao caso. A usuária Leticia Barbieri compartilhou a publicação adicionando seu comentário à imagem. Ela relembra, e diz se orgulhar, que o time sempre se posiciona quanto às pautas sociais, como descrito no início deste capítulo quando falamos das efemérides.

FIGURA 26 - *Retweet* de torcedora do post de fim de jogo contra o racismo



Fonte: Leticia Barbieri (2021)

O movimento antirracista também foi adotado por outras equipes nos dias seguintes e divulgado no *Twitter* do Corinthians. A Ferroviária, outro time brasileiro na competição e um dos maiores rivais do clube em campo, fez seu protesto em apoio ao timão no início do seu último jogo na Libertadores, na disputa de terceiro lugar contra o *Independiente Santa Fe*, o time da jogadora racista. A divulgação desse momento na conta do Corinthians teve 3589 curtidas, 470 *retweets* e 93 *retweets* com comentários.

Já o outro *post* da equipe de base do próprio clube da capital paulista que também antes da bola rolar fez o gesto antirracista dentro de campo. As imagens foram publicadas com a atualização em tempo real da partida contra o Centro Olímpico que aconteceu na tarde do dia 21 de novembro. A publicação atingiu 1188 curtidas, 113 *retweets* e 12 *retweets* com comentários.

FIGURA 27 - Ações de outras equipes contra o caso de racismo sofrido pela Adriana



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

Como já dito neste trabalho, e evidenciado em alguns tópicos anteriores, por falta da cobertura da grande mídia quanto ao futebol de mulheres, o Corinthians se responsabiliza por produzir e divulgar alguns conteúdos. Um deles é os dados sobre vitórias, empates, derrotas, gols marcados e jogos realizados durante os campeonatos e/ou durante algum período em questão. Esse é um tipo de informação que o público do esporte gosta de ter contato e que os

jornalistas se apropriam muito para fazer suas matérias e análises. E, o próprio clube adotando essa estratégia evidencia a sua demarcação de autoridade sobre o assunto.

Para além dos mencionados durante a descrição do trabalho feito acerca da Copa Libertadores, o clube divulgou, entre os meses de junho a dezembro, mais cinco publicações contendo esse tipo de conteúdo. Duas falando especificamente sobre o trabalho da equipe técnica, uma sobre o histórico do elenco no ano, sobre o setor de futebol de mulheres no clube e um que registrava e deixa marcado na história, através de um dado de curiosos, quem foram as atletas que marcaram os gols de número 99, 100 e 101 do time no ano.

Abaixo podemos ver dois desses *posts*, um sobre o marco curioso das jogadoras e o outro sobre os números do comando técnico do Arthur Elias no Corinthians. O alcance de cada um deles foi de, no caso do primeiro, publicado no dia 26 de agosto, 640 curtidas, 68 *retweets* e 7 *retweets* com comentários. Já o segundo, divulgado no dia 30 de novembro, registrou 3480 curtidas, 350 *retweets* e 155 *retweets* com comentários.

FIGURA 28 - Informes com dados estatísticos e históricos



Fonte: Corinthians (2021)

Além de serem protagonistas nas publicações do Corinthians feminino no *Twitter*, as jogadoras também protagonizaram um momento histórico no futebol brasileiro. O clube, em parceria com a Nike, empresa fornecedora e desenvolvedora dos uniformes do time, lançou na final do Campeonato Brasileiro o terceiro uniforme corinthiano. A camisa é uma homenagem

às mulheres, torcedoras e jogadoras, que, de acordo com o clube, correspondem a 53% da torcida do timão, ou seja, existem mais mulheres torcendo pelo Corinthians que homens, algo que seria impensável em divulgar e prestar homenagem a alguns anos atrás devido a história da modalidade.

Outro fato marcante dessa ação é que, pela primeira vez no Brasil, num clube com departamento feminino e masculino, foi a primeira vez em que as mulheres foram responsáveis por fazer a estreia do novo uniforme, além de que as ações iniciais de divulgação também foram feitas pela equipe feminina do Corinthians. Para isso, foram três publicações no dia 26 de setembro, em meio à retrospectiva do campeonato que acontecia a cada uma hora: um vídeo de lançamento, protagonizado pela atleta Adriana; fotos da camisa e descrição de alguns dos seus detalhes; e um *post* com fotos das atletas e personalidades corinthianas usando o novo manto alvinegro.

A camisa tem coloração roxa escura e detalhes em preto e dourado. O roxo foi a cor escolhida por fazer referência a vários movimentos feministas e um dos detalhes da camisa, o *patch* dourado #RespeitaAsMinas na gola preta da camisa é para mostrar o posicionamento do clube com relação às lutas de inclusão das mulheres no esporte, seja em campo ou nas arquibancadas.

FIGURA 29 - Posts de divulgação da camisa roxa



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

Essas publicações tiveram maior engajamento que as retrospectivas do Brasileirão feitas naquele dia. A média dos números alcançados foi de 3370 curtidas, 419 *retweets* e 116 *retweets* com comentários.

Nas redes sociais *online* oficiais das competições costumam acontecer algumas votações. Já dissemos neste trabalho que tem as votações populares por rodada para eleger as melhores em campo por posição e nesta subcategoria vamos falar sobre as que aconteceram ao final do campeonato e que foram divulgadas pelo Corinthians. Ao todo foram oito publicações do tipo. Neste caso, todas elas são do Campeonato Brasileiro.

As votações eram para: craque da galera pela organização, que competiam as atletas Érika, Gabi Portilho e Vic Albuquerque; de gol mais bonito no prêmio Bola de Prata da ESPN, que competia a atleta Gabi Zanotti, com seu gol marcado na primeira semifinal contra a Ferroviária; e na votação de melhor gol feita pela organização da competição competiam as atletas Gabi Portilho, com o gol feito contra o Palmeiras no primeiro jogo da final, novamente a Gabi Zanotti, com o mesmo que a colocou no prêmio Bola de Prata, e a Vic Albuquerque com o tento marcado no segundo jogo da final contra o rival alviverde.

FIGURA 30 - Divulgação das votações de gol mais bonito nas premiações do Brasileirão



Fonte: Corinthians (2021)

4.6 Interações

As redes sociais *online*, - *Twitter*, *Instagram*, *Facebook* e outros, - são espaços para que as comunidades interajam entre si independente da distância física e temporária. É um espaço

também de ampla troca de costumes culturais e a criação de novos. Mas, tudo isso só acontece por conta das interações digitais. No caso do *Twitter*, elas acontecem através das curtidas, *retweets*, que é a ação de compartilhar o conteúdo, e o *retweet* com comentário, além da possibilidade de poder comentar diretamente em uma publicação.

Durante o período em análise nesta monografia, o Corinthians fez 28 ações desta natureza. Entre elas, interações com publicações das próprias atletas, da torcida e de outros setores ligados ao clube paulista. Toda essa estratégia, além de gerar mais engajamento para a conta, que passa a circular por mais espaços, é uma forma de criar laços com os outros usuários e se manter por dentro dos assuntos do *Twitter*.

Algumas das interações feitas com as atletas é responder a *posts* delas que fazem menção ao time como, publicações de comemoração de título, vitória, retorno aos treinos, divulgação de matérias feitas especificamente com elas e mensagens de agradecimento para o caso das atletas que saíram do clube, mas agradeceram publicamente ao time pelas homenagens. E é importante ressaltar que a interação do clube também é passível de outras interações. A resposta abaixo teve 409 curtidas e 19 *retweets*.

FIGURA 31 - Resposta no *tweet* da jogadora divulgando a matéria



Fonte: Corinthians (2021)

Também é comum encontrar na linha do tempo do clube no *Twitter retweets* com comentários de vários vídeos publicados pelas atletas que têm alguma ligação com o clube

como os momentos que elas estão na torcida pelas categorias de base, quando várias atletas se reúnem para fazer uma ação ou estão cumprindo os compromissos com a seleção brasileira.

FIGURA 32 - *Retweet* das atletas na seleção torcendo pela base



Fonte: Corinthians (2021)

A publicação interativa acima registrou 1681 curtidas, 159 *retweets* e 3 *retweets* com comentários. Nota-se que no comentário do Corinthians no compartilhamento da publicação as atletas são chamadas de “brabas” e a equipe de base de “brabinhas”. Essa é mais um jargão comumente ligado ao universo esportivo. Chamar alguém de “brabo” não tem sentido negativo, pelo contrário, é dizer que a pessoa é tão boa naquilo que faz a ponto de ser um bravo trabalho. Como a equipe vive um momento potente na modalidade, as atletas corinthianas ganharam a alcunha da torcida de “as brabas do timão”, que também foi adotado pelo clube e alguns jornalistas. Já a palavra “brabinhas” é usada para as atletas das equipes de base, que por serem mais novas recebem o diminutivo no apelido.

As mesmas ações que são feitas com as atletas também acontecem com alguns torcedores. Respostas a alguns *tweets*, neste caso é preciso que o outro usuário mencione o clube através do @SCCPFutFeminino para que chegue a notificação até o Corinthians, *retweets*, lançamento e engajamento de *hashtags*. Algumas dessas interações são por mera intenção de interagir com a comunidade e outras são apropriações de conteúdo para gerar um

novo como o caso do *retweet* abaixo que usou uma publicação da torcida para divulgar a partida da equipe sub-18 que começaria em poucas horas.

