

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS

CURSO DE JORNALISMO

BEATRIZ FREITAS VERA CRUZ

DEIXADAS PRA ESCANTEIO: GRANDE REPORTAGEM SOBRE OS IMPACTOS
DO CORONAVÍRUS NO FUTEBOL FEMININO

SÃO PAULO

2020

BEATRIZ FREITAS VERA CRUZ

DEIXADAS PRA ESCANTEIO: GRANDE REPORTAGEM SOBRE OS IMPACTOS
DO CORONAVÍRUS NO FUTEBOL FEMININO

Relatório Final sobre Trabalho de Conclusão
de Curso apresentado à Universidade
Presbiteriana Mackenzie para promoção ao
TCC II, requisito parcial à obtenção do grau de
Bacharel de Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Anderson Gurgel Campos

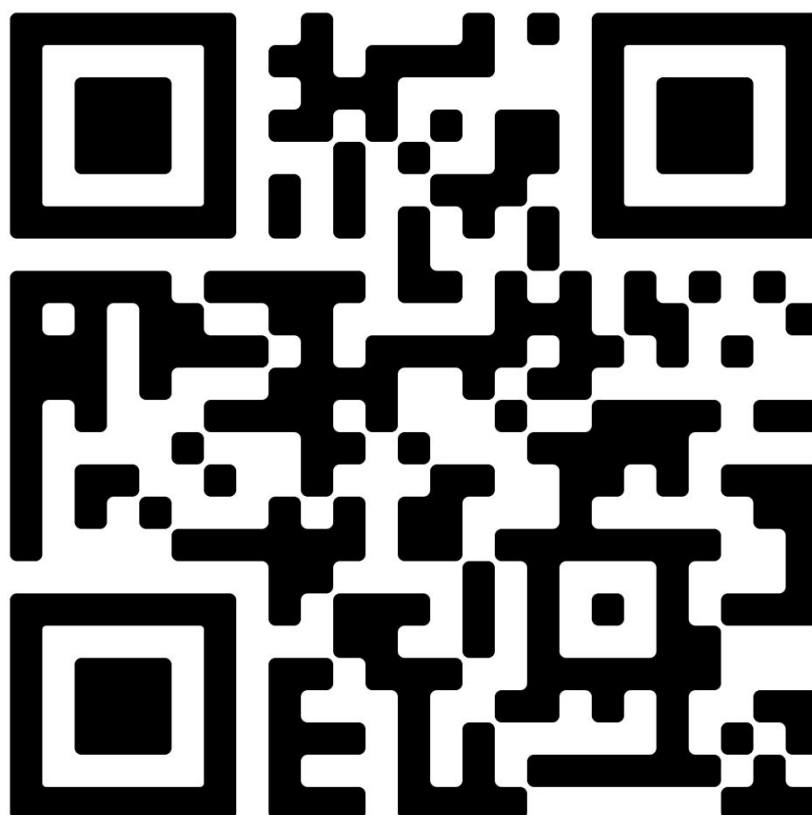
SÃO PAULO

01/2020

Este Trabalho de Conclusão de Curso não reflete a opinião da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Seu conteúdo e abordagem são de total responsabilidade de seu autor.

Link do site: <https://deixadaspraescanteio.wixsite.com/covid-19>

Atualizado em: 23/11/2020 às 17:50



Dedicatória

Dedico este trabalho aos meus pais, Paulo e Dora, e meus irmãos Felipe e Henrique.

Agradecimentos

Não tem como começar meus agradecimentos sem começar por minha família. Pai, mãe, Felipe e Henrique, tios, tias, primos, sobrinhos, nada disso aconteceria sem você. Obrigada por me apoiar em todas as minhas escolhas e panfletarem todos os meus projetos. Não poderia ter escolhido uma família melhor para estar.

Aos amigos, muito obrigada. Do fundo do coração. Não consigo citar todos aqui, até porque seria uma injustiça tamanha se eu me esquecesse de alguém, mas todos vocês tem um pedacinho em mim e, logicamente, nesse trabalho. Dos amigos do CRIEM, do Consa, do Augusto Laranja, do Aquarius, da pracinha, do Mackenzie, da vida, obrigada por me apoiar nos momentos que mais precisei. Por todos os carnavais, karaokês, passeios na Liberdade, shows. Dos que amam futebol como eu aos que não suportam mais me ouvir falando disso (peço até desculpas por isso, não é por mal). Nada disso faria sentido sem vocês. Amo vocês pra sempre.

Aos professores, em especial ao meu orientador, nunca serei grata o suficiente. O trabalho de vocês é essencial para a formação de seres humanos e profissionais cada vez mais capacitados a vida adulta. Todas as broncas, ensinamentos, risadas, trabalhos, leituras. Tudo isso me fez quem sou hoje. Obrigada, obrigada, obrigada.

Obrigada a todos os meus ídolos no futebol e na música por absolutamente tudo. Muito do que sou hoje é por conta de vocês. Aprendi a aceitar as derrotas, mesmo que dolorosas, a celebrar cada vitória, a não desistir dos meus sonhos. Tudo isso com uma trilha sonora que passa por Queen, Skank, One Direction e Mcfly. A música, além do futebol, me faz sentir todas as emoções ao extremo.

Esse projeto não existiria se a primeira mulher não fosse lá e chutasse uma bola. Por isso, agradeço a todas as mulheres fortes que lutaram, lutam e lutarão para deixar um mundo melhor para as próximas gerações. Isso não envolve só o futebol, mas a sociedade em geral. A luta é de todas nós e nos fortalece a cada dia.

Enfim, obrigada a todos que fizeram Beatriz Freitas Vera Cruz a mulher que ela é hoje.

RESUMO

O mundo esportivo começou a sentir os impactos da pandemia a partir de janeiro de 2020, quando competições tiveram que ser reagendadas ou canceladas. O futebol feminino é, historicamente, menos valorizado do que o masculino e, apesar da categoria ter evoluído bastante, o apoio que recebe não é suficiente para seu desenvolvimento sustentável. Segundo o estudo *Covid-19: Implications for Professional Women's Football*, realizado pela Federação Internacional de Jogadores Profissionais de Futebol (FIFPro), o futebol feminino sofreria uma “ameaça quase existencial” se ações para proteger a indústria não fossem tomadas. Nesse contexto, os objetivos principais deste trabalho são realizar uma grande reportagem sobre os impactos da crise do coronavírus no futebol feminino brasileiro, e analisar a estrutura da categoria e como os clubes e federações agiram para conter a crise na indústria. Considerando o crescimento e desenvolvimento da categoria no estado de São Paulo, os times paulistas que participam do Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino A1 (Corinthians, Santos, Ferroviária, Audax, Palmeiras, São Paulo, Ponte Preta e São José) servirão como base na análise de como as equipes femininas estão reagindo à crise causada pela pandemia de coronavírus.

Palavras-chave: coronavírus; futebol feminino; impactos; crise; jornalismo.

