

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO

ANA LETÍCIA PINHEIRO DA SILVA FERRO

VOZES FEMININAS NA FÓRMULA 1: Uma análise da cobertura brasileira a partir do
Portal Grande Prêmio

São Luís
2025

ANA LETÍCIA PINHEIRO DA SILVA FERRO

VOZES FEMININAS NA FÓRMULA 1: Uma análise da cobertura brasileira a partir do
Portal Grande Prêmio

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em
Comunicação Social da Universidade Federal do
Maranhão – UFMA, como requisito para obtenção
do Grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Gislene Carvalho
Fonseca

SÃO LUÍS

2025

FICHA CATALOGRÁFICA

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Pinheiro da Silva Ferro, Ana Letícia.

VOZES FEMININAS NA FÓRMULA 1 : uma análise da cobertura brasileira a partir do Portal Grande Prêmio / Ana Letícia Pinheiro da Silva Ferro. - 2025.

56 p.

Orientador(a): Maria Gislene Carvalho Fonseca.

Curso de Comunicação Social - Jornalismo, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2025.

1. Jornalismo. 2. Jornalismo Esportivo. 3. Jornalismo Digital. 4. Gênero. 5. Fórmula 1. I. Carvalho Fonseca, Maria Gislene. II. Título.

ANA LETÍCIA PINHEIRO DA SILVA FERRO

VOZES FEMININAS NA FÓRMULA 1: Uma análise da cobertura brasileira a partir do
Portal Grande Prêmio

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em
Comunicação Social da Universidade Federal do
Maranhão – UFMA, como requisito para obtenção
do Grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Gislene Carvalho
Fonseca

Aprovada em ___ de ___ de 2025

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria Gislene Carvalho Fonseca (orientadora)
Departamento de Comunicação Social - UFMA

Profa. Dra. Sarah Fontenelle Santos (UFMA)

Ana Thereza Rolim Viegas (UFMA)

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço à minha família por me apoiar ao longo da graduação e em todos os meus sonhos e projetos. Agradeço à minha mãe, Lúcia, pela parceria ao longo dos últimos anos, desde as caronas até as ideias que ajudaram em trabalhos. Agradeço ao meu pai, Antonio, que sempre foi um grande exemplo na importância da educação e que me incentiva a sempre ir atrás de conhecimento.

Agradeço à minha tia Ana por me ajudar a aprender a ler e por ser a grande incentivadora do meu lado leitor que me trouxe até aqui. Obrigada por ser não só minha tia, mas confidente, amiga e torcedora. A minha avó Concy que ajudou na minha criação com muito amor e carinho, que foram cruciais para que eu me mantivesse sã nessa jornada.

Agradeço também à minha tia Sandra, à Célia e à minha bisavó Maria, cujo amor supera a barreira da vida e me dá forças para ser a minha melhor versão para que elas possam se orgulhar de onde quer que estejam.

A minha irmã Manuela, que acompanhou cada momento dessa produção e de todos os meus dias desde que nasceu. Obrigada por ser minha melhor amiga e por me dar forças para continuar. Por todas as loucuras que você conta para me distrair quando preciso e por se empolgar tanto quanto eu com cada alegria do cotidiano.

Ao meu amigo Rafael, presente nos meus piores e melhores momentos, com quem compartilho cada fase nova e que me lembra constantemente que a amizade é uma das formas mais lindas de se amar alguém.

Ao meu amigo Victor que me incentivou a dar mais uma chance à Fórmula 1, mudando drasticamente meus planos profissionais e pessoais. Muito obrigada por me mostrar o esporte mais legal do mundo, me dando a maior certeza de que quero trabalhar com automobilismo.

Aos meus amigos Linda, César e John, que me mostraram um lado leve do jornalismo e da faculdade, tornando essa jornada mais leve e divertida. Obrigada pela parceria na TV UFMA, pelas experiências em outras emissoras, pelos almoços na Universidade e pela amizade.

Ao meu psicólogo Márcio, que ouviu cada desabafo ao longo desses anos e que foi crucial para a minha saúde mental, principalmente nessa reta final.

A minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Maria Gislene Carvalho Fonseca, pela orientação deste trabalho, por atender todas as dúvidas e chamados por “socorro”. Obrigada por me lembrar que a academia pode ser tranquila.

Por fim, um agradecimento especial ao meu namorado, Vinícius, por ser o melhor parceiro nessa jornada louca que é a vida. Obrigada por ter sido meu companheiro na faculdade, por me apoiar e por ser meu porto seguro nessa produção e todos os dias.

“Temos um mundo cheio de mulheres que não conseguem respirar livremente porque estão condicionadas demais a assumir formas que agradem aos outros.”

(Chimamanda Ngozi Adichie)

RESUMO

Este trabalho analisa a presença das mulheres na cobertura jornalística digital brasileira da Fórmula 1 (F1) no Portal Grande Prêmio. A pesquisa busca compreender a presença feminina neste meio, considerando as perspectivas do jornalismo digital, que, segundo Bertocchi (2005), oferece maior visibilidade e voz a diversos participantes. A investigação surge do descompasso entre o crescente número de fãs femininas da Fórmula 1 e a escassez de pilotos nas pistas. Assim, o estudo faz um levantamento da participação das mulheres na cobertura da F1 no ambiente digital, desvendando como a noção de que o automobilismo é um esporte predominantemente masculino influencia a ocupação de espaços pelas mulheres na imprensa esportiva. Para isso, o trabalho conceitua o jornalismo esportivo no Brasil e discute a participação feminina neste campo. A análise é embasada na conceituação dos gêneros jornalísticos (Gomes, 2009; Marques de Melo e Assis, 2016; Traquina, 2020; Wolff, 1999), no pensamento decolonial (Lugones, 2019) e na análise crítica do jornalismo de subjetividade (Moraes, 2022), que orientam a seleção e análise das matérias. A metodologia incluiu a seleção de publicações do Portal Grande Prêmio de quatro das 24 etapas da temporada de 2024: Bahrein (primeira), Bélgica (décima quarta), Países Baixos (décima quinta) e Abu Dhabi (vigésima quarta). Observamos, então, que as mulheres, além de estarem em menor número na cobertura, expressam menos opiniões, reflexo da histórica associação do esporte e do automobilismo ao universo masculino. Este estudo contribui para o debate acadêmico e profissional, evidenciando a desigualdade de gênero no jornalismo esportivo, especialmente no automobilismo.

Palavras-chave: Jornalismo. Jornalismo esportivo. Jornalismo digital. Gênero. Fórmula 1.

ABSTRACT

This study examines the presence of women in Brazilian digital journalism coverage of Formula 1 (F1) on the *Portal Grande Prêmio*. The research seeks to understand female representation in this medium, considering the perspectives of digital journalism, which, according to Bertocchi (2005), offers greater visibility and voice to diverse participants. The investigation arises from the disparity between the growing number of female Formula 1 fans and the scarcity of female drivers on the track. Thus, the study surveys women's participation in F1 coverage in the digital environment, revealing how the notion that motorsport is a predominantly male sport influences women's occupation of spaces in sports media. To achieve this, the study conceptualizes sports journalism in Brazil and discusses female participation in this field. The analysis is grounded in the conceptualization of journalistic genres (Gomes, 2009; Marques de Melo e Assis, 2016; Traquina, 2020; Wolff, 1999), decolonial thought (Lugones, 2019), and critical analysis of subjectivity-based journalism (Moraes, 2022), which guide the selection and examination of articles. The methodology included selecting publications from *Portal Grande Prêmio* covering four out of the 24 races of the 2024 season: Bahrain (first), Belgium (fourteenth), the Netherlands (fifteenth), and Abu Dhabi (twenty-fourth). We observed that women, besides being underrepresented in coverage, express fewer opinions, a reflection of the historical association of sports and motorsport with the male domain. This study contributes to academic and professional debates by highlighting gender inequality in sports journalism, particularly in motorsport.

Keywords: Journalism. Sports journalism. Digital journalism. Gender. Formula 1.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Imagem de Susie e Toto Wolff reproduzida pelo GE

Figura 2 — Exemplo de publicação de Evelyn Guimarães

Figura 3 — Exemplo de publicação de Pedro Henrique Marum

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 — Publicações por gênero em quatro etapas da temporada de 2024 no portal Grande Prêmio

Tabela 2 — Período de análise de cada Grande Prêmio

Tabela 3 — Matérias informativas divididas pelo gênero dos autores

Tabela 4 — Matérias opinativas divididas pelo gênero dos autores

Tabela 5 — Autores por Grande Prêmio

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1. MULHERES NO AUTOMOBILISMO.....	17
1.1 A construção da narrativa.....	20
2. JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL.....	25
2.1 A mulher no jornalismo esportivo brasileiro.....	30
2.2. Jornalismo esportivo digital.....	32
3. DESVENDANDO A COBERTURA DA FÓRMULA 1 NO BRASIL.....	34
3.1. A temporada de 2024.....	36
3.2 Portal Grande Prêmio.....	37
4. A MULHER NA COBERTURA DIGITAL DA FÓRMULA 1.....	41
4.1 Metodologia.....	41
4.2 Levantamento das matérias.....	43
4.3 As vozes que opinam.....	45
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
REFERÊNCIAS.....	54

INTRODUÇÃO

A relação da mulher brasileira com o esporte é acompanhada pelas relações de poder e práticas patriarcais, que controlaram essa proximidade e condenaram quando a prática não era mais conveniente para a sociedade (Goellner, 2006). No princípio, a grande ameaça era a prática esportiva em si, antes defendida por questões de “cuidado” para garantir saúde durante a maternidade, mas mudou quando a mulher passou a decidir sua relação com a prática esportiva.

Nesse sentido, é possível afirmar que a presença da mulher no mundo do esporte representa, ao mesmo tempo, ameaça e complementaridade: ameaça porque chama para si a atenção de homens e mulheres, dentro de um universo construído e dominado por valores masculinos e porque põe em perigo algumas características tidas como constitutivas da sua feminilidade. Complementaridade porque parceira do homem em atitudes e hábitos sociais, cujo exercício simboliza um modo moderno e civilizado de ser. (Goellner, 2006, p. 89)

O preconceito com as mulheres no mundo do esporte expandiu-se para outras vertentes, como a da torcida (Costa, 2006) e da cobertura jornalística (Bueno e Marques, 2020). Tal análise reside em parte de um ponto de vista amplo, e abre espaço para o debate em modalidades específicas. Nesse sentido, escolhemos dedicar nosso enfoque à Fórmula 1 (F1), principal categoria do automobilismo, que surgiu em 1950.