FIGURA 33 - *Retweet* do *post* do torcedor para divulgar mais jogos



Fonte: Corinthians (2021)

As interações no *Twitter*, além de gerar maior identificação entre os membros da comunidade, contribuem para a popularização da equipe feminina de futebol do Corinthians e a modalidade em si. Nas redes sociais *online* existem várias outras contas com essa proposta e que investem na produção de conteúdo que gere engajamento com seu público. Porém, no Brasil poucas se destacam. No mês de junho de 2021, um perfil do *Twitter* chamado *Deportes & Finanzas*, que mede o engajamento de redes sociais esportivas, fez um *ranking* das maiores contas de equipes de futebol feminino da América no quesito interação no *Instagram*.

Apenas o Corinthians e o Santos, quinta colocação, apareceram no top10 da lista representando o Brasil. O timão era o primeiro, seguido de um clube mexicano e do Orlando Pride, clube estadunidense que atualmente conta com a jogadora Marta no elenco. Importante lembrar que nos Estados Unidos o futebol de mulheres é uma potência esportiva e de alto reconhecimento. Mas, uma conta de um clube brasileiro, que atua num país onde a modalidade foi e é maltratada pela sociedade, consegue através da sua produção de conteúdo, engajamento e colocando sempre as jogadoras como protagonistas, alcançar o topo de um *ranking* de três continental.

FIGURA 34 - Respostas ao ranking de interações



Fonte: Deportes & Finanzas

Vários setores do Corinthians tem uma conta específica nas redes sociais *online*. É o caso da própria equipe feminina de futebol, a masculina, time de basquete, *e-Sports*, o estádio e até alguns patrocinadores criam um usuário que seja só do contrato firmado entre o clube e a empresa. Entre essas contas também acontece algumas interações com comentários. Essa é uma forma de unificá-los e mostrar que, independente do setor, todos são uma única instituição: o Corinthians. Isso é de suma importância, principalmente para a equipe feminina do clube que ganha mais espaço em canais que o público majoritário não é acostumado a consumir o futebol de mulheres, e por isso talvez não receberia conteúdo sobre por viver em suas bolhas virtuais.

FIGURA 35 - Interação com outros contatos do time



Fonte: Corinthians (2021)

4.7 Valorização das atletas

Muitas das publicações feitas no período em análise foram para parabenizar algumas pessoas que compõem a equipe feminina de futebol do Corinthians. Entre eles estão publicações de aniversário, sobre a carreira e as conquistas das atletas. Um detalhe importante desses conteúdos são os tipos de elogios feitos pelo clube às atletas. Nenhum deles faz referência aos seus atributos estéticos, como acontecia antigamente, ou que ainda acontece em alguns espaços, quando se dá destaque a uma atleta mulher. Todos eles exaltam características pessoais e da sua performance em campo. Além disso, postagens como essas contribuem com a ideia de construção da idolatria, algo novo para a modalidade.

Do final de junho até o último dia do ano, o Corinthians publicou 15 *posts* de aniversário, sendo todos de atletas e um deles do técnico da equipe. Como dito anteriormente, todos ressaltam características de personalidade e futebolísticas das aniversariantes. Nos dois

tweets expostos abaixo é possível identificar também os apelidos que as atletas ganharam pela torcida e servem de símbolo para a criação da ideia de ídolo.

FIGURA 36 - Posts de aniversário



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

As atletas em questão, a zagueira Pardal e a lateral-esquerda/meia-campista Tamires, recebem os apelidos de “xerife” e “mãe da fiel”. A primeira é um termo usado no futebol para designar aqueles jogadores da defesa que são ótimos na posição e não deixam passar nenhuma bola que leve perigo a meta do time. O segundo é uma adaptação a um apelido que a jogadora já tinha, o “mãe da seleção”.

A Tamires é uma das atletas carimbadas da equipe principal que representa o Brasil nas competições entre seleções mundiais e por muitas das vezes era a única atleta do grupo que é mãe de fato. No meio da sua carreira no futebol, em 2009, aos 21 anos, ela se tornou mãe do Bernardo, de 11 anos, e graças ao apoio familiar voltou a atuar como atleta depois de dois anos. A distância do filho, ainda criança, fez com que ela desse mais uma pausa na carreira, ficando afastada dos gramados por mais dois anos.

Para uma modalidade que durante alguns anos de sua história defendeu ferrenhamente, sem nenhuma comprovação científica, que o futebol poderia atrapalhar a capacidade reprodutiva das mulheres, que era impossível desempenhar as atividades de mãe e atleta ao mesmo tempo, em alto nível, a Tamires simboliza a contrariedade dessas crenças e é exaltada

com o título de mãe em campo no sentido literal da palavra, - uma vez que nos esportes as denominações pai e mãe são usadas também para aqueles que costumam pontuar muito contra uma equipe específica com frequência, o que é considerado como apanhar esportivamente, como é o caso da Gabi Zanotti que sempre marca um gol nos jogos contra a Ferroviária e leva a alcunha de “mãe da ferrinha” pela torcida corinthiana. Porém, como ela serve ao Corinthians, ao invés de ser chamada de “mãe da seleção” pelos torcedores alvinegros, ela é chamada de “mãe da fiel”, a forma como a torcida corinthiana se denomina.

A Grazi, já bastante mencionada neste trabalho por conta de sua longínqua carreira, é uma das atletas mais destacadas entre os *posts* do clube em suas redes sociais *online*. Durante o período do #Grazi200 e no final da temporada, quando ela anuncia a aposentadoria e que 2022 será seu último ano atuando como atleta profissional, - algo também impensável para a modalidade até poucos anos atrás, uma atleta anunciando, por livre espontânea vontade, que irá colocar fim a carreira. Isso era algo que acontecia muito por conta da precariedade do futebol de mulheres que não dava condições para que as jogadoras vivessem disso durante muitos anos. Não foi o futebol que parou ela. É ela que vai parar com o futebol.

São quatro publicações destinadas a falar sobre a Grazi nesta subcategoria. Duas delas feitas no pré-jogo #Grazi200 e as outras após a conquista da taça do Campeonato Paulista. Os dois primeiros ressaltam dados e marcos históricos da carreira da atleta. Em média, esses *posts* atingiram 1267 curtidas, 359 *retweets* e 28 *retweets* com comentários.

FIGURA 37 - Informes sobre a carreira da Grazi



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

Já os outros dois estão relacionados com o anúncio de aposentadoria dela. O primeiro, feito às 00h52min do dia 9 de dezembro, mostra a atleta andando com a taça do Paulistão pelo campo e traz por escrito uma fala dela: “tão deixando a véia sonhar”. Horas mais tarde, às 14h37min, o clube divulgou um vídeo com as palavras e momentos da jogadora após a conquista do campeonato e o momento em que ela avisou aos colegas, durante o treino realizado no dia 7 de setembro, que 2022 seria seu último ano antes de pendurar as chuteiras porque seu desejo era encerrar a carreira, de 25 anos, em uma equipe vitoriosa. O vídeo também termina com a seguinte frase: “2022, o último ato de uma LENDA”.

“Lenda”, “mitológica” e “eterna capitã” são denominações que a atleta recebe pela torcida e pelo próprio clube pela sua história, que pode ser vista na maioria dos *posts* relacionados que fazem referência a ela. Mais uma vez vemos a mulher futebolista alcançando um marco que era visto apenas entre os homens. Uma atleta com o *status* de alguém que “transcendeu a mortalidade do esporte” e passou a ser algo lendário, mitológico, que vai além do comum, algo a ser idolatrado, como aconteceu com o Pelé, também considerado como uma lenda do futebol. Essas duas publicações tiveram em média um alcance de 3112 curtidas, 288 *retweets* e 61 *retweets* com comentários.

FIGURA 38 - Exaltando a Grazi



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela coordenadora

Por fim, o último *post* a ser analisado nesta categoria é a publicação com a foto das três atletas do elenco feminino que somaram, com a conquista do terceiro título do Corinthians na Libertadores, quatro vitórias na competição durante a carreira. A publicação, exaltando a conquista pessoal das jogadoras, mostra como o time está ligado a história delas, valoriza isso em suas redes e divulga o dado para seus seguidores. Para além de torná-las ídolos no clube, também se soma a criação do ideal de que elas são grandiosas na história da modalidade. O feito não foi anunciado em outros espaços. O engajamento atingido por essa publicação foi de 6189 curtidas, 732 *retweets* e 50 *retweets* com comentários.

FIGURA 39 - Atletas campeãs 4x na Liebrta



Fonte: Corinthians (2021)

4.8 Narrativas testemunhais

Entendemos por narrativas testemunhais como histórias que recriam mundos através de relatos memorialísticos dos sujeitos que viveram um certo caso. Essa é uma estratégia literária que pode gerar, na maioria dos casos, maior aproximação entre os seus pares. No caso dos *posts* do *Twitter* do Corinthians, que adotam essa estratégia, mesmo que de forma singela, há a tentativa de criação de um elo entre as jogadoras com o esporte e a torcida. É uma forma de

demarcar que a história do futebol de mulheres está sendo escrita, num momento de reconstrução dos seus valores, afastando os erros e preconceitos do passado, e mostrando que elas pertencem ao universo do futebol assim como qualquer outro futebolista.

Nesta categoria foram encontradas seis publicações com esse teor narrativo. Entre elas, *posts* que relembavam a infância das atletas no dia das crianças, história da pré-adolescência, de alguma comemoração marcante e narrativas recentes com conteúdo que mostram as atletas, contando como é a rotina de treinos, através do seu olhar, mostrando como é encontrar torcedores do outro lado do planeta.

Abaixo seguem duas publicações que contam histórias curiosas de três atletas que entrariam para qualquer veículo de comunicação que tem a editoria de esportes. A primeira, publicada no dia 7 de agosto, é uma entrevista com as jogadoras Vic Albuquerque e Gabi Portilho que compartilham uma trajetória de parceria para além dos gramados a anos. Ambas as atletas se conhecem desde criança e eram vizinha antes mesmo de iniciarem a carreira profissional no futebol e entrarem no Corinthians. A publicação teve o engajamento de 1202 curtidas, 149 *retweets* e 72 *retweets* com comentários.