ABSTRACT

The sports world started to feel the impacts of the pandemic in January 2020, when competitions had to be rescheduled or cancelled. Women's football, historically, is less valued than the male and, although the category has evolved considerably, the support it receives is not enough for its sustainable development. According to the study *Covid-19: Implications for professional Women's Football*, conducted by the International Federation of Professional Soccer Players (FIFPro), the women's soccer will suffer an “almost existential threat” if actions to protect the industry are not taken. The principal objectives of this project are to realize a feature article online and multimedia about the impacts of the coronavirus crisis on the Brazilian women's soccer, analyzing the crisis containment actions created for the industry and how the Covid-19 can affect on the Brazilian club's management. Considering the growth and development of the category in São Paulo, the Paulista teams that are participating of the Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino A1 (Corinthians, Santos, Ferroviária, Audax, Palmeiras, São Paulo, Ponte Preta and São José) will serve as the basis of the analysis of how the women's clubs are reacting to the crisis caused by the coronavirus pandemic.

Keywords: coronavirus; women's soccer; impact; crisis; journalism

Sumário

Introdução.....	09
Contextualização.....	11
1. O futebol feminino e os impactos do coronavírus.....	13
2. A grande reportagem on-line.....	15
2.1 Linguagem de uma grande reportagem on-line.....	16
2.2 A grande reportagem on-line e o jornalismo.....	17
3. O jornalismo esportivo.....	18
4. Desenvolvimento da peça.....	18
4.1 Definição de estilo e linguagem.....	18
4.2 Estruturação.....	19
4.3 Editorias.....	19
4.3.1 O impacto do vírus.....	19
4.3.2 O que elas têm a dizer.....	20
4.3.3 Raio-X da modalidade.....	20
4.3.4 Um novo recomeço.....	21
4.3.5 Crônica.....	22
4.4 Crônica.....	22
4.5 Layout.....	22
5. Fontes: agendamentos e execução das entrevistas.....	22
6. Execução e finalização.....	23
7. Considerações finais.....	23
Referencial Bibliográfico.....	25
Anexo I – Estudo COVID-19: Implications for Professional Women’s Football.....	31
Anexo II - Pesquisa Women’s Football Member Associations Survey Report.....	31
Apêndice I- Autorizações de uso de imagem.....	31

INTRODUÇÃO

Este projeto embasa a realização de uma grande reportagem com multimídia sobre o futebol feminino e os impactos da pandemia de coronavírus na categoria. A Covid-19 é uma doença altamente contagiosa causada por um vírus chamado SARS-CoV-2 e, por ter alcançado números assustadores, países têm adotado medidas de distanciamento social e quarentena. A crise afeta todos os setores da sociedade, que vive um período de incertezas. Segundo a World Health Organization (2020), ou Organização Mundial da Saúde, até o dia 27 de outubro, são 43.147.494 casos confirmados de Covid-19 no mundo inteiro, e 1.155.553 óbitos provocados pela doença.

O mundo esportivo começou a sentir os impactos da pandemia a partir de janeiro, quando competições tiveram que ser adiadas, canceladas ou com a localização alterada. Um dos principais eventos do calendário esportivo, os Jogos Olímpicos, aconteceriam em Tóquio entre julho e agosto de 2020, mas foram adiados para 2021. Segundo o estudo Impactos econômicos para a Indústria do Esporte (SPORTSVALUE, 2020), o mercado global de esporte movimentava mais de US\$ 756 bilhões anualmente e perderá mais de US\$ 15 bilhões pelos impactos da Covid-19, número que representa 2% do montante que se movimentava com esporte globalmente.

No futebol feminino, o Covid-19 começou a ter seus primeiros impactos em janeiro de 2020, quando o local das Eliminatórias para os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020 foi transferido da cidade chinesa Wuhan, onde os primeiros casos de coronavírus apareceram, para Sydney, na Austrália. O estudo *Covid-19: Implications for Professional Women's Football*, realizado pela Federação Internacional de

Jogadores Profissionais de Futebol (FIFPRO, 2020), afirmou que a categoria sofre uma “ameaça quase existencial” se ações para proteger a indústria não fossem tomadas.

A menos que haja um comprometimento claro das partes interessadas no futebol de estabilizar competições e fornecer assistência financeira para manter ligas, clubes e jogadoras no negócio, a paralisação econômica vai resultar na falência de clubes estáveis e lucrativos em muitos mercados. (FIFPRO, 2020, p. 2).

Este relatório apresenta o produto final do trabalho de conclusão de curso (TCC), que é composto por textos, vídeos curtos, infográficos e conteúdo em formato voltado para as redes sociais, como *Instagram* e *Twitter*. A reportagem nesta modalidade foi pertinente, pois o jornalismo precisa ser cada vez mais multimídia, principalmente durante o período de pandemia, já que os números referentes ao acesso e audiência na internet aumentam cada dia mais nesse período. Levantamento feito pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), por exemplo, demonstrou que o uso da internet cresceu entre 40% e 50% durante a pandemia (LAVADO, 2020).

O coronavírus afetou bastante a indústria esportiva, como já citado anteriormente, e o futebol feminino é uma categoria que precisa de uma atenção especial por não ter um desenvolvimento sustentável. Além disso, a grande reportagem é o pontapé inicial para o ***Deixadas pra Escanteio***, a página em construção neste TCC, que permanecerá nas redes sociais para abordar temas relacionados às mulheres no esporte.

A partir disso, a pergunta-problema utilizada no projeto foi: como uma grande reportagem multimídia pode mostrar, discutir e exemplificar os impactos da pandemia de coronavírus no desenvolvimento do futebol feminino?

O principal objeto de estudo foi a estrutura do futebol feminino e entender como a pandemia de coronavírus pode impactar a categoria, com enfoque aos times brasileiros. Serão analisados como os clubes femininos estão reagindo às ações das Federações de Futebol que foram voltadas para a contenção da crise na categoria.

Os objetivos principais são: realizar uma narrativa sobre os impactos do coronavírus no futebol feminino; analisar as ações de contenção da crise criadas para o futebol feminino; e analisar como a Covid-19 pode afetar o desenvolvimento da modalidade.

Os objetivos secundários serão: estudar sobre o formato e a linguagem da grande reportagem; analisar como a indústria de futebol feminino se comportou durante a crise; e entrevistar jornalistas, atletas, diretores e presidentes de times profissionais brasileiros.

CONTEXTUALIZAÇÃO

A Copa do Mundo de Futebol Feminino, que aconteceu na França entre junho e julho de 2019, foi um marco e tornou-se fundamental para o desenvolvimento da categoria. Segundo o relatório *France 2019: Global Broadcast and Audience Report* (FIFA, 2019), 1,12 bilhão assistiram à competição pela TV ou pela internet. A maior responsável pelo aumento da audiência é a América do Sul, chegando a 560% em comparação com a edição de 2015 da competição.

O ano de Copa também trouxe resultado para o futebol feminino sul-americano. A final do Campeonato Paulista de 2019 entre Corinthians e São Paulo levou mais de 28 mil pessoas à Arena Corinthians, tornando-se o maior público da categoria no país. Além de a audiência ter aumentado, os direitos das atletas também foram ampliados. Enquanto em 2018 sete das 16 equipes que disputaram o Campeonato Brasileiro Feminino eram consideradas profissionais, o número pulou para dez no ano seguinte.