Essa modalidade foi escolhida pois além do prestígio no esporte, também está marcada pela atualidade no aumento do número de fãs mulheres. Pesquisa realizada pela Fórmula 1 em parceria com o *Motorsport Network*¹ em 2025 revelou que as mulheres representam 3 a cada 4 dos novos fãs da Fórmula 1². Anteriormente, em 2023 a instituição *More Than Equal*³ realizou uma pesquisa sobre a participação feminina no esporte a motor que demonstrou que as mulheres representavam 40% dos novos fãs do esporte⁴.

O aumento do interesse feminino no esporte, entretanto, não se reflete dentro das pistas, com a ausência das mulheres disputando na F1 desde 1992; e mesmo enquanto estiveram presentes, não foi de maneira constante. Esse descompasso entre o interesse e a representatividade nas pistas pode ser estendido também para a representatividade na cobertura esportiva. No Brasil, a inserção tardia das mulheres no jornalismo esportivo é mais

¹ Disponível em: <https://www.motorsportnetwork.com/#about-us>. Acesso em 24 de julho de 2025.

² Disponível em:

<https://motorsport.uol.com.br/f1/news/formula-1-e-motorsport-network-divulgam-resultados-pesquisa-global-de-fas-de-f1-de-2025-veja-destaq/10738313/>. Acesso em 23 de julho de 2025.

³ Disponível em: <https://www.morethanequal.com/>. Acesso em 24 de julho de 2025.

⁴ Disponível em:

<https://motorsport.uol.com.br/general/news/more-than-equal-divulga-resultados-de-investigacao-sobre-a-participacao-feminina-no-automobilismo/10492725/>. Acesso em 24 de julho de 2025.

um dos motivos, aliado ao preconceito, para o contexto de sub-representatividade pesquisado neste trabalho.

Há registros de que foi publicado no Rio de Janeiro, em 1856, o jornal O Atleta, que tratava somente de educação física e lazer. Entre 1916 e 1920, também na capital carioca, passou a circular a revista Vida Esportiva. Embora ambos se aproximassem das primeiras práticas jornalísticas sobre esporte, foi somente oito anos depois, em 1928, que surgiu A Gazeta Esportiva, suplemento de A Gazeta especializado em esporte (BRASIL, 2022). O suplemento teria a primeira jornalista mulher contratada para a cobertura esportiva no Brasil [Maria Helena Rangel contratada em 1948]. (Barsotti e Carvalho, 2024, p. 124)

Marques de Melo e Assis (2016) trazem ao menos cinco gêneros jornalísticos: informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário. No contexto do jornalismo esportivo e para fins da pesquisa, o presente trabalho opta por classificar as produções entre informação e opinião, também reconhecendo o papel crucial do entretenimento (Gomes, 2009) para essa especialização. Nesse sentido, destaca-se que o jornalismo esportivo no Brasil não apenas se desenvolveu em parceria com o entretenimento como também atua com algumas particularidades, como provocar emoção ao leitor/espectador (Tavares, 2017).

No meio digital, de forma mais específica, o esporte encontra outras possibilidades para a cobertura (Pessutti, 2025). Bertocchi (2005) pontua dez paradigmas da comunicação digital, entre eles a centralidade do usuário no processo, a linguagem multimidiática, atualização em tempo real, e hipertextualidade. São outras possibilidades e pressões em busca do destaque — seja pelo tempo limitado ou pela democratização do espaço. Por um lado, todos podem interagir e comunicar, por outro, o jornalista precisa se destacar em meio a tantas informações.

Para compreender a cobertura do automobilismo no Brasil, aproveitando-se das possibilidades do meio digital, o Portal Grande Prêmio surge como instituição a ser analisada por sua dedicação à cobertura da Fórmula 1 e produção situada no Brasil. Dessa forma, o portal é um exemplo da produção digital brasileira, servindo de objeto de estudo para compreensão da presença feminina nesse meio. Tendo em vista as perspectivas para a produção jornalística no meio digital, o esporte enfrenta algumas contradições, como o que é tratado neste trabalho, referente ao papel que as narrativas produzidas por mulheres ocupam nesses espaços.

Nesse sentido, conectando com o descompasso entre o aumento da torcida feminina da Fórmula 1 e a ausência de pilotas nas pistas, nosso objetivo é compreender como as mulheres participam da cobertura da F1 no espaço digital. A partir dessa provocação inicial, nosso primeiro capítulo realiza um apontamento sobre a participação feminina na Fórmula 1, considerando a construção da noção de que o automobilismo foi pensado para ser consumido

por homens (Ambrazitytė, 2024; Lezotte, 2023; Matthews, 2016; Smyth, Morgan e Vernes, 2024), o que influencia nos espaços ocupados pelas mulheres nas coberturas. Em seguida, o capítulo 2 se propõe a conceituar o campo do jornalismo esportivo no Brasil (Coelho, 2024; Silveira, 2009; Sousa, 2005; Tavares, 2017), debater a participação feminina na área (Barsotti, 2024; Bueno & Marques, 2020; Vimeiro, 2023) e as especificidades do meio digital neste exercício (Pessutti, 2025). Por fim, a partir do levantamento das matérias no Portal Grande Prêmio, realizada no capítulo 3, avançamos para compreender tanto a presença no sentido quantitativo quanto qualitativo. Assim o capítulo 4 mobiliza uma análise dos gêneros textuais, percebendo como as vozes femininas estão presentes na cobertura da Fórmula 1. Dessa forma, o trabalho é norteado pela conceituação dos gêneros jornalísticos (Gomes, 2009; Marques de Melo e Assis, 2016; Traquina, 2020; Wolff, 1999), pelo pensamento decolonial (Lugones, 2019) e pela análise crítica do jornalismo de subjetividade (Moraes, 2022), noções fundamentais para guiar a seleção e análise das matérias.

Para alcançar tais objetivos, foram selecionadas para análise as publicações em quatro etapas das 24 da temporada de 2024. A seleção foi guiada pela relevância para o campeonato, sendo elas o Grande Prêmio (GP) do Bahrein, Grande Prêmio da Bélgica, Grande Prêmio dos Países Baixos e Grande Prêmio de Abu Dhabi. Respectivamente, primeira, décima quarta, décima quinta, e vigésima quarta etapas. As de abertura e encerramento do campeonato foram selecionadas por marcarem as expectativas e finalização da temporada, enquanto as duas do meio do calendário representam o encerramento da primeira metade e o retorno para a finalização do campeonato, separados pelas férias de verão europeu que interrompem o calendário da F1.

Nesse sentido, partimos da hipótese de que as mulheres, além de estarem em menor número na prática do esporte, também opinam menos, como resultado de anos de associação do esporte e do automobilismo a valores e universo masculinos. O trabalho contribui para o debate acadêmico e profissional por evidenciar a desigualdade de gênero na cobertura do jornalismo esportivo, mais especificamente no meio automobilístico.

1. MULHERES NO AUTOMOBILISMO

A participação feminina no automobilismo não é formalmente proibida, mas foi sistematicamente obstruída por estruturas socioculturais que associam o esporte à masculinidade (Ambrazaitytė, 2024). Nesse sentido, o distanciamento das mulheres desse meio foi realizado de maneira gradual, começando com o acesso aos carros de passeio e sendo levado até a prática esportiva (Lezotte, 2023).

Embora não tenha sido proibido desde o início, as intenções de manter o automobilismo como um ambiente fechado aos homens se tornaram cada vez mais evidentes. Nesse sentido, o contexto dos Estados Unidos apresentado por Lezotte (2023) ilustra o movimento de elucidar ainda mais esses valores masculinos do automobilismo.

A associação entre masculinidade e automobilidade não foi aplicada apenas aos automóveis, mas passou a fazer parte do credo do automobilismo. A crença infundada de que as mulheres eram incapazes de controlar adequadamente os automóveis ganhou cada vez mais força no mundo das corridas. (Lezotte, 2023, p. 251).

O distanciamento das mulheres das competições também foi construído pela imprensa (Smyth, Morgan e Vernes, 2024). Exemplo deste processo foi a reação da imprensa britânica com a presença de mulheres em competições automobilísticas no início dos anos 1900, como, por exemplo, “um artigo da Brighton Motor Week, onde as mulheres venceram alguns eventos contra os homens, afirmou que ‘as mulheres invadiram o domínio do sexo mais severo, e não sem sucesso’.” (Matthews, p. 1536, 2016). Embora reconheça o sucesso, reforça a ideia de ser um espaço masculino, reforçando estereótipos.

No contexto da Fórmula 1, a presença feminina pode ser analisada a partir de duas perspectivas, que refletem dinâmicas de gênero historicamente enraizadas no automobilismo (Matthews, 2016). Em primeiro plano, têm-se as mulheres que ocupam papéis técnicos e de liderança, como pilotos, engenheiras, estrategistas e chefes de equipe. Por outro lado, houve um momento mais voltado para uma representação que reduz a mulher a papéis secundários, associando-a a funções decorativas, como as *grid girls* (Smyth, Morgan e Vernes, 2024).

As *grid girls*, empregadas no automobilismo desde os anos 1960, geralmente desempenhavam atividades promocionais vestindo roupas justas com logotipos de patrocinadores. Elas simbolizavam o olhar masculino e a invisibilização profissional, cumprindo funções ornamentais ou sexualizadas [...]. Apesar de ainda serem comuns em outras modalidades do esporte a motor, a Fórmula 1 proibiu as *grid girls* em 2018 devido à sua objetificação nas representações e narrativas midiáticas (Smyth, Morgan e Vernes, 2024, p. 4)

Uma dualidade que ilustra não apenas os avanços parciais na equidade de gênero no esporte, mas também a resistência de estruturas que reforçam a masculinidade hegemônica no

ambiente da F1 (Ambrazaitytė, 2024). Entre o início da categoria e o momento de análise deste trabalho, apenas cinco mulheres correram oficialmente na Fórmula 1.

A italiana Maria Teresa de Filippis (1926 - 2016) foi a primeira mulher a pilotar um carro de F1, com sua estreia no Grande Prêmio (GP) da Bélgica de 1958⁵, onde finalizou na 10ª colocação. Embora tenha conquistado uma posição que renderia pontos no sistema que entrou em vigor no ano de 2010⁶, a presença e competência de Maria Teresa eram contestadas.