FIGURA 40 - História de duas atletas



Fonte: Corinthians (2021)

O próximo *tweet* é sobre a história de um gol. A volante Ingrid, no jogo da semifinal do Campeonato Brasileiro 2020, contra o arquirrival Palmeiras, marcou um dos gols da vitória da equipe alvinegra que jogava em casa, na Neo Química Arena. O feito realizado pela

atleta teve três detalhes que o deixaram ainda mais especial do que já é. Primeiro, foi um gol olímpico, que é quando o jogador consegue acertar a meta adversária em uma cobrança de escanteio, num chute direto. Segundo esse foi o primeiro gol olímpico da história do estádio corinthiano e foi marcado por uma mulher. Terceiro, na comemoração do gol, a atleta pegou a bola e colocou debaixo da camisa simbolizando uma gravidez. Essa é uma típica comemoração vista nos jogos do futebol de homens quando eles vão anunciar que serão pais ou dedicar o gol a um filho. No caso da jogadora, ela dedicou o gol a irmã Sarah que estava por vir ao mundo.

Toda essa história foi lembrada, e contada, aos torcedores do time no dia 12 de setembro do ano seguinte, horas antes do Corinthians entrar em campo, novamente contra o Palmeiras, mas dessa vez para disputar o primeiro jogo da final do Campeonato Brasileiro 2021, em que o timão venceu por 1 a 0 as palestras. No *post*, que alcançou 1391 curtidas, 106 *retweets* e 25 *retweets* com comentários, o clube trazia a foto da pequena Sarah dormindo e da comemoração da Ingrid, irmã mais velha. No texto que acompanha as imagens o Corinthians brinca “[...] com essa idade, já tem um gol para chamar de dela!” e usa o seu momento de descanso para avisar os torcedores que logo a menina estará acordada e ligada para acompanhar o jogo, assim como a fiel torcida.

FIGURA 41 - Lembrança familiar do último dérbi de 2020



Fonte: Corinthians (2021)

4.9 Entrevistas

Esta categoria e a próxima, sobre a divulgação dos gols, também têm forte relevância para o crescimento do futebol de mulheres e a quebra da cultura de que esse esporte é só para homens, que o feminino não é algo profissional e de alta qualidade técnica. Claro que, olhando para a diferença que ambos possuem quanto aos empecilhos encontrados pelo caminho de cada um e o tempo que eles são praticados no país de forma organizada, ambas categorias apresentam uma disparidade entre elas e não cabe comparações. Mas, colocar uma jogadora em destaque em uma entrevista falando estritamente sobre seu desempenho em campo num jogo e/ou campeonato, e divulgar os gols feitos, traz o foco para a profissão da atleta, exaltando a sua performance.

Em todos os jogos, após encerrada as disputas, e em alguns treinos alguma das atletas é entrevistada pela equipe gestora das redes sociais *online* do Corinthians. No caso do pós-jogo, normalmente é a atleta eleita melhor em campo, as que marcaram gols, o primeiro na equipe ou após retornarem de alguma lesão, ou realizaram uma grande ação, conquista. Ao todo são 20 publicações deste tipo durante os meses em análise, do final de junho a dezembro.

Nos dois casos abaixo, a entrevista foi realizada com jogadoras que marcaram na partida. É interessante notar que, novamente, a linguagem usada no texto que segue os vídeos é típica do universo futebolístico. Uma, usa novamente a alcunha de xerife para a zagueira da equipe e a outra utiliza a letra “y” no lugar do “e” para elencar os elogios feitos a atleta. O primeiro *post*, publicado no dia 29 de agosto, atingiu 2863 curtidas, 302 *retweets* e 51 *retweets* com comentários. Já o segundo, divulgado no dia primeiro de setembro, alcançou 1198 curtidas, 90 *retweets* e 2 *retweets* com comentários.

FIGURA 42 - Entrevista com artilheiras do jogo



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

Já nos dois *posts* abaixo, a entrevista foi realizada com jogadoras que não tinham marcado gol em campo, mas a atuação foi de grande destaque. No primeiro, feito dia 15 de agosto, a goleira Kemelli falava sobre sua emoção pós jogo ao defender um pênalti no decorrer da disputa contra o Avaí Kindermann pelas quartas de final do Brasileirão. Mesmo que a equipe tenha vencido por um placar elástico de 4 a 1, e sofrer a reversão do pênalti não fosse interferir tanto no placar, o clube também valorizou o feito da goleira. O segundo *post*, publicado dia 8 de setembro, é uma entrevista com a Grazi, após o jogo em que ela completou a marca de 200 partidas pela equipe. Mesmo que ela não tenha marcado gol, o fato dela ser a homenageada da noite fez com que a equipe gravasse com ela.

FIGURA 43 - Entrevista com destaques do jogo



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

As publicações alcançaram, de acordo com a ordem na figura acima, 828 curtidas, 84 *retweets* e 12 *retweets* com comentários, enquanto a segunda atingiu 1236 curtidas, 146 *retweets* e 6 *retweets* com comentários.

A prática de convocar uma coletiva de imprensa ou participar de uma não é muito comum para o futebol de mulheres no Brasil, no âmbito de clubes. Tanto que isso não é nem frequente no próprio Corinthians. O time passou a organizar a coletiva em momentos pontuais da temporada, antes e depois das finais dos campeonatos Brasileiro e Libertadores. Quem participou delas foram o técnico, a coordenadora do departamento feminino, Cris Gambaré, e algumas atletas como a Tamires, Yasmin, Kemelli e Katiuscia.

A transmissão da coletiva também acontece através de uma rede social *online*, já que nenhum canal esportivo tradicional, aberto ou fechado, realiza a cobertura deste evento. O Corinthians utiliza o canal do clube no *YouTube* para divulgar, ao vivo, a entrevista, algo que já é praticado pelo lado masculino da modalidade sempre após os jogos. As datas das coletivas, os convidados e os *links* são sempre divulgados em suas redes sociais *online*, *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*.

FIGURA 44 - Divulgação das coletivas



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

As duas divulgações tiveram o respectivo alcance: a primeira, feita dia 17 de setembro, atingiu 1474 curtidas, 88 *retweets* e 11 *retweets* com comentários; a segunda, realizada no dia 29 de outubro, teve 1084 curtidas, 60 *retweets* e 7 *retweets* com comentários. Enquanto isso, no *YouTube*, os números registrados na transmissão são de, respectivamente, 16492 visualizações e 2,6mil curtidas; 8379 visualizações e 1,6mil curtidas.

4.10 Gols

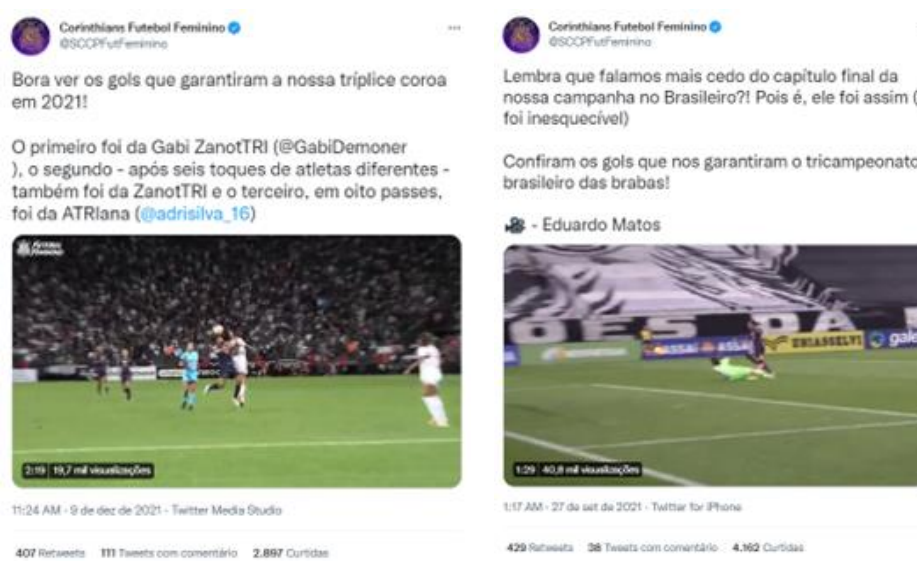
O momento do gol é o ponto auge de uma partida de futebol. É ele quem dá a vitória para a equipe que mais acertou o alvo, que leva a torcida a euforia, dá destaque ao atleta que realizou o feito, que gerou a jogada e também, para felicidade dos patrocinadores que vão na camisa do clube, o momento de maior foco para o uniforme, - esse é um dos motivos que levou a FIFA, dirigentes e patrocinadores entrarem em acordo para a aplicação do cartão

amarelo ao atleta que comemora o gol tirando o uniforme. Além de não favorecer aos patrocinadores presentes na camisa, os atletas poderiam trazer propagandas de outras marcas, no caso daqueles que usavam uma outra peça por baixo da vestimenta oficial.

Por conta de toda essa magnitude do gol é comum que se divulgue muito as imagens desse momento. Em programas de TV, em canais do *YouTube*, *Instagram* e *Twitter*. Divulgar essas imagens é exaltar o feito de um atleta e do clube. Adotar essa prática para a equipe feminina do Corinthians em suas redes sociais é também trazer essa magnitude para o futebol de mulheres. Essa ação também contribuiu com a formação da imagem delas como ídolo da equipe. Então, sempre no dia seguinte ao jogo, o Corinthians publica todos os gols feitos pela equipe e divulga o nome de cada atleta que realizou o feito.