O fato de o futebol feminino ser menos valorizado e desenvolvido que o masculino não é novidade. Porém, se a categoria não receber ajuda neste período de crise, corre o risco de perder tudo aquilo que se desenvolveu durante pouco tempo. Segundo o estudo realizado pela FIFPro, a indústria do futebol feminino exigirá inovação e intervenção de todo o setor privado e setores públicos, de formuladores de políticas e órgãos governamentais, a empresas de radiodifusão e patrocinadores. Socialmente, o assunto traz questões como o machismo no esporte, ilustradas com o menor interesse e investimento na categoria, a diferença salarial e proteção básica de direitos trabalhistas.

As obras que consultei para me embasar sobre o formato da narrativa transmidiática foram os livros: *Cultura da Convergência* (JENKINS, 2009); *Cibercultura* (LEVY, 2010); *Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional* (PORTO-RENÓ et al., 2011); *Jornalismo para Dispositivos Móveis: produção, distribuição e consumo* (CANAVILHAS; SATUF, 2015); e *Guia Audiovisual: Transmídia* (ARNAUT, 2015), além dos artigos: *A grande reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo* (LONGHI, 2015); e *Infografia on-line: narrativa intermídia* (LONGHI, 2009).

Sobre o estilo da escrita da grande reportagem, utilizei o livro *Por trás da notícia: o processo de criação das grandes reportagens* (FLOSI, 2012), o TCC *Linguagem Transmídia: uma narrativa para a arte de se fazer jornalismo* (ALVES, 2015) e a dissertação *UOL Tab: a grande reportagem no cenário multimídia* (PEREIRA, 2017).

Sobre jornalismo esportivo, consultei o livro *Dicionário enciclopédico Tubino do Esporte* (TUBINO; GARRIDO, 2007), os artigos *Desafios do jornalismo na era dos megaeventos esportivos* (GURGEL, 2009) e *O Jornalismo Literário invade o campo do Jornalismo Esportivo* (COLARES; MIRANDA, 2012).

Para o maior embasamento sobre o tema, foram utilizados os estudos: *Women's Football Strategy* (FIFA, 2018); *Women's Football Member Association Report* (FIFA, 2019); e *Covid-19: Implications for professional Women's Football* (FIFPro, 2020); o relatório *France 2019: Global Broadcast and Audience Report* (FIFA, 2019), o artigo *O futebol feminino e sua inserção na mídia: a diferença que faz uma medalha de prata* (MARTINS; MORAES, 2007) e as matérias: *Estudo da FIFA mostra descaso de anos do Brasil com o futebol feminino* (MENDONÇA, 2020); *CBF não fiscaliza, e jogadoras ficam sem salário mesmo com ajuda aos clubes* (MENDONÇA, 2020); *Sem contrato, jogadoras do Vitória ficam à mercê do descaso de dirigentes* (MENDONÇA, 2020); *“Futebol masculino dá dinheiro; o feminino, custos”, diz secretária-geral da FIFA* (GAZETA ESPORTIVA, 2019); *Atenta à crise pela pandemia do coronavírus, FIFA irá investir US\$ 1 bilhão no futebol feminino até 2022* (BARLEM, 2020); *FIFA apresenta cinco propostas para o futebol feminino, inclusive 32 seleções na Copa de 2023* (KESTELMAN, 2019); *“Quando meninas ganharem bola em vez de boneca, o futebol feminino será um esporte de massa”* (PIRES, 2019); *A Copa da visibilidade para o futebol feminino* (PIRES, 2019); *CBF anuncia*

medidas de apoio financeiro aos clubes e Federações (CBF, 2020); e Futebol feminino, o grande esquecido em meio à crise do Coronavírus (AFP, 2020).

O projeto contará com dados colhidos da internet e entrevistas feitas on-line. Contatei assessores do futebol feminino de clubes paulistas a fim de conseguir contato com os dirigentes e atletas. As fontes foram entrevistadas com o intuito de entender sobre o desenvolvimento da categoria no Brasil, qual é a importância do futebol feminino na gestão dos clubes e os impactos que uma crise como o coronavírus pode trazer para a categoria.

Por e-mail e redes sociais, contatei jornalistas esportivos que fazem cobertura de futebol feminino para entender a história da categoria, ter um panorama mais completo de como a crise pode afetar seu desenvolvimento, como as ações de federações e associações podem interferir na realidade dos times e se o papel do jornalismo esportivo ganha mais importância nos tempos de crise. Especialistas da área esportiva foram contatados também para compreender como a dinâmica do futebol feminino e sua história podem influenciar no seu desenvolvimento.

1 O FUTEBOL FEMININO E OS IMPACTOS DO CORONAVÍRUS

Segundo Martins e Moraes (2007), o crescimento da prática do futebol entre as mulheres no Brasil, bem como o seu aparecimento midiático mais evidente, aconteceu particularmente após o inédito resultado nas Olimpíadas de Atlanta, com o quarto lugar, e com o sucesso das atletas em Atenas, em 2002, que resultou em uma medalha de prata. Porém, o esporte sempre foi visto como um símbolo de força, poder e músculo, enquadrando-se em uma atividade masculina. Por isso, há uma menor participação de mulheres e o tratamento da mídia é diferente para os dois gêneros.

A captura da imagem feminina, pela mídia, não vai amenizar o problema da diferenciação, pelo contrário, o que encontramos é o reforço do tratamento viril e de resultados ao esporte masculino e o desprezo, atenção à beleza, associação ao papel de maternidade da mulher e preconceito ao esporte feminino. O papel social da mídia não é de pequena importância, por isto cabe também a nós a identificação e o questionamento de como o esporte está presente nos veículos de comunicação (MARTINS; MORAES, 2007, p. 71).

Para Tubino e Garrido (2007), a menor participação de mulheres no esporte é parte do reflexo de sua história. Desde o tempo dos antigos gregos, as mulheres foram

discriminadas, o que pode ser constatado pela quantidade de modalidades exclusivas do sexo masculino e pelo pequeno número de dirigentes e árbitros esportivos do sexo feminino.

Segundo relatório publicado pela FIFA (2019), a situação atual do futebol feminino não é das melhores no Brasil. O país tem apenas 15 mil mulheres disputando campeonatos profissionais e amadores, e fica atrás de vizinhos sul-americanos como Argentina, Peru e Venezuela. Em comparação com os Estados Unidos, que são tetracampeões mundiais, o número é 600 vezes maior, representando 9,5 milhões de mulheres. O baixo investimento nas categorias de base também é um dos resultados ruins apresentados. Além de ter somente 475 atletas com menos de 18 anos registradas, a CBF só cumpre as exigências da FIFA de ter seleções femininas sub-17 e sub-20.