A italiana é um marco na luta pela introdução das mulheres no mundo do motor. No GP da França de 1958, ela treinou, mas não conseguiu tempo suficiente para entrar no grid de largada. Na ocasião, o diretor de prova afirmou que o único capacete que uma mulher poderia usar era aquele do cabeleireiro. (GE⁷, 2016)

Lella Lombardi (1941 - 1992) chega 16 anos mais tarde e participa de 12 corridas no período de 1974 a 1976, com o marco de ser a primeira mulher a pontuar na Fórmula 1. A também italiana conquistou o sexto lugar no GP da Espanha de 1975, o que lhe rendeu 0,5 ponto na época. Além das pioneiras em participação e pontuação, outras três pilotas chegaram à titularidade na principal categoria do automobilismo mundial. Divina Galica (1944), britânica, participou em três corridas. Em sua estreia no GP da Grã-Bretanha de 1976, Galica e Lombardi protagonizaram a primeira corrida em que havia duas mulheres correndo. A sul-africana Desiré Wilson (1953) foi a quarta mulher a correr um Grande Prêmio, com uma única participação na etapa da Grã-Bretanha de 1980.

Encerrando a lista de participações femininas oficiais, tem-se a italiana Giovanna Amati (1959) com três etapas na temporada de 1992. Amati foi substituída pelo piloto Damon Hill, que seria campeão apenas 4 anos mais tarde.

Amati foi contratada pela equipe Brabham de F1 em 1992, mas não conseguiu se classificar em suas três participações nos GPs da África do Sul, México e Brasil. Posteriormente, foi dispensada da equipe e substituída por Damon Hill, que também não obteve classificação nas cinco corridas seguintes. (Braybrook, 2024, *online*)

As participações oficiais compreenderam o período entre 1958 e 1992. As mulheres retornam apenas em 2012, quando Susie Wolff (1982)⁸ foi anunciada como piloto de

⁵ Disponível em: <https://projetomotor.com.br/maria-teresa-de-filippis-primeira-mulher-f1/>. Acesso em 8 de julho de 2025.

⁶ Disponível em: <https://www.lance.com.br/mais-esportes/pontuacao-formula-1-por-posicao-evolucao.html>. Acesso em 8 de julho de 2025.

⁷ Disponível em:

<https://ge.globo.com/motor/formula-1/noticia/2016/01/aos-89-morre-maria-teresa-de-filippis-primeira-mulher-pilotar-um-formula-1.html>. Acesso em 14 de maio de 2025

⁸ Pilota escocesa, começou a carreira automobilística no kart aos 8 anos. Tem passagens pela Fórmula Renault, Fórmula 3 e a DTM, categoria de carros de turismo. Em 2015 anunciou a saída da F1 e em 2018 assumiu a liderança da equipe Venturi Racing na Fórmula E, de carros elétricos. Susie ficou na equipe até 2022, ano em que foi promovida a CEO, quando deixou a categoria para focar em outros projetos. Assumiu a direção da F1 Academy em 2023. (Fonte:

desenvolvimento da equipe Williams, mas não correu oficialmente em nenhum GP. Nos bastidores daquele mesmo ano, a indiana Monisha Kaltenborn (1971) se tornou a primeira mulher a assumir a chefia de uma equipe ao liderar a equipe Sauber⁹. No ano seguinte, surgiria mais um nome importante na liderança de equipes, quando Claire Williams (1976) assumiu a Williams, equipe de seu pai Frank Williams (1942 - 2021), e a chefiou até 2020¹⁰.

Esses episódios, embora cruciais para a história feminina no esporte, foram esporádicos. Essa inconstância não revela incapacidade técnica, mas sim barreiras estruturais, como falta de patrocínios, falhas na formação de jovens pilotos e representação midiática estereotipada (Bruce, 2015). Nesse contexto, competições exclusivas como a W Series e a F1 Academy surgem como mecanismos essenciais para romper o ciclo de invisibilidade.

Em 2018, a advogada Catherine Bond-Muir (1968) lançou a W Series¹¹, categoria dedicada exclusivamente para mulheres que iniciaria no ano seguinte. A proposta da categoria era mudar a face do automobilismo, promovendo maior igualdade de gênero.

No cerne do DNA da W Series está a firme convicção de que as mulheres podem competir em igualdade de condições com os homens no automobilismo. No entanto, uma categoria exclusivamente feminina é essencial para impulsionar uma maior participação feminina. A W Series é, portanto, uma competição orientada por uma missão, cujo objetivo não é apenas proporcionar corridas emocionantes para espectadores e espectadores em escala global, mas também equipar seus pilotos com a experiência e o conhecimento necessários para progredirem em suas carreiras, competindo e aprimorando suas habilidades na W Series antes de, eventualmente, ingressarem em categorias de corrida de alto nível já existentes. (Linkedin W Series¹², 2019, *online*)

Em 2020, o campeonato foi suspenso, retornando no ano seguinte e encerrando as atividades por completo em 2022. Os impactos econômicos da pandemia e a ausência de incentivo renderam apenas três temporadas para a categoria, todas vencidas pela britânica Jamie Chadwick. Embora desse visibilidade, a W Series era limitada no que dizia respeito ao pleno avanço no automobilismo, assegurando apenas a premiação em dinheiro. Na temporada de 2019, a título de explanação, Jamie Chadwick recebeu 402 mil libras pelo campeonato¹³.

<https://www.formula1.com/en/latest/article/from-f1-outings-to-a-royal-honour-the-career-highlights-of-susie-wolff-fl.6Y4QZsbUqvuurB2qorsjIp>)

⁹ Disponível em

<https://www.formula1.com/en/latest/article/international-womens-day-trailblazing-women-f1-past-and-present.6rY8yNSHyQ15dyvgxZDE0>. Acesso em 14 de maio de 2025.

¹⁰ Disponível em:

<https://motorsport.uol.com.br/f1/news/claire-williams-alfineta-chefes-de-equipe-da-f1-somente-wolff-e-horner-conseguiram-mais-podios-do-q/10594402/>. Acesso em 14 de maio de 2025.

¹¹ Disponível em:

<https://ge.globo.com/motor/blogs/voando-baixo/post/2021/06/25/faqs-tudo-o-que-voce-precisa-saber-para-assistir-a-w-series.ghtml>. Acesso em 14 de maio de 2025.

¹² Disponível em: <https://uk.linkedin.com/company/w-series>. Acesso em 14 de maio de 2025.

¹³ Disponível em:

<https://www.terra.com.br/esportes/automobilismo/f1mania/vencedora-da-w-series-deve-ganhar-mais-dinheiro-do>

Com o encerramento da W Series, outras iniciativas foram desenvolvidas para batalhar pela igualdade de gênero no automobilismo. Ainda em 2022, o ex-piloto David Coulthard se tornou co-fundador da “*More Than Equal*”, ao lado do empresário Karel Komarek, um programa global de automobilismo de alto desempenho, com a missão de encontrar e desenvolver a primeira campeã mundial feminina da F1¹⁴.

Uma nova categoria feminina surge em 2022, com a primeira temporada oficial em 2023. Susie Wolff retorna como diretora da F1 Academy, com uma nova proposta em que todas as equipes da Fórmula 1 devem apoiar uma pilota. Além disso, a categoria conta com apoiadores como a empresa de equipamentos esportivos Puma, a marca de relógios TAG Heuer e a organização de David Coulthard¹⁵. Além disso, a pilota que vence a temporada da F1 Academy ganha um assento patrocinado no campeonato britânico GB3, o próximo no caminho até a Fórmula 1, segundo o “*Driver Development Guide*” publicado pela F1 Academy em parceria com a *More Than Equal* em 2025¹⁶.

Diante desse cenário histórico e estrutural, as competições exclusivamente femininas revelam-se não apenas como arenas formativas, mas como dispositivos de ressignificação simbólica. Ao oferecer visibilidade institucionalizada, elas desafiam o lugar marginal atribuído às mulheres no automobilismo e criam repertórios narrativos alternativos (Ambrazaitytė, 2024).

Se, por um lado, tais iniciativas ainda reproduzem a lógica da segregação como etapa necessária, por outro, elas expõem uma contradição central: a Fórmula 1 celebra sua retórica de inclusão enquanto falha em corrigir as barreiras que impedem a plena participação feminina (Matthews, 2016). É nesse hiato que o jornalismo esportivo assume um papel decisivo. A cobertura midiática pode tanto reforçar estereótipos quanto reconstruir imaginários, destacando suas habilidades técnicas e histórias de resistência (Bruce, 2015).

1.1 A construção da narrativa

A narrativa, a partir dos debates propostos por Ricoeur (1994) posteriormente analisados por Carvalho (2012), está ligada à temporalidade no sentido da constante atualização do tempo presente, revisitando o passado e projetando o futuro. Essa construção permite tanto a compreensão do que está vigente, quanto marcar esses acontecimentos aprofundando na confecção da memória.

-que-lando-norris-nesta-temporada,ea280f87de27f4f3032efa75bb910229nndqrp4m.html. Acesso em 2 de julho de 2025.

¹⁴ Disponível em: <https://uk.linkedin.com/company/more-than-equal-mte>. Acesso em 14 de maio de 2025.

¹⁵ Disponível em: <https://www.f1academy.com/Our-Impact>. Acesso em 14 de maio de 2025.

¹⁶ Disponível em: <https://www.f1academy.com/latest/oopmXRq6TdWMHlrsYTTGN/driver-development-guide>. Acesso em 30 de junho de 2025.

Sabemos que as narrativas jornalísticas, embora se particularizem frente a outras modalidades de contar o mundo, de tornar conhecidos acontecimentos, são também formas de atualização, ao mesmo tempo que de registro histórico em seu sentido mais elementar, ao narrar as ações humanas cotidianamente, no momento mesmo em que estão ocorrendo, o que hoje é possível pelas tecnologias que facultam o tempo real, como a internet e as transmissões radiofônicas e televisuais. (Carvalho, 2012, p. 173)

Do ponto de vista do jornalismo, várias teorias ao longo dos anos tentaram justificar essas escolhas do porquê noticiar certos acontecimentos em detrimento de outros (Traquina, 2020), o que se relaciona com o processo de como é construída uma narrativa. De certa forma, ao contar as histórias da humanidade, sejam as reais ou fictícias, várias escolhas são tomadas, carregadas de influências sociais e pessoais (Carvalho, 2012).