De junho a dezembro foram publicados 25 vídeos com os gols da partida, ou seja, de todos os jogos realizados no segundo semestre de 2021. A média de engajamento desses vídeos foi de 1479 curtidas, 155 *retweets* e 19 *retweets* com comentários. Os dois de maior repercussão foram os gols feitos na final do Campeonato Brasileiro, no jogo contra o Palmeiras que terminou 3 a 1, e da final do Paulista, que acabou em 3 a 1 para as alvinegras. O primeiro *tweet* abaixo, publicado às 1h17min do dia 27 de setembro, teve 4162 curtidas, 429 *retweets* e 38 *retweets* com comentários. Já o segundo *tweet*, publicado às 11h24min do dia 9 de dezembro, alcançou 2897 curtidas, 407 *retweets* e 111 *retweets* com comentários.

FIGURA 45 - *Posts* com os gols da partida



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

4.11 Extras

Cinco das 270 publicações selecionadas não entram especificamente em nenhum dos eixos temáticos anteriores, mas também são importantes para a construção do protagonismo das atletas do Corinthians na história do futebol e uma delas vai ao encontro de um dos objetivos deste trabalho, de ver o protagonismo que elas têm nas redes sociais *online* reverberando em espaços das grandes mídias tradicionais.

Abaixo veremos três *tweets* que se enquadram nos dois casos expostos anteriormente. Na primeira imagem abaixo, com dois *posts* feitos durante as férias, um no dia 21 de dezembro e outro no dia 25, é dado destaque para um acessório símbolo de uma das jogadoras do clube. O *juliete*, um modelo de óculos, é um acessório que lembra a goleira Kemelli que em todas suas fotos de comemoração pelos campeonatos conquistados usou a peça no rosto, além de fazer outras colegas e até o próprio presidente do Corinthians fazer uma foto com ele.

Os óculos da goleira chamaram atenção e geraram muita repercussão nas redes sociais *online*. A partir disso, o Corinthians se apropria do acessório para fazer os dois *posts* de férias. Um, com o *juliete* descansando na praia e o outro é possível identificar que na arte feita para o dia de Natal o Papai Noel também está usando um *juliete*, símbolo marcado da goleira.

FIGURA 46 - *Posts* com referência ao áculos usado por uma das atletas



Fonte: Corinthians (2021) – Montagem feita pela autora

Já a última publicação nesta análise a ser explorada é o *retweet* dado pelo clube de uma publicação feita pelo seu patrocinador. Após vencerem o Brasileirão 2021, o Banco BMG comprou uma das capas do jornal Folha de São Paulo para colocar em destaque a conquista da equipe. Claro que, neste caso, o futebol de mulheres não alcançou esse espaço somente pelo espetáculo esportivo apresentado e a grandiosidade da conquista. Houve a dependência do investimento monetário para que isso acontecesse. Mas, já é um grande avanço para uma modalidade que a poucos anos atrás era proibida de acontecer.

FIGURA 47 - *Retweet* da capa comprada pelo patrocinador



Fonte: Corinthians

Naquele mesmo dia, 27 de setembro, segunda-feira pós vitória, o Corinthians também conquistou um espacinho na capa oficial do jornal, com uma foto da Vic Albuquerque, a jogadora que marcou o gol do título nacional. Porém, na manchete que seguia a imagem é possível ver que o avanço da cobertura esportiva do futebol de mulheres ainda carrega alguns estereótipos por este trabalho mencionado ainda na introdução.

FIGURA 48 - Capa do jornal Folha de S. Paulo do dia 27 de setembro



Fonte: vercapas.com (2021)

Abaixo da foto da atleta vem as palavras “Corinthians é tri no feminino”. Que competição é feminino? A informação de que se trata do Campeonato Brasileiro vem logo abaixo na linha fina. A escolha invertida mostra como o futebol de mulheres ainda é visto como um outro tipo de futebol. A conquista do clube não compete ao sexo, mas a um tipo de competição, que no caso é a nacional, principal do país. Poderia ter adotado a manchete “Corinthians é tri no Brasileirão”, que era possível pelo espaço, dando ênfase ao título ao invés da categoria de futebol que foi campeã.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se algum dia algum grupo tentou impedir que o futebol de mulheres acontecesse ou fosse comentado no Brasil, essa pesquisa mostra que hoje já não é mais possível acontecer. Mesmo que a mídia tradicional ainda não esteja dando tanto espaço para modalidade e andando a passos lentos quanto a sua inserção nessa pauta. Num mundo tecnológico, digital e de *internet* 5G, os aplicativos de redes sociais assumiram essa função. As fotos, vídeos, debates entre especialistas, leigos, informações e o registro histórico da modalidade agora não dependem mais, unicamente, dos canais de televisão, jornais impressos e rádios para estarem entre as pautas esportivas sociais.

O futebol de mulheres sofreu muito, e ainda sofre, mas talvez menos, com o preconceito social e a criação de falsas afirmações. Como prática cultural, segue em atualização cotidiana, assim como a sua relação com o jornalismo esportivo. Aliás, o trabalho jornalístico resvala em muitos pontos pertinentes para a reflexão e enfrentamento quando o assunto é mulheres. É preciso questionar os motivos pelos quais o corpo feminino é tratado, recorrentemente, como algo delicado, de alta valorização estética, vigiado por padrões sociais vigentes e enclausurado em publicações “do mundo feminino”.

Não é difícil ainda encontrarmos matérias que ao se referir a uma atleta busquem explorar a vida materna delas, relacionamentos, rotina de cuidados estéticos, luta para ser uma esportista profissional, ao invés de querer buscar ouvir o lado técnico do seu futebol, a sua trajetória profissional, suas análises sobre as performances apresentadas, o que espera do seu clube, de uma competição e como trabalha para atingir suas metas esportivas.

Como a mídia tradicional segue presa a alguns dos aspectos citados anteriormente, quando realizam a cobertura do futebol de mulheres, a modalidade precisou buscar novos espaços. Aliás, infelizmente é sempre assim para as minorias. É difícil se integrar ao que está vigente, de modo recorrente é preciso buscar novos meios e espacialidades para existir. Felizmente, o futebol de mulheres aqui no Brasil encontrou refúgio nas redes sociais *online* e vem reescrevendo sua história, em parte, por lá.

A própria jornalista Elaine Trevisan, narradora esportiva dos canais Disney, que desenvolve pesquisas acadêmicas sobre a temática e trabalha diretamente com a modalidade narrando jogos, disse, quando a questionei em uma palestra sobre a relação das redes sociais com a crescente do futebol de mulheres no país, que esse é um espaço que contribuiu muito com a categoria:

Eu acho que dentro do futebol de mulheres, futebol feminino, a gente entendeu que a caminhada sempre foi muito alternativa. Então hoje, se você quer saber sobre algum time, você até tem notícias em alguns grandes portais, mas você tem nas redes sociais, sites, blogs e perfis que te dão tudo sobre a jogadora, o sul-americano sub-17, que está acontecendo agora com a seleção feminina, vão te dar tudo sobre o Brasileiro sub-16, sub-18, que são competições que não tem grande visibilidade. Então, eu acho que a gente aprendeu a lidar muito nesses nichos da internet. O futebol feminino cresceu assim. Então o Twitter é uma grande rede para a gente entender um pouco das jogadoras. [...] Elas estão conseguindo ter aquele contato que até então só os homens tinham. (TREVISAN, 2022)

O perfil da equipe feminina do Corinthians no *Twitter*, também *Instagram* e *Facebook*, é um desses espaços onde o torcedor pode encontrar tudo sobre o elenco principal e as categorias de base. Se a categoria feminina não recebe tanta atenção midiática quanto a masculina, que todos os dias está em evidência nos principais programas esportivos, os conteúdos e as estratégias aplicadas nas redes sociais *online* vão tentar amenizar essa falta de visibilidade. Como fazem isso? Colocando sempre as jogadoras como protagonistas das narrativas apresentadas em suas publicações, interagindo com a comunidade ali presente e disponibilizando as informações e meios para acompanharem o time nos campeonatos.

Quando Williams vai contra o pensamento de Eliot, que afirmava que a cultura tem um crescimento orgânico e não precisa de planejamento, ele evidencia uma realidade que nos parece apropriada para pensar o futebol de mulheres. Vemos que o Corinthians e outros clubes, quando criaram um canal para falar apenas sobre seu elenco feminino, estão buscando desnaturalizar preceitos e fomentar novos valores e formas de sociabilidade. Ao nosso ver, a modalidade precisa sim de um planejamento estratégico nas redes sociais, conteúdos que valorizem a trajetória e carreira das jogadoras, campeonatos, as características de suas performances enquanto atletas e que não deixe na penumbra as informações sobre os jogos, condições físicas e contratos, entre outros dados que são tipicamente divulgados pelo jornalismo esportivo na modalidade masculina.

Dessa forma, as redes sociais do clube colocam em evidência uma cultura que é residual e, a partir daí, ela ganha fôlego para se tornar emergente, dentro do que também vimos através dos estudos culturais de Williams. Novos significados, valores e relações são atribuídos ao futebol de mulheres, fazendo com que essa cultura passe a emergir no cenário social e não viva mais à margem do esporte e da sociedade. Quando o Corinthians publica os gols das jogadoras, os dados das conquistas, entrevistas, *posts* que valorizam suas histórias e contribuem com a criação da admiração em torno das atletas, ele está ressignificando a

produção de conteúdo em torno do futebol de mulheres, fraturando as pautas de costumes, cotidiano e estética dos corpos femininos.