O estudo publicado pela FIFPro (2020) prevê que as medidas tomadas contra a pandemia de Covid-19 garantam respostas ao esporte em geral, e não só para uma parte da modalidade. Isso incluiu abordagens coordenadas para lidar com o impacto de paralisações da liga, adiamento de temporadas, rescisão de contratos de jogadores, perda de salários, benefícios e afins. Para aperfeiçoar os processos, o objetivo comum de proteger o jogo das mulheres precisa de medidas especiais que levem em conta as condições únicas das jogadoras, clubes e competições.

Cada federação está agindo contra a crise de acordo com suas prioridades. No caso do Brasil, a CBF anunciou uma doação de 120 mil reais para cada federação e um apoio de auxílio financeiro direto no valor equivalente a duas vezes a folha salarial média dos atletas de cada uma dessas divisões para as equipes do Campeonato Brasileiro Feminino A1 e A2.

Porém, a prestação de contas não foi exigida pela entidade e jogadoras que ficaram sem receber salário, mesmo depois de o clube receber a ajuda financeira, denunciaram a situação em veículos de imprensa e redes sociais. A matéria publicada no blog especializado em mulheres no mundo esportivo *Dibradoras* (MENDONÇA, 2020), dá ênfase ao clube da primeira divisão do Campeonato Brasileiro Feminino, Audax, que recebeu a verba destinada a equipe feminina e, ainda assim as atletas receberam apenas metade de seus salários em abril (referentes a março) e foram informadas que seus vínculos foram suspensos.

A situação no time paulista foi só a ponta do iceberg. Depois do que aconteceu com o Audax, algumas jogadoras do Brasileirão das Séries A1 e A2 também começaram a se manifestar e falaram da falta de pagamento e da crise financeira dos clubes. Atletas do Santos Dumont, time do Maranhão, denunciaram em suas redes sociais ao apoio financeiro que os clubes receberiam da CBF para pagamento das atletas. Segundo a capitã do time Ligia Montalvão, o valor informado que receberiam era de R\$ 500,00 como ajuda de custo.

A matéria *Sem contrato, jogadoras do Vitória ficam à mercê do descaso de dirigentes* (MENDONÇA, 2020), aborda as declarações do presidente do Vitória, Paulo Carneiro, que trata o futebol feminino do clube como um “empecilho” na sua gestão em meio a tantos outros problemas, segundo ele, acumulados por outras gestões que o antecederam.

O Vitória tem um problema muito mais grave do que esse, que é conseguir equacionar esse saco de problemas que nós herdamos e que ainda tenho que ouvir gente preocupada com o futebol feminino. Você vai dizer 'Paulo, você não se preocupa com o futebol feminino?'. Sim, eu me preocupo com as prioridades do clube. O clube tem prioridades monstruosas, criminosas para absorver e as pessoas estão preocupadas com o que é que o Vitória fez com os R\$ 120 mil do futebol feminino (MENDONÇA, 2020, on-line).

2 A GRANDE REPORTAGEM ON-LINE

As mídias de massa, em sua configuração clássica, dão continuidade à linhagem cultural do universal totalizante iniciado pela escrita, de acordo com Levy (1999). Porém, redigir é uma ação que se transforma conforme o ciberespaço. Segundo o autor, as conexões criadas acrescentam ainda mais heterogeneidade, novas fontes de informação e novas linhas de fuga, e fazem o sentido global e totalizável da comunicação ser menos perceptível. A cibercultura dá acesso à inteligência, o que proporciona participação mais intensa da humanidade viva com a multiplicação das singularidades e a ascensão da desordem.

É com a grande reportagem multimídia que se percebe um amadurecimento da linguagem ciberjornalística, segundo Longhi (2015). O texto menciona que a leitura é feita mais pela barra de rolagem e menos pelo clique em links, o que dá outras características para sua forma, como o texto centralizado na página e o chamado *parallax scrolling*, que permite “velocidades” diferentes para as camadas de leitura,

na qual a camada de trás move-se mais lentamente que a da frente, o que cria um efeito de terceira dimensão.

Para Longhi (2014), a grande reportagem multimídia tem se destacado como um lugar onde o jornalismo on-line mais tem explorado as possibilidades de convergência de linguagem com o meio digital. Segundo o artigo, os produtos midiáticos evoluíram junto ao novo desafio do jornalismo: manter e cativar o público, principalmente com convergência entre as áreas tecnológica, empresarial, profissional e editorial.

A comunicação vive uma convergência de linguagens para a construção de discursos compostos, enriquecidos pela diversidade oferecida, de acordo com Porto-Renó (2011). No “pacote” comunicacional, podemos encontrar texto, vídeo, áudio, foto e grafismo para a veiculação de narrativas. Os produtos podem ser localizados em diversas plataformas, como site, blog, televisão, cinema, impresso, rádio ou redes sociais, em dispositivos móveis, o que promove a mobilidade.

2.1 Linguagem de uma grande reportagem on-line

Alves (2015) diz que o hipertexto é um elemento essencial da narrativa transmídia, pois, de forma orgânica e estruturada, é a “porta de entrada” para as diferentes plataformas de linguagens e aparatos tecnológicos. Por meio de diferentes impressões de produtores/consumidores que fazem parte da construção do hipertexto e expressões comunicacionais, a informação construída por essa rede de textos torna-se suprema ao unir tecnologia e conhecimento. Ainda segundo o autor, ao superar demandas técnicas e atingir em níveis consideráveis às previsões de uma análise mais minuciosa da realidade dos fatos corriqueiros e dos aspectos atemporais de organização sociológica do comportamento da humanidade, o hipertexto apresenta-se como múltiplos textos e interpretações em espaços diversificados.

De acordo com Flosi (2012), a grande reportagem é a única a utilizar o jornalismo literário, sem deixar de transmitir a informação. Ela só pode ser escrita por um repórter que tenha bom texto, pois, por ser necessariamente extensa, não será lida se a narrativa for fraca, monótona, cansativa ou desinteressante. É ilustrada com

fotografias, desenhos ou gráficos e exige diagramação competente, com atrativos como mistério, suspense, calor humano e outros aspectos de um texto criativo.

Segundo Pereira (2017), a multimídia torna-se indispensável no contexto online. O fenômeno possibilita a convergência de meios, compreendida como uma estratégia de abranger o público. Para o autor, é nesse cenário que as empresas de comunicação buscam reformular seus produtos para abranger os dispositivos móveis, popularizados entre os usuários.

Longhi (2014) diz que a renovação da narrativa jornalística no ambiente digital pode ser observada com as apostas de grandes veículos de mídia no jornalismo chamado de *longform*, ou seja, matérias com mais de 400 palavras ou grandes reportagens com entre 10 e 20 mil palavras. Segundo a autora, as novas narrativas textuais utilizam-se do padrão de leitura vertical dado pela barra de rolagem e atendem ao questionamento sobre sua qualidade frente à fragmentação textual.