A temporalidade, para além de marcas cronológicas ou psicológicas em uma narrativa jornalística, implica em complexas operações de captura dos problemas que qualquer perspectiva de lidar com as modalidades passadas, presentes e futuras do tempo impõe a quem se predispõe a contar sobre acontecimentos de quaisquer naturezas. (Carvalho, 2012, p. 179)

Ao longo do desenvolvimento do jornalismo, percebe-se uma necessidade de manter em evidência o que é importante para a sociedade não no sentido do serviço e da preocupação social, mas de manter em alta padrões e valores que devem guiar as escolhas cotidianas e políticas (Traquina, 2020).

Os próprios conceitos de noticiabilidade requerem aos jornalistas pressuposições sobre o que é normal na sociedade. Escreve Gitlin (1980:15): “Ao dar destaque ao desvio, ao bizarro e ao pouco comum, os jornalistas apoiam implicitamente as normas e os valores da sociedade”. Segundo Gitlin, os próprios processos de enquadramento são influenciados pelas pressuposições tradicionais do jornalismo. (Traquina, 2020, p. 152 - 153)

Nesse sentido, em paralelo a inserção da mulher no automobilismo, existe o movimento de interpretação dessa presença, como a mídia e o público percebem essas atletas. É necessário compreender essa construção, uma vez que o automobilismo possui traços elitistas (Sturm, 2014) que distanciam tal participação e estão presentes nos obstáculos para a presença de mulheres no esporte (Kochanek et.al, 2020).

Especificamente, a Fórmula 1 projeta um espetáculo global glamoroso e de alta tecnologia, que evoca elitismo, exotismo e uma aura de sofisticação cara, frequentemente associada diretamente às suas tecnologias, localidades ou ao suposto estilo de vida luxuoso da elite internacional. (Sturm, 2014, p. 14)

A modalidade se mistura entre o esporte e o espetáculo, com uma grande exposição global, mas ainda se mantendo inacessível tanto do ponto de vista esportivo quanto de torcedores (Sturm, 2014). Se o atleta não se encaixa nos padrões esperados e exigidos pelo esporte, sejam eles de status econômico ou de raça e gênero, os obstáculos são maiores para chegar na modalidade bem como se manter nela (Lezotte, 2023). Exemplo dessa segregação é

o fato de Lewis Hamilton, que ingressou na F1 em 2007, ser até a temporada de 2024 o único homem negro a ingressar na categoria¹⁷. A mídia pode interpretar um papel que potencializa tais percepções.

Quando a atual diretora da F1 Academy, Susie Wolff, integrou a equipe Williams como piloto de testes, o portal “GE” escolheu destacar quem era seu marido na manchete “Esposa de sócio da Williams será piloto de desenvolvimento da equipe”¹⁸, para logo em seguida, no subtítulo, informar que o marido de Susie Wolff, Toto Wolff, atual chefe de equipe da Mercedes AMG Petronas, não esteve envolvido na decisão. Embora Susie tenha uma carreira em outras categorias e o destaque da matéria seja o novo passo em sua carreira, além da manchete, as escolhas de imagens favoreceram suas relações pessoais (ver Figura 1).

Figura 1: Imagem de Susie e Toto Wolff reproduzida pelo GE



Fonte: Matéria do portal GE publicada em 11/04/2012 com a legenda “Esposa de Toto Wolff, Susie disputa sétima temporada na DTM (Foto: Reprodução/Facebook)”

A escolha jornalística de colocar a pilota em segundo lugar, embora seja a protagonista da matéria, exemplifica os apontamentos de Matthews e Pike (2016) e Lezotte (2023) sobre os questionamentos da presença feminina no esporte. Embora não esteja declarado tal ponto de vista, o jornalista responsável pela matéria deixa implícito que essa relação pessoal da pilota a tenha colocado na equipe.

Outro momento em que o relacionamento de Susie Wolff e sua competência foram contestados, foi protagonizado pela FIA ao final de 2023, quando a instituição acusou o casal

¹⁷ Disponível em: <https://time.com/7261784/lewis-hamilton-ferrari-f1-interview/>. Acesso em 14 de maio de 2025.

¹⁸ Disponível em: <https://ge.globo.com/motor/formula-1/noticia/2012/04/esposa-de-socio-da-williams-sera-piloto-de-desenvolvimento-da-equipe.html>, 2012. Acesso em 23 de junho de 2025.

de compartilhamento de informações confidenciais¹⁹. Na ocasião, a diretora da F1 Academy era acusada de repassar informações para seu marido, favorecendo-o em sua posição de chefe de equipe. A investigação não rendeu acusações para o casal, mas levou Susie Wolff a processar a FIA por calúnia. Este exemplo também retrata a tentativa de minar a credibilidade da diretora e como as dificuldades são impostas para as mulheres nesse ambiente.

A maneira como essas mulheres são lidas pela sociedade e, consequentemente, o que vai às aproximar ou afastar do meio automobilístico, também depende do trabalho da imprensa, somado aos pontos de obstáculos financeiros já levantados (Ross, Ridinger e Cuneen, 2009). Em casos como os citados acima vividos pela Susie Wolff, revelam a necessidade das vozes femininas no automobilismo terem voz e vez na imprensa.

A perpetuação da história contada pela lente da misoginia, resulta na desconsideração da ótica feminina. Ignorar tais contribuições de um grupo tão significativo, está atrelado a essa dinâmica de poder dominada por quem conta a história, como apontado por Adichie (2019),

É impossível falar sobre a história única sem falar sobre poder. Existe uma palavra em signo na qual sempre penso quando considero as estruturas de poder no mundo: *nkali*. É um substantivo que, em tradução livre, quer dizer ‘ser maior do que outro’. Assim como no mundo econômico e político, as histórias também são definidas pelo princípio de *nkali*: como elas são contadas, quem as conta, quando são contadas e quantas são contadas depende muito de poder. (Adichie, 2019, p. 11)

No que diz respeito ao consumo do esporte pelos brasileiros, o futebol é o mais popular, seguido pelo vôlei e pela Fórmula 1, segundo pesquisa realizada pelo Resenha Digital Clube por meio da Opinion Box em 2024²⁰. Vimeiro (2023), ao realizar o levantamento de quem são as mulheres que ocupam o jornalismo esportivo no Brasil, traz apontamentos sobre o distanciamento da mulher do futebol. Esse comportamento do jornalismo reflete esse controle de afastar as mulheres de certas narrativas, o que não poderia ser diferente com o automobilismo.

Trazendo o exemplo da vivência da Susie Wolff e conectando-o com o pensamento de Adichie (2019) sobre quem conta a história detém o poder, é possível perceber a lacuna dos espaços que devem ser ocupados pelas mulheres no esporte a motor. De maneira semelhante, as jornalistas brasileiras enfrentam obstáculos para ocuparem espaços no esporte, inclusive na cobertura do automobilismo. É necessário, portanto, analisar o desenvolvimento do

¹⁹ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/caso-wolff-que-acontece-historia-coloca-susie-toto-mira-fia/>. Acesso em 23 de junho de 2025.

²⁰ Disponível em:

<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2024/05/14/pesquisa-volei-e-f1-sao-esportes-mais-com-panhados-no-brasil-apos-futebol.htm>. Acesso em 14 de maio de 2025.

jornalismo esportivo brasileiro e as características que ele apresenta para aprofundar nessas relações entre a segregação enfrentada pelas atletas e jornalistas brasileiras.

2. JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL

No Brasil, o esporte se configura como aspecto da identidade cultural da população (Oliveira, 2012). O pertencimento, aliado à construção de narrativas inspiradoras (Coelho, 2024), impulsionou o desenvolvimento do jornalismo esportivo brasileiro. A forma como a mídia aborda o universo esportivo reflete e interfere na percepção pública sobre temas que vão desde a economia do esporte até questões sociais e políticas (Silveira, 2009).

A popularização do futebol no Brasil ocorreu em paralelo ao desenvolvimento e consolidação da especialização esportiva, como aponta Coelho (2024). O esporte e a cobertura expandiram juntos, o que leva, consequentemente, a uma ligação entre os processos de se fazer jornalismo esportivo no país e os padrões do futebol. A popularização do futebol levou a uma maior preocupação em noticiá-lo, fato que é crucial para compreendermos a ascensão e moldes do jornalismo esportivo atual.

O desenvolvimento da imprensa esportiva no Brasil deve muito a um esporte que, se não fosse pela importância que adquiriu no país, talvez as informações esportivas até hoje ainda estivessem relegadas a um segundo plano no jornalismo brasileiro e quiçá teria se tornado uma editoria independente e, apesar dos preconceitos ainda praticados em pleno século XXI, depositária de prestígio social e econômico, por gerar algumas das maiores receitas publicitárias no país e manter o interesse pela leitura de jornais em grande parte da população. (Sousa, 2005, p. 86)

O início do jornalismo esportivo no Brasil é marcado por poucas páginas e profissionais exclusivos (Coelho, 2024; Silveira, 2009). Para pesquisadores dessa especialização, há uma percepção no meio jornalístico e da comunicação de que o trabalho com o esporte é reduzido a algo mais simples dentre as práticas do jornalismo, algo que viria desde sua constituição. (Tavares, 2017).

Jornalismo esportivo é uma atividade, uma editoria dentro do jornalismo, que tem a sua história marcada, primeiro, por um preconceito envolvendo a atividade, como se fosse uma atividade menor e que, aos poucos, foi se consolidando como um espaço cada vez mais legítimo e importante da prática de todas as teorias de Comunicação, com elemento, um componente diferencial, que nós lidamos com a paixão, lidamos com a emoção. (Guerra, 2015, apud Tavares, 2017, p. 42)

Ao apelar por uma carga emocional maior em sua produção, o trabalho com o esporte se distancia da prática jornalística de notícias do cotidiano ou até mesmo de outras especializações como a política, onde não é recomendado que o jornalista exponha sua opinião e ideologias pessoais (Tavares, 2017). Embora possua certas individualidades na cobertura esportiva, essas particularidades tanto em envolvimento com a notícia quanto de ritmo de atividade não significam que o trabalho seja mais simples, mas que funciona sob um regimento diferente em relação às outras especializações do jornalismo.

Nesse sentido, o jornalismo esportivo se desenvolve com a parceria do entretenimento. Desde os tempos da crônica impressa (Coelho, 2024) aos programas televisivos (Sousa, 2005) e no meio digital (Pessutti, 2025), a cobertura esportiva se adapta para lidar com os diferentes públicos de cada formato, levando a informação aliada ao lazer. Quando Gomes (2009) conceitua o entretenimento e sua relação com a informação, essa caracterização, a partir do meio televisivo, está ligada ao esporte.