Encontrar publicações especificamente do futebol de mulheres, de modo abundante e sem o olhar dos estigmas do passado, simboliza também a quebra de uma hegemonia. Há anos somos acostumados, quando o assunto é futebol, a encontrar produções apenas sobre a categoria masculina. Então, toda vez que o Corinthians consegue engajar uma publicação, fazer com que as pessoas interajam com elas, elevar aos *trending topics* algumas *hashtags*, o nome das jogadoras e do clube, não está apenas se promovendo, como também está rompendo com a hegemonia vigente por tantas décadas no Brasil.

Outro momento também de quebra da hegemonia do futebol de homens é quando as partidas alcançam os recordes de audiência. Seja nas transmissões pelo *Twitter*, *YouTube*, *Facebook*, *sites de streaming*, TV aberta ou fechada. Em todos esses espaços, boa parte do público é proveniente da divulgação massiva nas redes sociais dos canais de transmissão, uma vez que esses, as mídias tradicionais ainda não produzem continuamente sobre a modalidade e nem fazem uma divulgação tão contundente quando o tema é transmissão dos jogos femininos. Além disso, alguns dos *posts* destacados neste trabalho mostraram que muitos dos conteúdos abordados pela grande mídia, como o encerramento do contrato da Gabi Nunes e o caso de racismo com a Adriana, só aconteceram após o anúncio do clube em suas redes sociais online.

Com a análise descritiva realizada nesta monografia foi possível verificar possíveis interlocuções com a produção de conteúdo sobre futebol de mulheres no circuito midiático tradicional, como a publicação das matérias acerca do fim de contrato de algumas atletas. Jogadoras se tornaram personagens de produções de outros veículos para falar da sua trajetória no clube e ganharam espaço em capas de jornais impressos, no último ano. Além disso, foi possível ver que a relação entre o jornalismo esportivo e o futebol de mulheres ainda tem muito a crescer, quando olhamos para os circuitos midiáticos tradicionais. Mas, nos novos espaços de produção de conteúdo, as redes sociais *online*, o trabalho já acontece de modo muito mais consistente em tratamento e frequência do tema.

Por fim, este trabalho, a partir de agora, é mais um que contribui com as pesquisas acerca do futebol de mulheres e quais espaços ele se apropria para poder reescrever sua história e se consolidar na cultura brasileira. Também serve para mostrar como as redes sociais *online* podem contribuir com o jornalismo e suas vertentes, a quebra de hegemonias, ou até a construção delas e com a produção de conteúdo para além dos espaços da grande mídia tradicional.

Quanto aos aspectos de relevância social desta monografia, ficou evidente que a movimentação pública para acompanhar o futebol de mulheres, o engajamento nas redes e a frequente discussão dessa pauta fez com que o futebol de mulheres crescesse em aspectos midiáticos e conquistasse novos espaços. Foram os recordes de audiência nas transmissões do *Twitter* que chamaram os canais de televisão para também transmitir os jogos. São os apelidos criados pelos torcedores e divulgados nas redes sociais que apontam as possíveis atletas ídolo do time para a produção de conteúdo extras.

Mas se as redes sociais *online* são espaços tão produtivos, impulsionadores e frutíferos, por que querer que o futebol de mulheres alcance uma vaga na cobertura midiática tradicional? Porque o futebol ainda é um modelo de negócio que depende muito de patrocínios, lucros de bilheteria e do retorno financeiro da imprensa. As redes sociais são um recurso para desafogar esse produto, mas não podem, pelo menos por enquanto, ser a única forma de escoá-lo. Além do mais, fazer com que o futebol de mulheres alcance esses espaços é mais uma vez quebrar uma cultura dominante que durante anos tem limitado a atuação das mulheres nos espaços públicos. Por isso, anelamos ver ecoar também nos veículos tradicionais pautas que reverberem *#respeiteasminas*. Por uma geração de jornalistas que se importem e se impliquem na luta pela equidade e alteridade.

REFERÊNCIAS

BARRETO JANUÁRIO, Soraya; RODRIGUES LIMA, Cecília Almeida; LEAL, Daniel. Futebol de mulheres na agenda da mídia: uma análise temática da cobertura da Copa do Mundo de 2019 em sites jornalísticos brasileiros. **Observatorio (OBS*)**, v. 14, n. 4, 2020.

BERTOCCHI, Daniela; CAMARGO, Isadora; SILVEIRA, Stefanie da. Linguagens e narrativas no jornalismo móvel. In: João Canavilhas. **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. Portugal: LivrosLabcom, 2015. p. 63-82.

BROCH, Marina. Histórico do futebol feminino no Brasil:: considerações acerca da desigualdade de gênero. **Temporalidades**, v. 13, n. 1, p. 695-705, 2021.

BRUHNS, Heloisa Turini. **Futebol, Carnaval e Capoeira: entre as gingas do corpo brasileiro**. Campinas: Papirus, 2000. 158 p.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web**. Covilhã, Portugal, 2001: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>

CEVASCO, Maria Elisa. **Para ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001. 300 p.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2008. 120 p.

DOS SANTOS, Silvan Menezes; MEZZAROBA, Cristiano; DE SOUZA, Doralice Lange. Jornalismo esportivo e Infotainment: a (possível) sobreposição do entretenimento à informação no conteúdo jornalístico do esporte. **Corpoconsciência**, p. 93-106, 2017.

FERREIRA, Mario Jordão Pessoa et al. Preconceito no futebol feminino no Brasil: uma revisão narrativa. **Diálogos em Saúde**, v. 1, n. 2, 2019.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. **Revista brasileira de educação física e esporte**, v. 19, n. 2, p. 143-151, 2005.

GUTMANN, Juliana Freire. **Audiovisual em rede: derivas conceituais**. Belo Horizonte: Fafich/Selo Ppgcom/Ufmg, 2021. 104 p. Disponível em: <https://seloppgcom.fafich.ufmg.br/novo/publicacao/audiovisual-em-rede/>. Acesso em: 08 fev. 2022.

MOREL, Marcia; SALLES, JG do C. Futebol feminino. **Atlas do esporte no Brasil: atlas do esporte**, 2006.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Meridional, 2009. 191 p.

SALVINI, Leila; MARCHI JÚNIOR, Wanderley. “Guerreiras de chuteiras” na luta pelo reconhecimento: relatos acerca do preconceito no futebol feminino brasileiro. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, v. 30, n. 2, p. 303-311, 2016.

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo Esportivo: conceitos e práticas**. 2009. 92 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979. 215 p. (Biblioteca de ciências sociais (Zahar). Bibliografia e abreviações: p. 212-215

APÊNDICE

• JUNHO - 23

| DATA | CONTEÚDO | MÍDIA | CURTIDAS | RETWEETS | RT COM COMENTÁRIOS | LINK |
|-------|------------------------------------------|-------|----------|----------|--------------------|------------------------|
| 28/06 | Dia do orgulho LGBTQIA+ (RT Corinthians) | Foto | 1485 | 143 | 2 | Acesse |
| 29/06 | Anúncio da despedida da Paulinha | Vídeo | 1856 | 200 | 179 | Acesse |
| 30/06 | Divulgação melhor do mês (CBF) | Foto | 809 | 103 | 14 | Acesse |

• JULHO

| DATA | CONTEÚDO | MÍDIA | CURTIDAS | RETWEETS | RT COM COMENTÁRIOS | LINK |
|-------|--------------------------------------------|-------|----------|----------|--------------------|------------------------|
| 02/07 | Informe: lesão da Adriana na seleção | Foto | 1543 | 96 | 113 | Acesse |
| 03/07 | Dia do combate à discriminação racial (RT) | Foto | 755 | 61 | 1 | Acesse |
| 04/07 | RT atletas na seleção torcendo | Vídeo | 1687 | 159 | 3 | Acesse |
| 04/07 | RT mãe da Kemelli abençoando goleira s-16 | Vídeo | 1089 | 81 | 3 | Acesse |
| 06/07 | Resposta: ranking de interações 1º | Texto | 161 | 12 | - | Acesse |
| 06/07 | Resposta: masculino divulga os bastidores | Texto | 270 | 10 | - | Acesse |
| 08/07 | Anúncio da despedida da Crivelari | Vídeo | 3901 | 464 | 911 | Acesse |
| 08/07 | Resposta: RT da Crivelari | Texto | 483 | 46 | 2 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|-----------------------------------------------|-------|------|-----|-----|------------------------|
| 12/07 | Convocação treinamentos sub-20 | Foto | 1004 | 61 | 8 | Acesse |
| 15/07 | Resposta: post BMG | Texto | 106 | 1 | - | Acesse |
| 16/07 | RT: Divulgação da matéria do ESPN Brasil | Vídeo | 737 | 61 | 1 | Acesse |
| 17/07 | Anúncio de renovação da Yasmin (p) | Vídeo | 945 | 100 | 95 | Acesse |
| 18/07 | Entrevista com Diany (retorno) | Vídeo | 571 | 46 | 1 | Acesse |
| 18/07 | Aniversário | Card | 984 | 67 | 3 | Acesse |
| 19/07 | Dia nacional do futebol | Fotos | 622 | 58 | 4 | Acesse |
| 19/07 | Bastidores do treino (p) por atleta lesionada | Vídeo | 674 | 48 | 11 | Acesse |
| 20/07 | RT: Novo patrocinador | Vídeo | 1134 | 70 | 6 | Acesse |
| 20/07 | Recado das convocadas em Tóquio | Vídeo | 2542 | 273 | 116 | Acesse |
| 21/07 | Aviso de integração sub-18 c/ profissional | Foto | 1703 | 117 | 43 | Acesse |
| 21/07 | RT: Campanha solidária das atletas | Vídeo | 1251 | 114 | 1 | Acesse |
| 22/07 | Despedida da Gabi Nunes pt. 1 | Foto | 3714 | 226 | 885 | Acesse |
| 22/07 | Despedida da Gabi Nunes pt. 2 | Vídeo | 1088 | 156 | 104 | Acesse |
| 22/07 | Despedida da Gabi Nunes pt. 3 | Vídeo | 1728 | 173 | 11 | Acesse |
| 22/07 | Despedida da Gabi Nunes pt. 4 | Vídeo | 1143 | 146 | 69 | Acesse |
| 23/07 | RT: Divulgação da matéria da ESPN | Vídeo | 548 | 42 | 1 | Acesse |
| 23/07 | Divulgação das atletas na seleção/Tóquio | Fotos | 831 | 100 | 2 | Acesse |
| 26/07 | Divulgação das atletas na seleção/Tóquio | Fotos | 792 | 76 | 4 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|------------------------------------------|-------|------|-----|----|------------------------|
| 29/07 | Aniversário | Card | 649 | 46 | - | Acesse |
| 29/07 | Divulgação das atletas na seleção/Tóquio | Fotos | 1121 | 106 | 13 | Acesse |