2.2 A grande reportagem on-line e o jornalismo

O jornalismo on-line vem buscando desenvolver uma linguagem própria, dentro de um cenário em que a velocidade no avanço da técnica conjuga-se com a busca pela melhor maneira de informar, segundo Longhi (2015). O texto ainda fala que a hipermídia tornou-se um fator fundamental, pois proporciona novas formas de produção e apresentação da informação, desenvolve-se como narrativa independente e é encontrada junto com a grande reportagem, nos chamados “especiais multimídia”.

Para Canavilhas e Satuf (2015), *smartphones* e *tablets* apresentam-se como dispositivos promissores no campo dos estudos voltados para o desenvolvimento em jornalismo, uma vez que essas mudanças têm impacto na comunicação e na geração ou reconfiguração das informações jornalísticas.

Wiques (2016, p. 81) afirma que o acesso à internet transformou o ambiente do jornalismo, principalmente o consumo e apropriação de informações. “Vive-se hoje o contexto da mobilidade 47 dos meios, nos quais coexistem sistemas operacionais, aplicativos, conteúdos, sites, redes sociais e usuários.”

3 O JORNALISMO ESPORTIVO

O jornalismo esportivo, cada vez mais, tem buscado o sentido do espetáculo, o que leva a uma identificação integrada com o show, o profissionalismo e o negócio, segundo Tubino e Garrido (2007).

Gurgel (2009) diz que o jornalismo esportivo não cabe dentro dos seus próprios parâmetros tradicionais de conceituação, técnica e objeto de cobertura noticiosa.

O enraizamento do esporte no mundo do entretenimento midiático, a espetacularização e o consumo no mundo desportivo e a atuação dos meios de comunicação de massa nesse cenário, ao longo do Século XX, consolidaram o esporte, para além das suas fronteiras naturais, como agente econômico e político. (GURGEL, 2009, p. 194).

Para Colares e Miranda (2012), a aplicação do jornalismo literário no campo esportivo é necessária para fazer com que o destinatário possa compreender e perceber o verdadeiro sentido do acontecimento.

4 DESENVOLVIMENTO DA PEÇA

4.1 Definição de estilo e linguagem

Para a grande reportagem, criei um site multimidiático. Como o projeto *Deixadas para o Escanteio* abrange as redes sociais, principalmente o *Instagram* e o *Twitter*, a produção de conteúdo jornalístico também tem várias facetas. Além das matérias, terá um podcast, conteúdo audiovisual, infográficos e carrosséis de imagens, como se fossem posts do Instagram.

A grande reportagem tem uma linguagem literária, mescla as entrevistas com os dados coletados sobre os temas e explora a multimídia. Apesar de não demonstrar minha opinião diretamente, a análise das informações e desdobramentos desse tema levam a uma determinada conclusão. O maior foco é no ponto de vista do futebol feminino brasileiro e em como a crise mundial afetará o desenvolvimento da categoria.

A linguagem tem como característica a impessoalidade, para aproximar a reportagem de uma gama maior de espectadores. O público-alvo do produto são pessoas que se interessem por futebol, não só da categoria feminina. A linguagem prevaída foi a coloquial. A ênfase foi nos elementos da narrativa, criando um

storytelling, para descrever o cenário futebolístico feminino brasileiro e como, apesar de seu grande desenvolvimento, apresenta muitos problemas.

Ademais, a produção é multimidiática, pois, além da grande reportagem escrita, o site conta com fotos, vídeos e infográficos, com um conteúdo mais interativo e rico a fim de despertar a curiosidade do leitor.

4.2 Estruturação

O site possui em sua entrada uma montagem feita por mim no site Canvas e mostra as jogadoras durante a premiação da Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2007, que aconteceu na China. O Brasil ficou em segundo lugar e as jogadoras escreveram em uma franja de travesseiro “Brasil, precisamos de apoio”. A imagem está em uma televisão antiga e o título que abre é “A luta que não acaba”. Mais para baixo, o subtítulo ficou “De 2007 a 2019, muita coisa mudou. Porém, o pedido do futebol feminino é o mesmo desde o início: apoio”. No texto de abertura, explico que, apesar do desenvolvimento da categoria, os problemas persistem até hoje.

A grande reportagem foi dividida em cinco principais editorias: “A pandemia de coronavírus”, “O que elas têm a dizer”, “Raio-X do futebol feminino”, “Um novo recomeço” e “Crônica”. Seu principal objetivo mostrar uma crise mundial pode afetar o mundo esportivo, principalmente por se tratar de uma categoria esportiva que ainda precisa de auxílio para se desenvolver, por não receber tanta atenção quanto deveria.

Os infográficos ilustram os dados e números do futebol feminino. São interativos e coloridos, a fim de chamar a atenção do leitor, com linguagem e as informações dispostas de um jeito que todos consigam entender.

As fotos complementam as reportagens. As autorais foram tiradas durante os jogos nos quais consegui ir ao estádio para fazer a cobertura *in loco*. Foram eles: Palmeiras X Santos, no Allianz Parque, no dia 24 de setembro de 2020.

O vídeo e o *podcast* têm propostas diferentes, apesar de o conteúdo ser parecido. No caso do *podcast*, as três jornalistas explicam como o futebol feminino apareceu na vida delas. Já no vídeo, cinco torcedores falam sobre o motivo que os faz

acompanharem a categoria. O conteúdo foi produzido com imagens e áudio das entrevistas, complementando a grande reportagem e as fotos.

4.3 Editorias

4.3.1 O impacto do vírus

A primeira editoria tem o foco de introduzir o principal assunto da grande reportagem ao leitor: os impactos da pandemia de coronavírus no futebol feminino.

A editoria possui uma reportagem sobre os impactos que a categoria sofreu com o Covid-19, dando ênfase aos casos de Iranduba e Vitória, que sofreram com problemas financeiros e não conseguiram permanecer na categoria A1 do Campeonato Brasileiro Feminino.

Além das matérias, a editoria também conta com um carrossel de fotos, simulando um post do *Deixadas de Escanteio* no *Instagram*. Intitulado “O estudo da FIFPro sobre o coronavírus no futebol feminino”, conta sobre a Federação Internacional de Jogadores Profissionais de Futebol e por que o estudo aponta a pandemia como uma “ameaça existencial à categoria. O segundo, intitulado “A história feminina na Seleção Canarinho”, narra a história dos títulos da seleção brasileira feminina. O terceiro, chamado “Como e onde consumir futebol feminino?”, dá dicas de sites, *podcasts* e jornalistas que produzem conteúdo sobre a categoria.

A primeira editoria também conta com um infográfico sobre as ações da FIFA e da CBF em prol do futebol feminino durante a pandemia e as reações que elas provocaram.

4.3.2 O que elas têm a dizer

A editoria tem mais foco em trazer o depoimento da ex-jogadora de futebol amador, Jenifer Rodrigues, e a atleta do Clube Atlético Taboão da Serra, ou CATS, Nini Baciega. O objetivo é de trazer as dificuldades de ser mulher e jogar futebol no Brasil.

A editoria tem duas principais grandes reportagens. A primeira conta a história da ex-jogadora de futebol amador Jenifer Rodrigues. A segunda é sobre a capitã do

CATS, Nini Baciega, que ganhou fama após expor a situação de falta de apoio de seu time no intervalo do jogo contra o São Paulo, válido pela segunda rodada do Campeonato Paulista Feminino. Na ocasião, o time da Grande São Paulo perdeu por 29 a 0.