Os usos mais correntes do termo entretenimento, seja na bibliografia científica seja na crítica aos *media*, se referem: a) a um valor das sociedades contemporâneas (e, como valor, o entretenimento se traduz pela primazia do prazer e dos sentidos); b) a uma indústria que se dedica à produção de uma mercadoria ao mesmo tempo econômica e simbólica; c) aos meios massivos de comunicação, aí se confundindo com seus produtos: videocliques, canções, histórias em quadrinhos, telenovelas, filmes, programas de auditório, transmissões esportivas, reality shows, entre outros; d) a um conteúdo específico veiculado por esses *media* (lazer, cultura, esportes, moda, viagens, celebridades, estilo de vida, fofocas); e) à linguagem audiovisual, em especial no que se refere à sua alta visualidade, e àquela resultante da convergência tecnológica. (Gomes, 2009, p. 6-7)

Em suma, adotamos aqui a noção do entretenimento como “valor das sociedades ocidentais contemporâneas que se organiza como indústria e se traduz por um conjunto de estratégias para atrair a atenção de seus consumidores” (Gomes, 2009, p. 7). As transmissões e a cobertura esportiva em diferentes meios também possuem essas características, e é por meio delas que se trabalha o envolvimento do público e a emoção. Noção complementada por McQuail (2003, p. 82, *apud* Marques de Melo e Assis, 2016) ao definir o entretenimento enquanto uma função midiática que “provém distração, diversão e relaxamento; reduz as tensões sociais”.

Dentre os gêneros jornalísticos listados por Marques de Melo e Assis (2016), o jornalismo esportivo se desenvolve predominantemente em dois modos: o informativo e o opinativo. Além disso, destacam-se as funções midiáticas de informação, correlação e entretenimento.

[...] informação: a Mídia provém dados sobre acontecimentos e situações; indica relações de poder; facilita inovação, adaptação e progresso; correlação: interpreta significados; socializa valores; sugere consenso; prioriza rumos; entretenimento: provém distração, diversão e relaxamento; reduz as tensões sociais; (Marques de Melo e Assis, 2016, p. 45)

O gênero informativo tem a função da vigilância social e transmite seu conteúdo em prol da sociedade (Marques de Melo e Assis, 2016), de forma não pessoal, ou seja, a assinatura do jornalista que o produziu importa menos que o conteúdo em si. O repórter serve como filtro e organização dessas informações, guiado por noções de objetividade, neutralidade e imparcialidade (Traquina, 2020). Essa busca por uma pretensa neutralidade é,

também, uma forma de apagamento das subjetividades e individualidades da pessoa jornalista.

Na matéria informativa, o jornalista seleciona os acontecimentos que serão noticiados e constrói essa exposição (Traquina, 2020). Essa seleção é guiada pelos critérios de noticiabilidade, definida por Wolff (1999) como o “conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos [...] para adquirirem a existência pública de notícias”. Esses critérios não são normas institucionalizadas, mas fazem referência ao conjunto de hábitos e práticas jornalísticas para explicar as escolhas de umas pautas, em vez de outras. Conceitualmente, isso serve para manter a objetividade e a imparcialidade como focos. Mas, essa neutralidade, aliada aos padrões de apagamento da pessoa que faz a reportagem, reforça valores modernos, coloniais e patriarcais.

Levando essas reflexões em consideração, classificamos como matérias informativas, portanto, aquelas que abordam os acontecimentos considerados pelo veículo como de interesse público, filtradas pelos critérios de noticiabilidade e construídas de maneira objetiva, ou seja, sem uma declaração imediata das percepções assumidas pela pessoa que escreve a matéria²¹.

Como exemplo no meio esportivo, específico do objeto de estudo deste trabalho, a matéria do portal GE “GP do Bahrein: Verstappen vence primeira corrida da F1 2024”²². A matéria pode ser classificada como informativa por trazer informações de interesse público sobre a corrida do Grande Prêmio do Bahrein de 2024 de maneira objetiva. A matéria destaca o vencedor Max Verstappen e o expõe o resumo de sua corrida, pontuado que liderou do início ao fim, além de apresentar o pódio completo. A matéria também trouxe os destaques da corrida em geral, expondo os acontecimentos de maneira impessoal.

Sainz passou Leclerc uma segunda vez pelo quarto lugar, anotou a melhor volta da prova e, na volta 18, ultrapassou Russell para assumir a última vaga no pódio. Enquanto isso, Leclerc se queixava com a equipe porque seu carro escapava muito para a direita a cada vez que ele freava. (Redação do GE, 2024, *online*)

Em contrapartida, o gênero opinativo avalia os acontecimentos, contribuindo para a construção de um fórum de ideias (Marques de Melo e Assis, 2016), ou seja, o foco está na interpretação dos fatos (Traquina, 2020). Nesse gênero, quem assina importa tanto quanto o

²¹ Importante destacar que essa separação entre informação e opinião apresentada aqui traz um viés conceitual, pautado pelas definições de gênero jornalístico, ou seja, tratando de características que agrupam textos por suas semelhanças. Sabemos que é possível haver um hibridismo de gêneros e formatos textuais, bem como reconhecemos que toda reportagem, por mais isenta que se proponha, sempre irá carregar traços ideológicos que se manifestam pela escolha de fontes, de palavras, de enquadramentos e abordagens.

²² Disponível em:

<https://ge.globo.com/motor/formula-1/noticia/2024/03/02/gp-do-bahrein-verstappen-vence-primeira-corrida-da-f1-2024.ghhtml>. Acesso em 24 de julho de 2025.

conteúdo que está sendo veiculado, que pode se dar em diferentes formas: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura, carta e crônica (Marques de Melo e Assis, 2016, p. 50-51). Com exceção do primeiro formato, que representa o posicionamento da instituição, os demais são legitimados por quem os assina.

A diferença circunstancial está mais além do fato de serem matérias argumentativas. Ocorre que o artigo é, geralmente, elaborado por um especialista, que julga um acontecimento passível de controvérsia a partir de seu repertório; já o comentário é produção de um jornalista tarimbado, com vasta experiência, que analisa certa ocorrência – em geral, relacionada a algum assunto trabalhado, na mesma edição, por um formato informativo –, relacionando-a a fatos anteriores e fazendo projeções de possíveis desdobramentos. (Marques de Melo e Assis, 2016, p. 52)

São marcadores de opinião, principalmente no esporte, os momentos de análise que podem ocorrer antes do evento, durante ou depois. Previsões para o evento, avaliações de performance ou das condições do evento podem se enquadrar nesse contexto, quando o jornalista interpreta os acontecimentos, seja em forma de comentário, artigo ou até mesmo editorial - neste caso, atribuindo a avaliação ao veículo jornalístico.

Apesar das constantes mudanças na sociedade, cada vez mais volátil ultimamente, o papel da opinião do comentarista esportivo, seja ele jornalista ou ex-atleta, é o de intermediar saberes especializados e interpretá-los para o público geral da melhor forma possível. A cada dia a opinião ganha maior importância e destaque, trazendo consigo uma grande responsabilidade em relação ao tipo de conteúdo que vem agregado ao comentário. (Priante e Maluly, 2024, p. 5)

Como exemplo da produção opinativa no esporte, a matéria do portal Motorsport “F1: Como novo asfalto mais escuro pode ser fator determinante no GP de São Paulo”²³ publicada em 1 de novembro de 2024, traz uma análise com previsões para o Grande Prêmio em questão. O repórter analisa a mudança do asfalto e consequências para a corrida, com uma interpretação marcada pelo julgamento dos acontecimentos, configurando-se, portanto, como opinião, agregando também com seu conhecimento anterior ao evento. Esse último fator remete ao exposto por Priante e Maluly (2024) sobre a bagagem do comentarista.

Em alguns locais no passado - talvez o mais famoso tenha sido a Turquia em 2020 - se a pista não tiver sido tratada adequadamente, isso pode provocar uma queda enorme na aderência e causar grandes dores de cabeça para pilotos e equipes. No outro extremo do espectro, uma nova superfície que ofereça uma aderência decente, mas que não tenha sido tratada com borracha, pode fazer com que os carros deslizem um pouco mais, o que tem um impacto negativo na degradação dos pneus. É difícil ter certeza do que o Brasil oferecerá no momento, pois a resposta final só virá na primeira sessão de treinos, quando os pilotos poderão correr na pista pela primeira vez. (Noble, 2024, *online*)

Na cobertura do esporte, as três funções são produzidas de maneira quase simultânea. A título de exemplificação, durante uma transmissão na televisão de um Grande Prêmio de

²³ Disponível em:

<https://motorsport.uol.com.br/f1/news/f1-como-novo-asfalto-mais-escuro-pode-ser-fator-determinante-no-gp-de-sao-paulo/10668807/>. Acesso em 24 de julho de 2025.

Fórmula 1, é possível notar que o narrador faz o trabalho de informar, de forma objetiva, o que acontece na pista. Os comentaristas aprofundam essas informações e as complementam à medida que analisam e opinam sobre os acontecimentos. Ao longo ou após a transmissão, pode existir um momento de descontração sobre a corrida, a exemplo do “Cola no Grid”²⁴ da TV Band, cuja proposta é debater o GP depois de seu encerramento de maneira descontraída, completando a função de entretenimento.

Outro debate referente à cobertura esportiva é o da especialização dentro do jornalismo. A relação do público e da maioria dos profissionais esportivos com o futebol é mais intensa e carrega o valor cultural já citado neste trabalho. De certa forma, a cobertura do esporte se divide entre futebol e demais modalidades nas redações brasileiras, o que costuma se dividir mais em períodos como Olimpíadas e grandes eventos esportivos no país (Silveira, 2009). Nesse sentido, a especialização dos demais esportes é escassa, exige uma dedicação maior e carrega uma expectativa inclusive dos atletas que esperam por um conhecimento profundo (Coelho, 2024).

Os atletas carecem de divulgação e muitas vezes ajudam os que chegam aos ginásios com a finalidade de aprimorar-se. [...] Assim como os pilotos de Fórmula 1 exigem nível de conhecimento maior até do que o nível exigido dos jornalistas de futebol pelos jogadores, os atletas do tênis fazem o mesmo com os jornalistas desse esporte. (Coelho, 2024, p. 49-50)

Quanto ao processo da valorização do entretenimento, Paulo Vinícius Coelho evidencia que “importava menos a informação precisa”. Os cronistas cuidavam mais do personagem e suas histórias, eventualmente romantizando-as” (Coelho, 2024, p. 17). Esse comportamento, que esteve em seu auge no início dos anos 1950, repercute na atualidade, convertido em outras mídias e formatos.