- AGOSTO

| DATA | CONTEÚDO | MÍDIA | CURTIDAS | RETWEETS | RT COM COMENTÁRIOS | LINK |
|-------|-----------------------------------------|---------|----------|----------|--------------------|------------------------|
| 03/08 | Recuperação da Adriana, com recado | Vídeo | 673 | 52 | 19 | Acesse |
| 04/08 | RT: Dia de Combate ao câncer | Card | 392 | 32 | - | Acesse |
| 04/08 | Entrevista com nova jogadora | Vídeo | 626 | 48 | 13 | Acesse |
| 05/08 | Aniversário do técnico (Rei) | Card | 1961 | 128 | 35 | Acesse |
| 07/08 | História de duas altetas | Vídeo | 1205 | 150 | 72 | Acesse |
| 08/08 | Resposta: post Tamires | Texto | 280 | 11 | - | Acesse |
| 08/08 | Aniversário | Card | 764 | 41 | 2 | Acesse |
| 10/08 | Aniversário | Card | 618 | 47 | 10 | Acesse |
| 10/08 | Lembrança do último Paulista/jogo | Link/VD | 276 | 29 | 3 | Acesse |
| 10/08 | Aviso de estreia do novo patrocínio | Foto | 616 | 35 | 5 | Acesse |
| 11/08 | Gols da partida | Vídeo | 864 | 102 | 11 | Acesse |
| 12/08 | Resposta: resposta de torcedor | Foto | 23 | 1 | - | Acesse |
| 13/08 | RT: Informação da mudança de sede da LB | Foto | 1003 | 98 | 8 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|---------------------------------------------|-------|------|-----|----|------------------------|
| 15/08 | Entrevista com a goleira, pegou pênalti | Vídeo | 830 | 85 | 12 | Acesse |
| 15/08 | Entrevista com uma das goleadoras | Vídeo | 956 | 78 | 6 | Acesse |
| 16/08 | Gols da partida | Vídeo | 1352 | 160 | 49 | Acesse |
| 19/08 | Entrevista com goleadora (mãe) | Vídeo | 1480 | 120 | 26 | Acesse |
| 20/08 | Gols da partida | Vídeo | 577 | 70 | 10 | Acesse |
| 22/08 | Entrevista com Adriana/primeiro gol pós vlt | Vídeo | 1173 | 84 | 6 | Acesse |
| 23/08 | Gols da partida | Vídeo | 1562 | 163 | 29 | Acesse |
| 23/08 | Aniversário | Card | 1189 | 87 | 6 | Acesse |
| 26/08 | Dados do comando técnico | Fotos | 767 | 72 | 24 | Acesse |
| 26/08 | Dados do time | Foto | 642 | 69 | 7 | Acesse |
| 27/08 | Gols da partida | Vídeo | 1045 | 110 | 2 | Acesse |
| 29/08 | Resposta: resposta da conta masculina | Texto | 767 | 37 | - | Acesse |
| 29/08 | Resposta: post do Corinthians Basquete | Texto | 142 | 10 | - | Acesse |
| 29/08 | Entrevista com goleadora/troféu do mês | Vídeo | 2865 | 305 | 51 | Acesse |
| 30/08 | Gols da partida | Vídeo | 1060 | 141 | 10 | Acesse |
| 30/08 | Resposta: anúncio da Tamires na festa 111 | Card | 1082 | 33 | 1 | Acesse |
| 30/08 | Convocação para seleção sub-20 | Fotos | 1958 | 129 | 16 | Acesse |
| 31/08 | Convocação seleção principal | Fotos | 2477 | 214 | 72 | Acesse |

- **SETEMBRO**

| DATA | CONTEÚDO | MÍDIA | CURTIDAS | RETWEETS | RT COM COMENTÁRIOS | LINK |
|-------|--------------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------|------------------------|
| 01/09 | Recado de uma das goleadoras | Vídeo | 1201 | 91 | 2 | Acesse |
| 01/09 | Recado de uma das goleadoras | Vídeo | 1040 | 87 | 22 | Acesse |
| 01/09 | RT: Tweet de torcedor p/ divulgar | Texto | 414 | 33 | 1 | Acesse |
| 02/09 | Novo patrocinador anunciado na festa | Foto | 5062 | 317 | 36 | Acesse |
| 02/09 | Gols da partida | Vídeo | 930 | 99 | 3 | Acesse |
| 02/09 | Entrevista com goleadora | Vídeo | 938 | 61 | 1 | Acesse |
| 02/09 | Resposta: tweet esportivo | Foto | 1051 | 38 | 3 | Acesse |
| 03/09 | RT: premiação melhor do mês do Brasileirão | Card | 1082 | 77 | - | Acesse |
| 05/09 | Resposta: divulgação da jogadora/matéria | Link/Txt | 412 | 20 | - | Acesse |
| 05/09 | Divulgação do novo patrocinador | Fotos | 1072 | 110 | 8 | Acesse |
| 05/09 | Divulgação do novo patrocinador | Foto | 912 | 86 | 3 | Acesse |
| 05/09 | Fim de jogo e entrevista com goleadora | Vídeo | 1299 | 142 | 13 | Acesse |
| 06/08 | Gols da partida | Vídeo | 1152 | 123 | 9 | Acesse |
| 06/09 | Convocação para seleção principal | Foto | 1874 | 168 | 49 | Acesse |
| 07/09 | Divulgação do jogo 200 da Grazi | Vídeo | 1487 | 227 | 87 | Acesse |
| 07/09 | Resposta: post do msc./Feriado/democracia | Foto | 1314 | 45 | - | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|--------------------------------------------|----------|------|-----|----|------------------------|
| 08/09 | Divulgação do jogo #Grazi200 | Card | 1422 | 165 | 16 | Acesse |
| 08/09 | Resposta: post do masculino | Vídeo | 437 | 30 | - | Acesse |
| 08/09 | Dados da carreira da Grazi | Card | 1635 | 219 | 40 | Acesse |
| 08/09 | Dados da Grazi no Corinthians | Vídeo | 905 | 145 | 16 | Acesse |
| 08/09 | Entrevista com a Grazi/ sem gols | Vídeo | 1238 | 148 | 6 | Acesse |
| 09/09 | Gols da partida | Vídeo | 1583 | 120 | 16 | Acesse |
| 10/09 | RT: Combate ao suicídio | Card | 1032 | 69 | - | Acesse |
| 10/09 | Resposta: resposta da Tamires | Texto | 161 | 6 | - | Acesse |
| 12/09 | Pedido de mensagens para a final | Foto | 1407 | 176 | 22 | Acesse |
| 12/09 | Lembrança familiar do último derby de 2020 | Fotos | 1394 | 107 | 25 | Acesse |
| 13/09 | Gols da partida (1ª final do BR 21) | Vídeo | 2114 | 238 | 42 | Acesse |
| 14/09 | RT: Divulgação da Libertadores 2021 | Foto | 1079 | 91 | 4 | Acesse |
| 15/09 | Aviso sobre a transmissão da final | Card | 1917 | 197 | 15 | Acesse |
| 17/09 | Divulgação coletiva com o Técnico Arthur | Card | 1474 | 90 | 11 | Acesse |
| 17/09 | Link com acesso à entrevista ao vivo | Link/Txt | 490 | 38 | 1 | Acesse |
| 17/09 | Link da coletiva salvo | Link//Ft | 668 | 57 | 2 | Acesse |
| 20/09 | RT: Informações da Libertadores 2021 | Foto | 736 | 62 | 3 | Acesse |
| 21/09 | RT: post da Tamires voltando da convocação | Vídeo | 1419 | 78 | 3 | Acesse |
| 23/09 | Gols da partida | Vídeo | 1111 | 85 | 3 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|-----------------------------------------|-------|------|-----|-----|------------------------|
| 23/09 | Homenagem aos 100 jogos da Adriana | Foto | 1605 | 140 | 18 | Acesse |
| 23/09 | Divulgação da nova camisa/campanha | Vídeo | 1786 | 279 | 23 | Acesse |
| 24/09 | RT: Informações da Libertadores | Card | 910 | 77 | 3 | Acesse |
| 24/09 | RT: Informações da Libertadores | Card | 1365 | 153 | 7 | Acesse |
| 24/09 | Divulgação de coletiva com jogadoras | Card | 1113 | 70 | 3 | Acesse |
| 24/09 | RT: Informações sobre a Libertadores | Card | 860 | 79 | - | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do campeonato Jogo 1 | Vídeo | 1159 | 139 | 16 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 2 | Vídeo | 889 | 86 | 13 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 3 | Vídeo | 627 | 69 | 3 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 4 | Vídeo | 728 | 78 | - | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 5 | Vídeo | 758 | 63 | 1 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 6 | Vídeo | 773 | 71 | 1 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 7 | Vídeo | 824 | 90 | 7 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 8 | Vídeo | 979 | 76 | 7 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 9 | Vídeo | 952 | 70 | 1 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 10 | Vídeo | 714 | 68 | 1 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 11 | Vídeo | 831 | 64 | 1 | Acesse |
| 26/09 | Campanha de apresentação da camisa roxa | Vídeo | 3438 | 648 | 144 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 12 | Vídeo | 936 | 82 | 18 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|-----------------------------------------|-------|---------|------|-----|------------------------|
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 13 | Vídeo | 826 | 67 | 2 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 14 | Vídeo | 777 | 58 | 5 | Acesse |
| 26/09 | Campanha de apresentação da camisa roxa | Fotos | 3621 | 444 | 154 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Jogo 15 | Vídeo | 705 | 61 | 2 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Quarta 1 | Vídeo | 866 | 65 | - | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Quarta 2 | Vídeo | 881 | 69 | - | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Semi 1 | Vídeo | 857 | 70 | 2 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Semi 2 | Vídeo | 796 | 71 | 1 | Acesse |
| 26/09 | Retrospectiva do Campeonato Final 1 | Vídeo | 1162 | 100 | 11 | Acesse |
| 26/09 | Campeões do Brasileirão 2021 | Cards | 11,8mil | 3599 | 768 | Acesse |
| 27/09 | Gols da partida | Vídeo | 4173 | 433 | 38 | Acesse |
| 27/09 | RT: Capa comprada pelo patrocinador | Foto | 2167 | 163 | 6 | Acesse |
| 27/09 | Publicação especial de comemoração | Vídeo | 1691 | 288 | 81 | Acesse |
| 27/09 | Aniversário | Card | 1815 | 128 | 10 | Acesse |
| 27/09 | Divulgação da camisa roxa | Fotos | 3075 | 174 | 52 | Acesse |
| 27/09 | Lances e comemorações da final | Vídeo | 2320 | 296 | 39 | Acesse |
| 28/09 | Resposta: post da Zanotti | Foto | 473 | 18 | - | Acesse |
| 30/09 | Gols da partida | Vídeo | 1051 | 109 | 7 | Acesse |
| 30/09 | Resposta: post da Maisa | Texto | 2804 | 32 | 21 | Acesse |