Além das matérias, a editoria também conta com fotos reproduzindo falas das fontes durante a entrevista.

4.3.3 Raio-X da modalidade

A terceira editoria tem maior foco em trazer a história e mostrar aspectos do futebol feminino que mostrem o porquê ele ainda não é desenvolvido como o masculino, apesar de se tratarem do mesmo esporte. Em sua capa, tem um esqueleto girando, fazendo relação com o Raio-X.

A editoria possui duas principais grandes-reportagens. Os assuntos principais serão como a história do futebol feminino brasileiro afeta em seu desenvolvimento e a presença feminina na cobertura midiática da categoria.

Além das matérias, a editoria também conta com quatro carrosséis de fotos que simulam posts do *Deixadas de Escanteio* no *Instagram*. O primeiro, intitulado “A história do futebol feminino no Brasil”, faz uma linha do tempo dos acontecimentos mais importantes da história do futebol feminino brasileiro. O segundo, intitulado “Quais são as principais competições do futebol feminino brasileiro”, conta sobre quais são os maiores torneios nacionais. O terceiro, chamado “Como começar a acompanhar o futebol feminino? ”, dá dicas para pessoas que querem consumir conteúdo sobre a categoria. O quarto, “7 podcasts de futebol feminino pra você ouvir” mostra *podcasts* que falam sobre o assunto.

Há dois infográficos presentes na editoria: um que aborda a história da seleção feminina brasileira e o outro que reúne números do futebol feminino em 2018.

A editoria também conta com dois elementos audiovisuais: o primeiro é um *podcast* sobre a inserção do futebol feminino na vida dos brasileiros, contando com o depoimento das jornalistas Priscila Fiotti, Raffaella Volpiana e Juliana Arreguy. O segundo é um vídeo de torcedores de times femininos brasileiros respondendo à pergunta: “Por que vocês acompanham o futebol feminino?” Quem aparece no vídeo

são as corinthianas Tatiana Carvalho e Júlia Castro, as palmeirenses Fernanda Haag e Letícia Pigari e o gremista Vinícius Pereira.

4.3.4 Um novo recomeço

A quarta editoria aborda sobre a evolução do futebol feminino brasileiro, mesmo com a pandemia de coronavírus.

Contém duas principais reportagens: a primeira, chamada de *As boas-vindas à “nova” casa* fala sobre o primeiro jogo oficial do time feminino do Palmeiras no Allianz Parque e traz a entrevista com Alberto Simão, diretor de futebol feminino do clube; a segunda, *Vai um guaraná aí?* fala sobre o novo patrocínio do futebol nacional, com maior enfoque ao Campeonato Brasileiro Feminino e a Seleção, e a ação que fizeram para promover o incentivo de novas marcas à categoria.

As artes e imagens foram feitas por mim. No caso da foto, também é de minha autoria e foi tirada no jogo entre Palmeiras X Santos.

4.4 Crônica

Decidi terminar o site contando um pouco sobre mim. A crônica *A força de uma mulher nada normal* fala sobre a minha relação com o esporte desde muito cedo e como que o futebol salvou minha vida.

4.5 Layout

O site não terá muita informação em suas interfaces, para facilitar a visualização tanto no computador quanto no celular. A página principal conta com o nome do projeto e um texto introdutório.

O menu mostra as editorias e, ao passar o mouse em cada uma, é possível visualizar as sessões que cada uma tem. Dividi o conteúdo em sessões para ficar mais fácil de o leitor encontrar os conteúdos.

5 FONTES: AGENDAMENTOS E EXECUÇÃO DAS ENTREVISTAS

Devido à situação de isolamento social e a todas as medidas sanitárias que o país vive, todas as entrevistas foram feitas de forma virtual,

Os entrevistados foram: as jornalistas Priscila Fiotti, Raffaella Volpiana, Juliana Arreguy e Júlia Belas; as atletas Nini Baciega e Jenifer Rodrigues; a especialista Thays Guimarães; os torcedores Tatiana Carvalho, Júlia Castro, Fernanda Haag, Letícia Pigari e Vinícius Pereira; o diretor de futebol feminino do Palmeiras Alberto Simão; e o representante da empresa Vegan Nation no Brasil, Roberto Rosemberg.

Com exceção de Alberto Simão, cuja entrevista foi realizada por via da assessora de imprensa do time feminino Palmeiras, Priscila Pedroso, os outros contatos foram feitos por redes sociais: o primeiro contato com Priscila, Raffaella, Juliana, Júlia Belas, Thays, Tatiana, Júlia Castro, Fernanda e Vinícius foi pelo *Twitter*; com Nini, pelo Instagram; e com Jenifer e Roberto, pelo *WhatsApp*.

As entrevistas também foram por redes sociais. Com exceção de Júlia Belas, Thays Guimarães e os torcedores, que responderam por e-mail ou pelo próprio Twitter, as fontes foram entrevistadas por *WhatsApp* e responderam em forma de áudio ou texto.

6 EXECUÇÃO E FINALIZAÇÃO

A execução das entrevistas e do conteúdo multimídia foi feita por mim. O site foi criado e diagramado pelo site WIX, por ser uma plataforma mais fácil de acessar e editar.

As principais cores utilizadas no site e no logo do *Deixadas pra Escanteio* são roxo, preto e branco. Enquanto procurava as cores e montava o logo, eu sabia que não queria utilizar o rosa, porque queria sair do padrão de uma cor “de mulher” para falar sobre um tema que já sofre tantos preconceitos. Por isso, além do roxo combinar com o design que eu procurava, foge do comum.

O nome foi criado a partir da ideia de que as mulheres foram deixadas de lado, uma realidade bem comum - principalmente quando se trata de uma indústria tão desigual como a esportiva.

As matérias foram diagramadas dentro do site e, para a tarefa, escolhi utilizar cores mais pastéis para o plano de fundo, a fim de contrastar com o texto e não ficar

cansativo de ler. Como o site é *onepage*, utilizei os recursos de âncora e de faixas para me ajudar na diagramação.

A edição dos vídeos, do *podcast* e do site foram feitas por mim. Utilizei os aplicativos *Canva* e *Pixlr* para me auxiliar na parte de criação de posts e designs interativos, o *Anchor* para edição do *podcast* e o *ClipChamp* para edição do vídeo.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depois de seis meses bem conturbados, com direito a crises de ansiedade, a minha vida mudou. Na realidade, não só a minha. O coronavírus virou o mundo inteiro de cabeça pra baixo. Para uma sociedade completamente multitarefa, que não sabe o que é ficar parada, o isolamento social foi uma questão bem difícil. No meu caso, foi ainda mais difícil porque eu vi ali todas as minhas supostas chances de fazer um TCC digno irem por água abaixo. Foi em uma conversa com meu orientador que parei e pensei “Por que não fazer sobre os impactos do coronavírus em algum esporte?” e o Anderson me deu a ideia de fazer sobre o futebol feminino. Nunca pensei que essa ideia mudaria minha vida.