Nesse sentido da construção do jornalismo esportivo, percebe-se um comportamento midiático que perpetua narrativas de gênero, inclusive que o esporte pertence ao universo masculino (Bueno e Marques, 2020). Como aponta Scott (2019), o gênero é uma das referências para a constituição do poder político, que se refere à oposição entre o masculino e o feminino, e, ao mesmo tempo, fundamenta o seu significado. A aproximação da mulher do esporte, portanto, foi vista como uma ameaça às percepções de feminilidade, o que é percebido até a atualidade em outros contextos, como de torcedora ou jornalista.

Se por um lado a modernização demandava hábitos e atitudes que se afastavam da imagem romântica da mulher lânguida, grácil e portadora de gestualidades comedidas e delicadas, por outro, o fortalecimento de seu corpo foi identificado como uma necessidade diante do propósito de melhorar sua saúde para atender a

²⁴ Disponível em:

<https://www.band.com.br/esportes/automobilismo/formula-1/noticias/cola-no-grid-ganha-segunda-temporada-apos-gps-da-formula-1-de-2025-202503151734>. Acesso em 22 de julho de 2025.

uma expectativa social: a condução de uma maternidade sadia. (Goellner, 2021, p. 101)

Ao informar sobre o esporte, o jornalismo mantém as mulheres distantes desse meio esportivo seja enquanto atletas, torcedoras ou profissionais da comunicação. Há uma relação entre a inserção da mulher no esporte, carregada de machismo, e a percepção das torcedoras pela sociedade²⁵. Além disso, essa construção social de que a mulher não deve ocupar o esporte, gera dificuldades para que as profissionais sejam consideradas especialistas, necessitando provar seu valor como menciona Freitas (2015, *apud* Tavares, 2017): “pelo fato de ser mulher, precisa provar (o valor profissional), mas sempre digo uma coisa: (no jornalismo esportivo) a mulher não pode errar. Se o homem errar, tranquilo... Agora, quando a mulher errou, no outro dia vai ser o comentário geral.”

Considerando que a inserção da mulher atleta no Brasil se deu no século XX (Goellner, 2005) e que houve uma demora para inserir também a profissional do jornalismo na cobertura esportiva, é importante analisar como os novos formatos jornalísticos abordam a presença feminina no esporte, principalmente em coberturas mais especializadas.

2.1 A mulher no jornalismo esportivo brasileiro

A inserção da mulher no jornalismo brasileiro veio de forma tardia e no que diz respeito à cobertura esportiva, o processo foi ainda mais demorado (Barsotti e Carvalho, 2024). De forma ampla, é demonstrado que as mulheres eram deslocadas para trabalhos “menores”, responsáveis por assuntos que deveriam interessar apenas às mulheres e, portanto, vistos com menor importância (Bueno e Marques, 2020).

No jornalismo [impresso], a entrada das mulheres limitava-se quase que majoritariamente aos suplementos femininos (BUENO, 2018). Maria Josefa Barreto Pereira Pinto (1787-1837), natural de Rio Pardo, no Rio Grande do Sul, é considerada a primeira jornalista do Brasil (LEITE, 2019). No esporte, como veremos, esperou-se muito mais de um século desde a criação da imprensa no Brasil para que as portas fossem abertas ao gênero feminino. (Barsotti e Carvalho, 2024, p. 124)

Quando Coelho (2024) debate a participação feminina no jornalismo esportivo brasileiro, retrata uma visão que impera até a atualidade: “Mas é sempre visto como algo curioso uma mulher que parece entender de esporte” (Coelho, 2024, p. 35). O jornalista ainda explica que já no início dos anos 2000 as mulheres eram encaminhadas para os esportes olímpicos: “É mais fácil demonstrar conhecimento sobre vôlei, basquete e tênis do que sobre

²⁵ Disponível em

<https://revistamarta.com/2020/06/20/torcedoras-a-luta-por-reconhecimento-e-respeito-continua/>. Acesso em 14 de julho de 2025.

futebol e automobilismo. Territórios onde o machismo ainda impera. Mas também onde menos mulheres do que homens demonstram conhecimento” (Coelho, 2024, p. 35).

Barsotti e Carvalho (2024) discute a presença feminina nas redações impressas e traz relatos de profissionais que enfrentaram dificuldades em demonstrar que são capazes de não apenas compreender os esportes como falar sobre eles. Uma das entrevistadas destacou em seu relato que achava que “a principal dificuldade era provar que realmente conhecia o assunto” (Barsotti e Carvalho, p. 136, 2024). O questionamento da capacidade das profissionais é um dos motivos para a inserção tardia apontada no início desta seção. Na televisão, é a partir de 1980 que as mulheres passam a participar das coberturas esportivas, com a TV Globo na vanguarda (Vimeiro, 2023).

Monika Leitão e Isabela Scalabrini se destacam em particular na Rede Globo, com esta última sendo a primeira apresentadora mulher do *Globo Esporte*, com atuação aos sábados no programa diário esportivo da emissora (Dantas, 2015). Nos anos 1990, figuras como Mylena Ciribelli e Glenda Kozlowski se destacam na emissora carioca, aquela por ser a primeira mulher a apresentar o Esporte Espetacular e esta passa a comandar, a partir de 1998, a atração diária do veículo. Em 2007, Renata Fan se transforma na primeira mulher a comandar um programa esportivo televisivo no formato mesa-redonda. (Vimeiro, 2023, p. 3)

Na análise de Bueno e Marques (2020), na televisão há um processo de designação a papéis de menor envolvimento com a matéria e a informação que está sendo repassada ao telespectador:

Percebe-se, portanto, que nesses programas compete à mulher indicar o que será veiculado na edição vigente, apontando os conteúdos que serão debatidos e aprofundados pelos homens, responsáveis pela narração e comentário, sendo eles reconhecidos como detentores do conhecimento esportivo aos quais cabe o poder da palavra e o discurso competente. (Bueno e Marques, 2020, p. 118)

Tendo em vista o retrospecto da participação feminina na cobertura esportiva e o contexto mais recente exposto pelas pesquisas apresentadas, é possível notarmos que há um movimento de manutenção das noções misóginas que afastam as mulheres da cobertura, mas que remonta desde a prática esportiva (Barsotti e Carvalho, 2024). É necessário que o jornalismo esportivo brasileiro não apenas combata o preconceito e fomente a equidade de gênero, como também explore as capacidades femininas em sua produção.

Outro problema desse tipo de enquadramento é que quando nos deparamos com racismo, sexismo, violência, corrupção ou qualquer outro tema mais amplo, podemos notar claramente a dificuldade que o jornalismo esportivo encontra ao tentar lidar com esses assuntos. Falta uma discussão crítica e social de um cenário mais amplo que envolve o esporte em relação à sociedade e ao ambiente em que ele está inserido. Afinal de contas, o esporte não é uma bolha isolada de tudo – por mais que muitas vezes seja, sim, tratado dessa maneira. (Laredo, Revista Marta, 2020²⁶)

²⁶ Disponível em: <https://revistamarta.com/2020/06/20/editorial-1/>. Acesso em 14 de maio de 2025.

Para encontrar os caminhos possíveis e necessários para a cobertura esportiva seguir rumo à equidade de gênero, é preciso estudar o contexto atual e também específico dos esportes. O debate acadêmico e do mercado de trabalho é pautado em sua maioria pela referência do futebol. Coelho (2024) destacou o automobilismo como um espaço pouco ocupado pelas mulheres limitadas pela ausência de conhecimento sobre o tema, segundo sua leitura. Somado a carga da sociedade de atrelar o automobilismo a um universo masculino, surge a necessidade de compreender como se dá a relação das jornalistas com esse campo, especificamente no meio digital que expande de maneira exponencial e também é explorado pela cobertura do automobilismo.

2.2. Jornalismo esportivo digital

A multimídia e a interatividade são características que destacam o meio digital em comparação aos meios impresso, televisivo e radiofônico, assegurando proximidade entre a notícia e o receptor (Horn e Lima, 2020). Somado às características atraentes à sociedade atual, o meio digital está cada vez mais inserido no cotidiano brasileiro.

Com a exploração das potencialidades da internet, os sites jornalísticos ganham possibilidades de apresentar ao internauta novos formatos para o conteúdo jornalístico. Sem falar que o próprio leitor pode colaborar com informações para o veículo. Hoje o jornalismo é mais participativo, convergente e móvel. Texto e imagem já não são mais suficientes. A integração das mídias (formatos e/ou elementos) passou de diferencial a essencial. (Rocha e Maluly, 2016, p. 8)

Segundo pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2023 a internet era utilizada por 92,5% dos domicílios brasileiros, um crescimento de 1 ponto percentual em relação ao ano anterior²⁷. Em paralelo, houve um aumento na proporção de domicílios sem sinal de televisão aberta ou fechada, que subiu de 3,9% em 2022 para 5,2% em 2023.

Somado ao levantamento do IBGE, o Instituto Reuters divulgou o Digital News Report 2025²⁸, Relatório de Notícias Digitais em tradução livre, o qual podemos cruzar com as informações de meios mais utilizados pelo Brasil e compreender o papel do jornalismo digital no país no contexto da análise deste trabalho. Segundo o relatório, 35% dos brasileiros afirmam que as redes sociais são sua maior fonte de notícias diárias, apenas 17% leem semanalmente jornal impresso e 78% se informam por meios digitais (sites e aplicativos de notícias, redes sociais e de vídeo, podcasts de notícias e *chatbots* de IA).

²⁷ Disponível em:

<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41024-internet-foi-acessada-em-72-5-milhoes-de-domicilios-do-pais-em-2023>. Acesso em 5 de julho de 2025.

²⁸ Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/brazil>. Acesso em 6 de julho de 2025.

Existe, portanto, uma ascensão do meio digital como prioridade para o brasileiro se informar, o que carrega também um aumento da importância da opinião no jornalismo (Priante e Maluly, 2024). A relação entre o leitor e a informação fica mais democratizada e interativa (Silva e Guimarães, 2012), havendo a necessidade de produzir um trabalho que acompanhe não apenas a velocidade dos acontecimentos, mas a verdade e o compromisso com a informação e explicação para os leitores. Como destacam Priante e Maluly (2024, p. 11), "os comentaristas esportivos precisam ficar atentos a esse fator dicotômico das redes sociais, tanto para saber lidar com as respostas geradas por seu posicionamento opinativo, quanto para filtrar os assuntos abordados no ambiente virtual e que merecem atenção maior".