- **OUTUBRO**

| DATA | CONTEÚDO | MÍDIA | CURTIDAS | RETWEETS | RT COM COMENTÁRIOS | LINK |
|-------|-----------------------------------------|-------|----------|----------|--------------------|------------------------|
| 01/10 | Prêmio melhor atleta do mês | Card | 1483 | 110 | 1 | Acesse |
| 02/10 | Homenagem aos 100 jogos da Adriana | Vídeo | 1797 | 177 | 48 | Acesse |
| 03/10 | RT: Post da Tamires assistindo o sub-18 | Vídeo | 622 | 46 | - | Acesse |
| 04/10 | Gols da partida | Vídeo | 970 | 82 | 2 | Acesse |
| 05/10 | Dia do professor (técnico) | Foto | 1485 | 96 | - | Acesse |
| 05/10 | Convocação para seleção principal | Foto | 2843 | 209 | 46 | Acesse |
| 06/10 | Gols da partida | Vídeo | 1428 | 189 | 27 | Acesse |
| 06/10 | Entrevista com destaques da partida | Vídeo | 1058 | 96 | 4 | Acesse |
| 07/10 | Relação das jogadoras para Libertadores | Card | 1705 | 172 | 74 | Acesse |
| 08/10 | Dia do nordestino | Card | 3073 | 239 | 26 | Acesse |
| 08/10 | Aniversário | Card | 1764 | 118 | 4 | Acesse |
| 09/10 | Entrevista com uma das goleadoras | Vídeo | 715 | 41 | 3 | Acesse |
| 10/10 | Gols da partida | Vídeo | 648 | 57 | 6 | Acesse |
| 10/10 | Aniversário | Card | 3044 | 260 | 15 | Acesse |
| 11/11 | Resposta: post do futsal | Texto | 459 | 30 | 2 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|-----------------------------------------------|-------|------|-----|----|------------------------|
| 12/10 | Fotos das atletas crianças (dia das crianças) | Fotos | 1672 | 79 | 10 | Acesse |
| 12/10 | Foto de uma atleta criança | Foto | 992 | 40 | 3 | Acesse |
| 13/10 | Entrevista com jogadora | Vídeo | 1174 | 74 | 2 | Acesse |
| 13/10 | Gols da partida | Vídeo | 818 | 69 | 3 | Acesse |
| 15/10 | Homenagem aos 100 jogos da Vic | Foto | 2892 | 169 | 24 | Acesse |
| 16/10 | Entrevista da jogadora | Vídeo | 1474 | 128 | 22 | Acesse |
| 17/10 | Gols da partida | Vídeo | 1269 | 130 | 10 | Acesse |
| 17/10 | Resposta: retorno do Fuller ao basquete | Vídeo | 252 | 16 | - | Acesse |
| 17/10 | Dia nacional da vacinação | Card | 885 | 62 | 2 | Acesse |
| 17/10 | Dia da música popular brasileira | Vídeo | 1104 | 122 | 21 | Acesse |
| 18/10 | Dia do Médico | Fotos | 1188 | 88 | 2 | Acesse |
| 18/10 | Homenagem pelos 100 jogos da Vic | Vídeo | 728 | 87 | 27 | Acesse |
| 18/10 | Homenagem parte 2 | Vídeo | 850 | 92 | 43 | Acesse |
| 18/10 | Homenagem parte 3 (mágica dela) | Vídeo | 885 | 96 | 21 | Acesse |
| 19/10 | Homenagem do clube ao departamento fm. | Fotos | 1300 | 110 | 8 | Acesse |
| 21/10 | TBT da primeira libertadores | Vídeo | 965 | 103 | 26 | Acesse |
| 24/10 | Atletas convocadas com torcida em sidney | Foto | 2441 | 161 | 8 | Acesse |
| 26/10 | Conta do twitter bateu 200k | Card | 4924 | 395 | 41 | Acesse |
| 27/10 | Divulgação de coletiva tec/coordenadora | Foto | 1095 | 70 | 6 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|----------------------------------------|-------|------|-----|----|------------------------|
| 27/10 | Link da coletiva | Foto | 731 | 49 | 4 | Acesse |
| 28/10 | Aniversário | Card | 1459 | 94 | 11 | Acesse |
| 29/10 | Divulgação de coletiva com jogadoras | Fotos | 1087 | 60 | 7 | Acesse |
| 29/10 | Link da coletiva | Foto | 716 | 51 | 3 | Acesse |
| 29/10 | Anúncio de novo patrocinador na camisa | Foto | 2052 | 167 | 37 | Acesse |
| 29/10 | Trecho da coletiva | Vídeo | 793 | 77 | 11 | Acesse |
| 31/10 | Gols da partida | Vídeo | 1136 | 136 | 8 | Acesse |
| 31/10 | RT: FIFA elogiou jogadora Diany | Foto | 1147 | 99 | 1 | Acesse |