Apesar de não conhecer muito sobre a categoria, minha bagagem como repórter esportiva me ajudou bastante. Comecei a estudar e pegar gosto por pautas sobre que envolviam mulheres no esporte. Oportunidades de novos projetos surgiram. Quando vi, cresci como pessoa e profissional mais nesses quase oito meses em casa do que em quase três anos no mercado.

A ideia do meu site, além de informar, é propor uma reflexão sobre o espaço da mulher na sociedade. O futebol feminino vinha em um desenvolvimento e, nesse contexto de aumento de dificuldades por conta da pandemia, é fundamental cuidar para não perder uma categoria tão fundamental para o empoderamento feminino. Como nem sempre está na grande mídia, procurei também promover outros veículos e trabalhos que tratem do mesmo tema que o *Deixadas pra Escanteio* em meu trabalho.

Diante do exposto nos parágrafos anteriores, a resposta da pergunta problema “Como uma grande reportagem multimídia pode mostrar, discutir e exemplificar os

impactos pandemia de coronavírus no desenvolvimento do futebol feminino?” é: a grande reportagem deve expor todos os lados da moeda. O futebol feminino sempre sofreu com diversos problemas e a pandemia serviu para escancará-los.

Apesar das loucuras que envolveram este trabalho e a vida como estudante do último semestre da graduação durante uma pandemia, foi uma das experiências mais desafiadoras e satisfatórias da minha vida. Superou a pressão que senti no momento que o aplicativo não abriu e tivemos que recriar a revista do zero no segundo semestre de um dia pro outro, pesquisei bem mais do que qualquer outra matéria que eu tenha feito. Eu posso dizer que reencontrei meu propósito de vida e nunca serei grata o suficiente por isso. Reconheci que ter um lado sentimental mais forte tem lá seus privilégios, descobri paixões as quais espero que nunca saiam de mim. Poderia passar noites e noites fazendo templates e falando sobre esportes e a importância da mulher na indústria esportiva. Não sou uma designer profissional, mas fiquei bem satisfeita com o resultado.

Fazer o TCC durante uma pandemia teve seus aspectos ruins: o cansaço mental de ficar em casa e não saber quando (ou se) será possível voltar tudo ao normal não é a melhor sensação do mundo. Mas este trabalho me fez dar o salto que eu precisava. Talvez seja destino ou Deus. Seja quem for, obrigada.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ALVES, Wanessa Medeiros. **Linguagem Transmídia, uma narrativa para a arte de se fazer jornalismo**. 2015. 75 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/126664/000845086.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 08 out. 2019.

ARNAUT, Rodrigo. **GUIA AUDIOVISUAL: transmídia**. 9. ed. São Paulo: Sebrae, 2015. 110 p. Disponível em: https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a77638b6cb959f06633266e5bd1d0. Acesso em: 28 out. 2020

Correio Braziliense (Org.). **Um Neymar por dia**. Disponível em: <<http://especiais.correiobraziliense.com.br/futebol-categorias-de-base>>. Acesso em: 29 set. 2019.

CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (org.). **Jornalismo para Dispositivos Móveis: produção, distribuição e consumo**. Corvilhã: Labcom Books, 2015. 496 p. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150622-201515_jdm_jcanavilhas.pdf. Acesso em: 05 nov. 2019.

CBF. CBF. **CBF anuncia medidas de apoio financeiro aos clubes e Federações**: entidade repassará às equipes que disputam as séries c e d valores equivalentes à média de duas folh. Entidade repassará às equipes que disputam as Séries C e D valores equivalentes à média de duas folh. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/a-cbf/informes/index/cbf-anuncia-medidas-de-apoio-financieiro-aos-clubes-e-fed>. Acesso em: 06 abr. 2020.

COLARES, Lívea; MIRANDA, Paloma. O Jornalismo Literário invade o campo do Jornalismo Esportivo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Fortaleza. **Artigo**. Fortaleza: -, 2012. p. 1 - 12. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0197-1.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2019.

ESPORTE, Máquina do. **Coronavírus: saiba tudo que a pandemia afetou no esporte mundial**: máquina do esporte listou principais alterações provocadas pelo covid-19. Máquina do Esporte listou principais alterações provocadas pelo Covid-19. 2020. Disponível em: https://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/coronavirus-veja-cronologia-da-pandemia-no-esporte-mundial_39671.html. Acesso em: 24 abr. 2020.

FIFA (org.). **FIFA Women's World Cup France 2019**: global broadcast and audience report. -, 2019. 19 slides, color. Disponível em: <https://resources.fifa.com/image/upload/fifa-women-s-world-cup-france-2019tm-global-broadcast-and-au>. Acesso em: 28 out. 2020.

FIFA. Fifa. **WOMEN'S FOOTBALL STRATEGY**. 2018. Elaborado por: FIFA. Disponível em: <https://img.fifa.com/image/upload/z7w21ghir8jb9tguvbcq.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2020.

FIFA. Fifa. **WOMEN'S FOOTBALL MEMBER ASSOCIATIONS SURVEY REPORT**. Disponível em: <https://resources.fifa.com/image/upload/fifa-women-s-survey-report-confederations-global-mas.pdf?cloudid=nq3ensohyxpuxovcovj0>. Acesso em: 24 abr. 2020.

FIFPRO. Fifpro (org.). **Covid-19: Implications for professional Women's Football**. 2020. Disponível em: <https://www.fifpro.org/media/zp3izxhc/fifpro-wf-covid19-new.pdf>. Acesso em: 28 out. 2020.

FLOSI, Edson. **Por trás da notícia: o processo de criação das grandes reportagens**. São Paulo: Summus Editorial, 2012. 168 p.

GAZETA ESPORTIVA (São Paulo). Gazeta Esportiva. **"Futebol masculino dá dinheiro; o feminino, custos", diz secretária-geral da Fifa**. 2019. Publicada por: Gazeta Esportiva. Disponível em: <https://www.gazetaesportiva.com/futebol/futebol-feminino/futebol-masculino-da-dinheiro-o-feminino-custos-diz-secretaria-geral-da-fifa/>. Acesso em: 07 fev. 2019.

GLOBOESPORTE.COM. Globoesporte.Com. **Com mais de 1 bilhão de pessoas, Fifa diz que Copa do Mundo Feminina foi a mais vista da história**: audiência na América do sul aumenta em 560% se comparado com a edição anterior, em 2015; os quatro j. Audiência na América do Sul aumenta em 560% se comparado com a edição anterior, em 2015; os quatro j. 2019. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/fifa-divulga-a-udiencia-da-copa>. Acesso em: 18 out. 2020.

GURGEL, Anderson. Desafios do jornalismo na era dos megaeventos esportivos. **Revista Motrivivência**, Florianópolis, v. 33, n. 21, p.193-210, jul. 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/2175-8042.2009n32-33p193/14119>>. Acesso em: 5 nov. 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009. 432 p.