Nesse contexto de conectividade é possível destacar outra característica do jornalismo esportivo digital, a velocidade (Pessutti, 2025). Quanto mais conectado o usuário, mais exigente e imediatista ele fica, aumentando a pressão para as entregas, criando um contexto onde mais vale ser o primeiro do que trazer a informação correta (Coelho, 2024). Todavia, o ambiente digital também abre possibilidade para o aprofundamento dos debates, inclusive em tempo real, de maneira mais acessível que para os outros meios.

Por outro lado, a profundidade de conteúdo é uma possibilidade enxergada por Liana Vidigal Rocha na cobertura esportiva feita no ciberespaço. Segundo ela, o jornalismo pode ser muito mais do que o hard news – pode ser analítico e opinativo. Nesse ponto, blogs e mídias digitais têm enorme potencial para propiciar uma cobertura esportiva de qualidade, marcado por uma tendência de segmentação e especialização. (Pessutti, 2025, p. 88)

O espaço digital abre possibilidades para a produção jornalística, mas também aumenta a pressão para se destacar, visto que as informações são disponibilizadas por vezes simultaneamente para todos, inclusive os leitores, intensificando a necessidade de se destacar diante de tantos portais, emissoras e profissionais (Souza, 2014). Nesse sentido, percebe-se uma exploração das oportunidades que as redes sociais oferecem para complementar essa cobertura digital, feita, portanto, em portais e outras plataformas, como o caso do portal Grande Prêmio que será aprofundado mais à frente.

3. DESVENDANDO A COBERTURA DA FÓRMULA 1 NO BRASIL

Para verificar a hipótese de que a cobertura da Fórmula 1 no Brasil acompanha a realidade das pistas e da história do jornalismo esportivo no país e afasta as mulheres, é preciso remontar a cobertura do esporte no país, com o recorte de gênero.

A demora para inserção das mulheres no jornalismo esportivo também é verificada no recorte do automobilismo, processo verificado através da construção da linha do tempo da cobertura da Fórmula 1 em paralelo à presença feminina. No âmbito televisivo, em 1970²⁹ a TV Record realizou a primeira transmissão de um GP, com a etapa da Grã-Bretanha, marcando a estreia do piloto brasileiro Emerson Fittipaldi. A primeira repórter a cobrir *in loco* veio apenas em 2000 quando Mariana Becker³⁰ chegou a essa posição na TV Globo a princípio apenas na etapa do Brasil, depois expandindo em 2008 para a temporada completa³¹.

No rádio, a cobertura da F1 intensifica com a conquista do título de Emerson Fittipaldi em 1972 (França, 2006, p. 43), sem mulheres dedicadas a narração ou comentários até 2008, quando a jornalista Alessandra Alves assumiu os comentários das corridas na rádio BandNews FM³². No contexto recente, no GP de São Paulo de 2024, a BandNews FM contou com uma equipe diversa, com quatro mulheres presentes, a Alessandra Alves nos comentários e as outras três realizando *flashes* ao vivo³³.

No contexto digital, enfoque deste trabalho, um nome se destaca na temporada de 2024. A jornalista Julianne Cerasoli³⁴ é a única que produz trabalhos em português presente em todas as corridas³⁵, culminando em produtos tanto para seu blog³⁶ quanto para a coluna

²⁹ Disponível em: <https://projetomotor.com.br/tupi-record-band-globo-f1-tv-brasil/>. Acesso em 9 de julho de 2025.

³⁰ Repórter esportiva, nasceu em Porto Alegre (RS) em 1971. Trabalhou na TV Globo por 29 anos e saiu da emissora para a TV Bandeirantes quando os direitos da Fórmula 1 mudaram em 2021. Cobriu a maior parte das etapas de 2024 *in loco*, dividindo a tarefa com o repórter Felipe Kieling. Fonte: <https://www.uol.com.br/esporte/colunas/gabriel-vaquer/2021/02/05/apos-desistir-da-f1-globo-nao-renova-com-mariana-becker-apos-27-anos.htm>, <https://www.linkedin.com/in/mariana-becker/> e <https://www.f1mania.net/f1/f1-mariana-becker-e-kieling-dividem-cobertura-de-2024/>. Acesso em 11 de julho de 2025.

³¹ Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/womentowatch/mariana-becker-os-desafios-das-mulheres-na-formula-1>. Acesso em 11 de julho de 2025.

³² Disponível em: https://alessandraalves.blogspot.com/2008/03/nas-ondas-do-rdio_22.html e <https://terceirotempo.uol.com.br/noticias/bella-macchina-a-jornalista-alessandra-alves-fala-sobre-a-temporada-da-f1>. Acesso em 22 de julho de 2025.

³³ Disponível em: <https://tudoradio.com/noticias/ver/32221-radios-do-grupo-bandeirantes-mobilizam-equipes-para-a-cobertura-da-formula-1-em-sao-paulo>.

³⁴ Jornalista esportiva, cobre a F1 desde 2011 e com presença em 190 GPs. Possui passagens por rádio e TV. Fã desde a infância, Julianne é colunista do UOL Esporte e fundadora do projeto "No Paddock da F1 com a Ju", que oferece conteúdo exclusivo para fãs. Disponível em: <https://julianneccerasoli.com.br/sobre/>. Acesso em 11 de julho de 2025.

³⁵ Disponível em: <https://julianneccerasoli.com.br/sobre/>. Acesso em 11 de julho de 2025.

³⁶ Disponível em: <https://julianneccerasoli.com.br/>

“Pole Position” no UOL³⁷. Além da produção do portal da Band (<https://www.band.com.br/esportes/automobilismo/formula-1>) e da Julianne Cerasoli, os sites Globo Esporte (<https://ge.globo.com/motor/formula-1/>) e Motorsport (<https://motorsport.uol.com.br/f1/>) também possuem ampla produção sobre a categoria.

Embora vários portais apresentem a cobertura da Fórmula 1, o enfoque desta pesquisa será no portal Grande Prêmio, por sua produção pautada no Brasil de maneira integral, se conectando, portanto, com o objetivo de tratar do jornalismo esportivo brasileiro. Além disso, cobre a modalidade desde 1994, atravessando diversos momentos da internet no país e adequando-se aos novos formatos e explorando as possibilidades do meio digital. Em comparação, o GE realiza a cobertura da Fórmula 1, mas o objetivo do portal é cobrir esportes em geral, por outro lado, o Motorsport Brasil também poderia ser objeto desta pesquisa, mas a produção conta com diversas traduções de publicações do Motorsport internacional³⁸. Nesse sentido, o Grande Prêmio também se destaca por sua produção nacional.

No Brasil, a temporada de 2024 foi transmitida em TV aberta pelo Grupo Bandeirantes. Os treinos e classificação eram veiculados no Canal BandSports³⁹, enquanto a corrida era transmitida no sinal aberto da TV Band. Os telespectadores ainda tinham a possibilidade de assinar a F1 TV⁴⁰, plataforma oficial da Fórmula 1 para transmissão das etapas e programas extras sobre a modalidade. Nesse contexto, a cobertura digital realizada pelo portal Grande Prêmio entra como alternativa informativa e gratuita para acompanhar e se informar sobre o esporte.

Com este recorte, é possível trabalhar com as narrativas de mulheres comentaristas do automobilismo no Brasil, na temporada de 2024, atentando para uma experiência específica, que abarca o jornalismo esportivo online como mais um espaço de compartilhamento de informações. A princípio, um espaço mais plural, principalmente quando consideramos os comentários e compartilhamentos como elementos que também compõem a narrativa.

Entretanto, como discutimos a seguir, o jornalismo, principalmente quando trata de esportes, segue mantendo padrões de gênero coloniais, mesmo quando se propõe a ampliar para além das vozes masculinas que o constituem. A partir do exposto por Jácomes (2023), “é necessário pensar que as narrativas jornalísticas podem envolver práticas de rasura,

³⁷ Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/colunas/pole-position/>.

³⁸ Disponível em:

<https://motorsport.uol.com.br/f1/news/f1-bahrein-deve-ser-o-local-da-pre-temporada-de-2025/10625140/>. Acesso em 15 de julho de 2025.

³⁹ Disponível: <https://bandsports.uol.com.br/>

⁴⁰ Disponível em: <https://f1tv.formula1.com/>

silenciamento, rompimentos e vulnerabilização” (p. 18). Compreende-se, portanto, as limitações produzidas e mantidas por esse jornalismo colonial, no sentido desta pesquisa, atuando para a conservação e priorização das vozes masculinas sobre as femininas no meio esportivo.

Nesse sentido, a colonialidade é entendida como um processo que também contribui para a manutenção dos valores já discutidos, que afastam as mulheres dos esportes e portanto, seu contraponto serve como fundamento para crítica da análise apresentada mais à frente.

O longo processo da colonialidade começa subjetiva e intersubjetivamente em um tenso encontro que forma a normatividade capitalista, moderna, colonial, e ao mesmo tempo se recusa a produzir para ela. O ponto crucial nesse encontro é que a sua construção subjetiva e intersubjetiva informa sobre a resistência aos agentes da dominação colonial. (Lugones, 2019, p. 369).

3.1. A temporada de 2024

A temporada de 2024 da Fórmula 1 contou com a quantidade recorde de 24 etapas⁴¹, com início no Grande Prêmio do Bahrein (28 de fevereiro a 2 de março) e a término no Grande Prêmio de Abu Dhabi (6 a 8 de dezembro)⁴². Nessa temporada estiveram presentes 10 equipes e um total de 24 pilotos⁴³. O regular para o esporte é dois pilotos por equipe, mas na temporada de 2024 as equipes Alpine⁴⁴, Williams⁴⁵ e Racing Bulls⁴⁶ trocaram de piloto ao longo do ano, somado às participações de Oliver Bearman que substituiu Carlos Sainz no GP da Arábia Saudita⁴⁷ na equipe Ferrari e Kevin Magnussen⁴⁸ no GP do Azerbaijão pela equipe Haas.

⁴¹ Disponível em: <https://fl.experiences.com/blog/fl-confirms-2024-season-calendar>. Acesso em 22 de julho de 2025.

⁴² Disponível em: <https://www.formula1.com/en/results/2024/races>. Acesso em 10 de julho de 2025.

⁴³ Disponível em: <https://www.formula1.com/en/results/2024/drivers>. Acesso em 10 de julho de 2025.

⁴⁴ A equipe Alpine substituiu o francês Esteban Ocon pelo australiano Jack Doohan antes da última corrida do ano, o GP de Abu Dhabi. Disponível em: <https://motorsport.uol.com.br/fl/news/fl-ocon-deixara-alpine-antes-do-gp-de-abu-dhabi-doohan-e-o-substituto/10678413/>. Acesso em 14 de julho de 2025.