- **NOVEMBRO**

| DATA | CONTEÚDO | MÍDIA | CURTIDAS | RETWEETS | RT COM COMENTÁRIOS | LINK |
|-------|------------------------------------------|-------|----------|----------|--------------------|------------------------|
| 01/11 | Partida para competição internacional | Foto | 5980 | 371 | 44 | Acesse |
| 01/11 | Chegada no Paraguai | Vídeo | 2798 | 185 | 18 | Acesse |
| 02/11 | Recado da jogadora | Vídeo | 1620 | 100 | 1 | Acesse |
| 02/11 | Numeração das jogadoras | Card | 2232 | 248 | 67 | Acesse |
| 02/11 | Diário da rotina na Libertadores | Vídeo | 1738 | 152 | 29 | Acesse |
| 03/11 | Recado de jogadora | Vídeo | 921 | 58 | 2 | Acesse |
| 03/11 | Divulgação dos jogos e canais (facebook) | Card | 1619 | 214 | 16 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|--------------------------------------------|-------|------|-----|-----|------------------------|
| 03/11 | Serviço do roupeiro no Paraguai | Vídeo | 1116 | 103 | 34 | Acesse |
| 04/11 | Resposta: interação com RT do patrocinador | Texto | 145 | 5 | - | Acesse |
| 04/11 | Dados sobre o time na competição | Texto | 621 | 45 | 4 | Acesse |
| 04/11 | Dados sobre o time na competição | Texto | 553 | 44 | 1 | Acesse |
| 04/11 | Dados sobre o time na competição | Foto | 785 | 59 | 28 | Acesse |
| 04/11 | Dados sobre o time na competição | Texto | 631 | 39 | 1 | Acesse |
| 04/11 | Entrevista melhor do jogo | Vídeo | 1316 | 131 | 15 | Acesse |
| 04/11 | Gols da partida | Vídeo | 1465 | 136 | 17 | Acesse |
| 05/11 | Cancelamento do diário - morte da Marília | Texto | 4002 | 175 | 7 | Acesse |
| 06/11 | Aniversário | Card | 1926 | 116 | 6 | Acesse |
| 07/11 | RT: Foto da Tamires | Foto | 1187 | 57 | 1 | Acesse |
| 07/11 | Post de gol com homenagem | Foto | 3076 | 384 | 78 | Acesse |
| 07/11 | Homenagem para Marília em campo | Foto | 4200 | 550 | 53 | Acesse |
| 07/11 | Entrevista com a melhor do jogo | Vídeo | 1696 | 156 | 11 | Acesse |
| 07/11 | RT: Post - Conmebol avisando classificação | Card | 1784 | 118 | 2 | Acesse |
| 08/11 | Gols da partida | Vídeo | 1629 | 144 | 7 | Acesse |
| 09/11 | Convocação para seleção principal | Fotos | 1830 | 119 | 57 | Acesse |
| 10/11 | Aviso de lesão de jogadora | Card | 3878 | 237 | 408 | Acesse |
| 10/11 | Entrevista melhor do jogo | Vídeo | 903 | 95 | 17 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|----------------------------------------|-------|---------|------|------|------------------------|
| 10/11 | Gols da partida | Vídeo | 1058 | 105 | 7 | Acesse |
| 11/11 | Resposta da jogadora lesionada | Vídeo | 2440 | 199 | 54 | Acesse |
| 13/11 | Entrevista melhor do jogo | Vídeo | 1609 | 145 | 16 | Acesse |
| 14/11 | Gols da partida | Vídeo | 1425 | 136 | 4 | Acesse |
| 14/11 | Resposta: post da Vic | Texto | 504 | 11 | - | Acesse |
| 16/11 | Aviso de gol e o caso de racismo | Texto | 10,5mil | 935 | 1987 | Acesse |
| 16/11 | Aviso de gol com referência ao racismo | Texto | 8470 | 1118 | 111 | Acesse |
| 16/11 | Post do consolo a Adriana, pela Vic | Foto | 6787 | 975 | 85 | Acesse |
| 16/11 | Post de fim do jogo contra racismo | Foto | 5845 | 1196 | 103 | Acesse |
| 17/11 | Aniversário - Adriana | Card | 2841 | 229 | 16 | Acesse |
| 17/11 | Gols da partida | Vídeo | 1616 | 195 | 25 | Acesse |
| 18/11 | Post sobre ação da ferroviária | Foto | 3604 | 470 | 93 | Acesse |
| 20/11 | Dia da CONsciência Negra | Foto | 4645 | 701 | 21 | Acesse |
| 20/11 | Resposta: post da Gabi Nunes | Texto | 441 | 20 | 4 | Acesse |
| 21/11 | Ação da base contra racismo | Fotos | 1190 | 113 | 12 | Acesse |
| 21/11 | RT: Post da Kati | Texto | 1557 | 115 | 2 | Acesse |
| 21/11 | Campeãs da Libertadores | Card | 15,8mil | 5172 | 1387 | Acesse |
| 21/11 | RT: Spinelli avisando da audiência | Texto | 1928 | 172 | 12 | Acesse |
| 21/11 | Atletas campeãs 4x na liberta | Foto | 6201 | 736 | 50 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|--------------------------------------------|-------|------|-----|-----|------------------------|
| 21/11 | RT: Foto da Grazi | Texto | 2892 | 192 | 4 | Acesse |
| 22/11 | Gols da partida | Vídeo | 2707 | 236 | 33 | Acesse |
| 22/11 | RT: Conmebol fala do marco do Arthur Elias | Foto | 3816 | 169 | 2 | Acesse |
| 23/11 | RT: Post da conmebol da melhor da copa | Card | 1752 | 95 | 1 | Acesse |
| 24/11 | Aniversário | Card | 1904 | 115 | 4 | Acesse |
| 25/11 | Divulgação coletiva com Cris e Arthur | Foto | 1241 | 60 | 6 | Acesse |
| 25/11 | Link da coletiva | Foto | 592 | 27 | 1 | Acesse |
| 29/11 | Dados do clube na temporada | Card | 3652 | 357 | 47 | Acesse |
| 30/11 | Dados do Arthur no comando do time | Card | 3490 | 350 | 155 | Acesse |

- **DEZEMBRO**

| DATA | CONTEÚDO | MÍDIA | CURTIDAS | RETWEETS | RT COM COMENTÁRIOS | LINK |
|-------|---------------------------------------------|------------|----------|----------|--------------------|------------------------|
| 01/12 | RT: Votação do BR para representante | Link | 793 | 62 | 1 | Acesse |
| 02/12 | Aviso do final da votação | Fotos | 949 | 51 | 5 | Acesse |
| 02/12 | RT: TBT da Conmebol da final da liberta | Vídeo | 1598 | 96 | 3 | Acesse |
| 03/12 | Divulgação da votação gol mais bonito do br | Link/Vídeo | 1208 | 138 | 17 | Acesse |
| 04/12 | Divulgação votação craque da galera br | Link/Foto | 1427 | 98 | 12 | Acesse |
| 05/12 | Divulgação público pagante 1ªfinal paga | Texto | 1066 | 23 | 3 | Acesse |

| | | | | | | |
|--------|----------------------------------------------|------------|---------|------|-----|------------------------|
| 05/12 | RT: Votação craque da galera do br | Texto | 551 | 95 | 6 | Acesse |
| 06/12 | Gols concorrentes ao prêmio BR | Vídeo | 710 | 60 | 4 | Acesse |
| 06/12 | RT: Votação gol mais bonito | Texto/Link | 544 | 66 | 6 | Acesse |
| 07/12 | Votação da final do gol mais bonito | Foto | 1322 | 101 | 11 | Acesse |
| 08/12 | Divulgação do público pagante | Texto | 4735 | 486 | 126 | Acesse |
| 08/12 | Anúncio do gol da Adriana (jornada do herói) | Gif | 4135 | 658 | 122 | Acesse |
| 08//12 | Campeãs do Paulista (TRI DOS TRIS) | Card | 9046 | 2501 | 450 | Acesse |
| 09/12 | Interação com seguidores (Kemelli) | Foto | 13,5mil | 1594 | 180 | Acesse |
| 09/12 | Gols da partida | Vídeo | 2898 | 411 | 111 | Acesse |
| 09/12 | Exaltação da Grazi que vai aposentar | Foto | 4195 | 348 | 24 | Acesse |
| 09/12 | Aviso da aposentadoria da grazi | Vídeo | 2042 | 232 | 98 | Acesse |
| 09/12 | Resposta: post da Tamires | Texto | 1043 | 31 | 1 | Acesse |
| 09/12 | Informações sobre a festa do Paulistão 2021 | Foto | 3350 | 300 | 36 | Acesse |
| 10/12 | Thread - Premiação da ESPN | Fotos | 3340 | 306 | 34 | Acesse |
| 10/12 | Premiação do Brasileirão | Foto | 3488 | 229 | 29 | Acesse |
| 14/12 | Dados da temporada do profissional | Card | 2038 | 192 | 34 | Acesse |
| 18/12 | Renovação do elenco - Grazi | Card | 3072 | 283 | 101 | Acesse |
| 18/12 | Renovação do elenco - Paty | Card | 1732 | 153 | 20 | Acesse |
| 18/12 | Renovação do elenco - Campiolo | Card | 3268 | 216 | 50 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|-------------------------------------------|-------|------|-----|-----|------------------------|
| 19/12 | Renovação do elenco - Tainá | Card | 2210 | 150 | 19 | Acesse |
| 19/12 | Renovação do elenco - Diany | Card | 2868 | 207 | 49 | Acesse |
| 20/12 | Renovação do elenco - Katiuscia | Card | 3336 | 256 | 83 | Acesse |
| 20/12 | Renovação do elenco - Gabi Portilho | Card | 4153 | 327 | 258 | Acesse |
| 21/12 | Interação de férias (símbolo da kemelli) | Foto | 3990 | 130 | 27 | Acesse |
| 21/12 | Segue no elenco - Natascha | Card | 2504 | 179 | 43 | Acesse |
| 21/12 | Segue no elenco - Kemelli | Card | 2538 | 202 | 85 | Acesse |
| 22/12 | Segue no elenco - Yasmin | Card | 2817 | 210 | 74 | Acesse |
| 22/12 | Aniversário | Card | 1836 | 96 | 10 | Acesse |
| 22/12 | Renovação do elenco - Juliete | Card | 2355 | 171 | 61 | Acesse |
| 23/12 | Segue no elenco - Miriã | Card | 2353 | 181 | 44 | Acesse |
| 23/12 | Segue no elenco - Jheniffer | Card | 2616 | 185 | 64 | Acesse |
| 24/12 | Resposta: post da Tamires sobre renovação | Texto | 1216 | 32 | 1 | Acesse |
| 24/12 | Renovação do elenco - Tamires | Card | 6615 | 606 | 466 | Acesse |
| 24/12 | RT: Post da Tamires com bordão do time | Texto | 4000 | 219 | 9 | Acesse |
| 25/12 | Post de natal com símbolo da Kemelli | Card | 5798 | 557 | 21 | Acesse |
| 26/12 | Segue no elenco - Bianca Gomes | Card | 2349 | 151 | 56 | Acesse |
| 26/12 | Segue no elenco - Tarciane | Card | 2652 | 167 | 45 | Acesse |
| 27/12 | Renovação do elenco - Adriana | Card | 4422 | 441 | 423 | Acesse |

| | | | | | | |
|-------|-----------------------------------------|-------|------|-----|-----|------------------------|
| 28/12 | Renovação do elenco - Érika | Card | 5169 | 412 | 178 | Acesse |
| 29/12 | Despedida do elenco - Poliana e Ingrid | Card | 3999 | 203 | 442 | Acesse |
| 30/12 | Renovação do elenco - Gabo Zanotti | Card | 6237 | 669 | 494 | Acesse |
| 30/12 | Renovação do elenco - Arthur e Comissão | Card | 4950 | 440 | 158 | Acesse |
| 30/12 | Aniversário | Card | 1653 | 95 | 7 | Acesse |
| 31/12 | Anúncio de premiação inédita | Foto | 4414 | 394 | 64 | Acesse |
| 31/12 | Resposta: resposta da tamires | Texto | 632 | 21 | - | Acesse |