KESTELMAN, Amanda. **Fifa apresenta cinco propostas para o futebol feminino, inclusive 32 seleções na Copa de 2023**: presidente Gianni Infantino diz que competição de 2019 é um marco e propõe mais mudanças: mundial de clubes, liga mundial, dobrar premiações e dobrar investimento na modalidade. Presidente Gianni Infantino diz que competição de 2019 é um marco e propõe mais mudanças: Mundial de Clubes, Liga Mundial, dobrar premiações e dobrar investimento na modalidade. 2019. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/fifa-apresenta-cinco>

LAVADO, Thiago. Com maior uso da internet durante pandemia, número de reclamações aumenta; especialistas apontam problemas mais comuns. **G1**, S.l., 11 jun. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/06/11/com-maior-uso-da-internet-durante-pandemia-numero-de-reclamacoes-aumenta-especialistas-apontam-problemas-mais-comuns.ghtml>. Acesso em: 10 nov. 2020.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2010. 272 p.

LONGHI, Raquel Ritter. A grande reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO, 6., 2015, Campo Grande. **Performance em Ciberjornalismo: tecnologia, inovação e eficiência**. Campo Grande: Zahar, 2015. p. 1 - 13. Disponível em: <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor6/files/2015/03/LONGHICIBERJOR.pdf>. Acesso em: 08 out. 2019.

LONGHI, Raquel. Infografia on-line: narrativa intermídia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [s.l.], v. 6, n. 1, p.187-196, 3 jul. 2009. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2009v6n1p187>

MARTINS, Leonardo Tavares; MORAES, Laura. **O futebol feminino e sua inserção na mídia**: a diferença que faz uma medalha de prata. 2006. Disponível em: [https://www.revistas.ufg.br/feff/article/view/33360/17632#:~:text=92\),e%20preconceito%20ao%20esporte%20feminino](https://www.revistas.ufg.br/feff/article/view/33360/17632#:~:text=92),e%20preconceito%20ao%20esporte%20feminino)>.. Acesso em: 25 mai. 2020.

MENDONÇA, Renata. **CBF não fiscaliza, e jogadoras ficam sem salário mesmo com ajuda aos clubes.** 2020. Disponível em: <https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2020/04/20/cbf-nao-fiscaliza-e-jogadoras-ficam-sem-salario-mesmo-com-ajuda-aos-clubes/>. Acesso em: 20 abr. 2020.

MENDONÇA, Renata. **Sem contrato, jogadoras do Vitória ficam à mercê do descaso de dirigentes.** 2020. Disponível em: <https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2020/06/15/sem-contrato-jogadoras-do-vitoria-ficam-a-merce-do-descaso-de-dirigentes/>. Acesso em: 28 jun. 2020.

PEREIRA, Jaqueline Rodrigues. **UOL Tab: a grande reportagem no cenário multimídia.** 2017. 115 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mídia e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Bauru, 2017. Disponível em:

<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/151177/pereira_jr_me_bauru.pdf?sequence=5&isAllowed=y>. Acesso em: 08 out. 2019.

PORTO-RENÓ, Denis et al. Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva e comunicacional. **Palavra Chave**, Chía, v. 2, n. 14, p.201-215, dez. 2011. Disponível em: <<file:///C:/Users/beatr/Downloads/Dialnet-NarrativasTransmidia-4040446.pdf>>. Acesso em: 08 out. 2019.

SPORTSVALUE (org.). **COVID-19-Coronavirus:** impactos econômicos para a indústria esportiva. São Paulo, 2020. 11 slides, color. Disponível em: <https://www.sportsvalue.com.br/wp-content/uploads/2020/04/COVID-19-Impacto-econ%C3%B4mico-Ind%C3%BA>. Acesso em: 28 out. 2020.

TUBINO, Manoel José Gomes; GARRIDO, Fernando. **Dicionário enciclopédico Tubino do esporte.** São Paulo: Senac Sp, 2007. 992 p.

WILKSON, Adriano. **Eles estão entre nós:** "Geração Playstation", redes sociais, escolinhas...Clubes europeus conseguirão roubar torcida dos brasileiros? Disponível em: <<https://www.uol/esporte/especiais/ameaca-gringa.htm>>. Acesso em: 08 set. 2019.

WINQUES, Kérley. **"Tem que ler até o fim?": o consumo da grande reportagem multimídia pelas gerações X, Y e Z nas multtelas.** 2016. 353 f. Dissertação

(Mestrado) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/169201/342308.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 08 out. 2019

World Health Organization. **Coronavirus (COVID-19)**. 2020. Disponível em: <https://covid19.who.int/>. Acesso em: 24 abr. 2020.

ANEXO I – Estudo COVID-19: Implications for Professional Women’s Football, realizado pela FIFPro

O estudo desencadeou o tema do trabalho e decidi fazer do infográfico “O estudo da FIFPro sobre o coronavírus no futebol feminino”, presente na primeira editoria, com o objetivo de explicar os principais pontos do estudo.

Link do PDF: [fifpro-wf-covid19-new.pdf](https://www.fifpro.com/pt-br/medios/2020/05/2020-05-19-fifpro-wf-covid19-new.pdf)

ANEXO II – Pesquisa Women’s Football Member Associations Survey Report, realizada pela FIFA

O estudo me ajudou a dar um parâmetro do futebol feminino brasileiro em 2018, um ano antes da Copa do Mundo da França e foi fonte do infográfico “Os números das mulheres no futebol brasileiro em 2018”, presente na editoria Raio-X da modalidade.

Link do PDF: <file:///C:/Users/beatr/Downloads/fifa-women-s-survey-report-confederations-global-mas.pdf>

Apêndice I - Autorizações de uso de imagem

Fonte 1 – Tatiana de Magalhães Carvalho (Vídeo: Por que assistir futebol feminino?)



Eu, Tatiana de Magalhães Carvalho, autorizo o uso da minha imagem no TCC da Beatriz Cruz

17:48



Fonte 2: Vinícius Pereira (Vídeo Por que assistir futebol feminino?)

Eu, Vinícius Pereira, autorizo o uso da minha imagem no TCC da Beatriz.

Fonte 3: Letícia Basto Pigari (Vídeo: Por que assistir futebol feminino?)

Eu, Letícia Basto Pigari, autorizo o uso da minha imagem no TCC da Beatriz.

17:41

Fonte 4: Júlia Martins de Castro (Vídeo: Por que assistir futebol feminino?)

Eu, Júlia Martins de Castro, autorizo a utilização da minha imagem no TCC da Beatriz Cruz

Ontem 20:16



Fonte 5: Fernanda Ribeiro Haag (Vídeo: Por que assistir futebol feminino?)



Eu, Fernanda Ribeiro Haag, autorizo o uso da minha imagem no TCC da Beatriz Cruz.

quinta-feira, 7:19 PM

Fontes 5 e 6: Vídeo com áudio das autorizações da especialista Thays Guimarães da Silva e da jogadora Anieli Baciega Roschel

Link do vídeo: <https://youtu.be/Lw7IYEUqtw0>