⁴⁵ A equipe Williams substituiu o piloto americano Logan Sargeant pelo argentino Franco Colapinto após o GP dos Países Baixos. Disponível em: <https://www.grandepremio.com.br/fl/noticias/williams-demite-logan-sargeant-surpreende-franco-colapinto- restante-2024/>. Acesso em 14 de julho de 2025.

⁴⁶ A equipe secundária do grupo Red Bull substituiu o piloto australiano Daniel Ricciardo pelo neozelandês Liam Lawson após o GP de Singapura. Disponível em: <https://ge.globo.com/motor/formula-1/noticia/2024/09/26/rb-confirma-saida-de-daniel-ricciardo-e-retorno-de-liam-lawson.ghtml>. Acesso em 14 de julho de 2025.

⁴⁷ Disponível em: <https://motorsport.uol.com.br/fl/news/fl-quem-e-oliver-bearman-substituto-de-sainz-na-ferrari/10584793/>. Acesso em 14 de julho de 2025.

⁴⁸ Disponível em: <https://ge.globo.com/motor/formula-1/noticia/2024/09/06/oliver-bearman-substituira-kevin-magnussen-no-gp-do-azerbaijao.ghtml>. Acesso em 14 de julho de 2025.

Cada Grande Prêmio possui uma divisão das atividades em três dias de eventos: dois treinos livres na sexta-feira, um treino livre e a classificação aos sábados e, por fim, a corrida no domingo⁴⁹. A partir de 2021, um novo modelo de corrida menor foi inserido no calendário, a *sprint race*, que muda o fim de semana regular ao substituir o segundo treino livre pela classificação da *sprint* e o terceiro treino é ocupado pela corrida *sprint*⁵⁰. Em 2024, seis corridas foram nesse modelo: China, Miami, Áustria, Estados Unidos, São Paulo e Catar⁵¹.

Somado a divisão das atividades, é necessário compreender o campeonato a partir de seu sistema de pontuação. Toda temporada da F1 pontua em dois sistemas, o dos pilotos e o dos construtores. Desde 2010 os pilotos somam pontos da primeira a décima colocação, e cada equipe pontua a soma do adquirido pelos seus dois pilotos⁵². Ao final, o piloto da Red Bull Racing Max Verstappen foi o campeão pelo quarto ano consecutivo e a equipe McLaren venceu o campeonato das equipes.

Em qualquer temporada, as etapas de estreia e encerramento são determinantes tanto para as expectativas para o ano que se inicia quanto para a próxima temporada, respectivamente. No calendário de 2024, as férias de verão após o GP da Bélgica e o retorno no GP dos Países Baixos foram determinantes para encerrar o primeiro semestre e dar continuidade a uma temporada que estava bem diferente dos últimos dois campeonatos conquistados por Max Verstappen (Cerasoli, 2024). Esses quatro momentos da temporada se destacam para a análise da cobertura por sua relevância para o andamento do campeonato, gerando oportunidades de produção de materiais de análise e comentários.

A temporada de 2024 também foi marcada pelas movimentações nos mercados de pilotos, ocorridas antes do ano começar, como o anúncio de que Lewis Hamilton deixaria a Mercedes após 11 anos para ingressar a Ferrari em 2025⁵³. Os fatores citados neste tópico foram cruciais para gerar oportunidades de ampliação da cobertura do esporte e,

⁴⁹ Disponível em:

<https://www.formula1.com/en/latest/article/the-beginners-guide-to-the-formula-1-weekend.5RFZzGXNhEi9AEuMXwo987>. Acesso em 10 de julho de 2025.

⁵⁰ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/pontuacao-extra-pneus-horarios-tudo-sobre-primeira-corrida-sprint-da-formula-1/>. Acesso em 10 de julho de 2025.

⁵¹ Disponível em:

<https://ge.globo.com/motor/formula-1/noticia/2024/02/28/f1-2024-veja-datas-e-horarios-das-corridas-sprint-da-temporada.ghtml>. Acesso em 10 de julho de 2025.

⁵² Disponível em:

<https://www.band.com.br/esportes/automobilismo/formula-1/noticias/sistema-de-pontuacao-da-formula-1-202410041609>. Acesso em 10 de julho de 2025.

⁵³ Disponível em:

<https://ge.globo.com/motor/formula-1/noticia/2024/02/02/por-que-lewis-hamilton-deixou-a-mercedes-rumo-a-ferrari-entenda.ghtml>. Acesso em 11 de julho de 2025.

consequentemente, abrir espaço para que outras vozes, além das masculinas, fossem exploradas nesse processo.

3.2 Portal Grande Prêmio

O portal “Grande Prêmio”⁵⁴ foi criado em 1994 pelo jornalista Flávio Gomes⁵⁵, primeiramente como “Agência *Warm Up*”, mudando para a nomenclatura atual em 1999⁵⁶. Como agência, fez a cobertura da Fórmula 1 para mais de 120 jornais entre 1995 e 2011, como uma plataforma para que os jornais cadastrados pegassem o material disponibilizado pelas coberturas do Flávio Gomes nas etapas da F1 (Martins, 2025)⁵⁷.

A F1 foi a prioridade desde o início, mas o portal também realizava a cobertura de outras categorias (Martins, 2025). Nos moldes atuais é possível verificar pelas divisões da página, que há um destaque também para MotoGP, Indy e Stock Car, além de categorias de base e turismo. A estrutura do site conta com o site principal, dois *blogs* e o apoio das redes sociais para reverberar o conteúdo publicado e gerar novos.

O expediente disponibilizado no site na aba “Quem Somos”⁵⁸, destaca algumas informações necessárias para contextualizar a rotina do portal e seu papel neste trabalho. No momento desta pesquisa, dos 35 funcionários listados, 7 são mulheres. Evelyn Guimarães é diretora de conteúdo, Luana Marino é coordenadora de conteúdo ao lado de outros dois funcionários e também editora sênior de Fórmula 2, Juliana Tesser é editora sênior de MotoGP, Carol Vergílio é coordenadora de mídias sociais, Gabrielle Tiepolo é assistente de produção e, por fim, Grazielly Costa é coordenadora de projetos. Em comparação aos outros portais que cobrem o automobilismo, disponibiliza sua equipe, com destaque para a participação feminina, ocupando cargos de gestão e liderança.

Destaca-se essas menções para relacionar quais dos cargos apresentados são ocupados por mulheres e como essa presença pode influenciar na rotina e produção do portal. Nas divisões da Fórmula 1, os editores seniores são Gabriel Curty e Pedro Henrique Marum, que dividem a coordenação de conteúdo com Luana Marino. Outro ponto de destaque são os nomes destacados como redatores oficiais: Bernardo Castro, Giovani Danjo e Vicente Soella. No que diz respeito a rotina dessa produção, todo o trabalho é organizado pela diretora e coordenadores de conteúdo, além da reverberação nas redes sociais por meio das *lives* nas plataformas de vídeo (Martins, 2025).

⁵⁴ Disponível em: <https://www.grandepremio.com.br/>. Acesso em 10 de julho de 2025.

⁵⁵ Paulista, nascido em 1964. É jornalista, dublê de piloto, escritor e professor de Jornalismo. Disponível em <https://flaviogomes.grandepremio.com.br/sobre/>. Acesso em 10 de julho de 2025.

⁵⁶ Disponível em <https://flaviogomes.grandepremio.com.br/sobre/>. Acesso em 10 de julho de 2025.

⁵⁷ Martins, Victor. [Entrevista concedida a] Ana Letícia Ferro, 10 de julho de 2025, via e-mail.

⁵⁸ Disponível em: <https://www.grandepremio.com.br/quem-somos/>. Acesso em 10 de julho de 2025.

Há lives todos os dias – Paddock GP às segundas, Paddock Sprint às terças, TT GP às quartas e WGP às quintas – para tratar das últimas notícias. Nos finais de semana de F1, Briefing traz o resumo do dia entre sexta e domingo, sendo que há uma segunda edição antes das corridas. Transmissões em segunda tela, no formato react, acontecem em todas as etapas, com corridas principais, classificações e, quando há, classificações e corridas sprint. (Martins, 2025)

No que diz respeito a alcance e relevância para o jornalismo automobilístico, o portal divulga que já recebeu mais de 120 milhões de acessos além de acumular 1,6 milhão de seguidores nas diferentes plataformas⁵⁹. O grupo se caracteriza em suas redes como principal grupo de comunicação de esporte a motor do Brasil e da América Latina, além de possuir o canal de TV 24h para TVs conectadas (cTVs), alcançando mais de 40 milhões de pessoas no digital e 70 milhões de pessoas com a TV, o GPTV lançado em 2025⁶⁰.

A partir dessa caracterização e da relevância para o jornalismo esportivo digital, o Grande Prêmio se consagra como objeto de estudo para debater como o trabalho com o automobilismo é realizado aqui no Brasil. Em relação a temporada de 2024, houve a cobertura *in loco* do Grande Prêmio de São Paulo, com a presença de Evelyn Guimarães, Gabriel Curty, Pedro Henrique Marum, Luana Marino, Gabriel Carvalho, Rodrigo Berton e Flávio Gomes. Compreende-se até o momento como o portal se organiza para acompanhar a modalidade, mas é necessário se debruçar em como esse processo acontece na prática, a partir das matérias publicadas diariamente.

Considerando a dinâmica da cobertura do Grande Prêmio e as modificações ao longo da temporada de 2024 da Fórmula 1, é crucial analisar o desempenho do portal, como recorte do comportamento do jornalismo esportivo digital voltado para o automobilismo. Esta pesquisa se faz necessária em vista das inúmeras oportunidades que surgiram para aprofundar a análise e o debate sobre o esporte, especialmente no que diz respeito à participação feminina. A hipótese central aqui é que a contribuição de mulheres no jornalismo esportivo, especificamente na cobertura do Grande Prêmio, tem sido priorizada para fins de exposição em detrimento de análises e comentários opinativos aprofundados. A partir de um levantamento quantitativo que será apresentado, será possível debater como o Grande Prêmio atua neste contexto, e de que forma contribui ou não para a busca pela equidade de gênero no jornalismo esportivo.

Ao analisar as matérias publicadas nas etapas do Bahrein, Bélgica, Países Baixos e Abu Dhabi, respectivamente, abertura, antes das férias de verão europeu, após as férias e

⁵⁹ Disponível em: <https://www.grandepremio.com.br/anuncie/plano-comercial-grande-premio-midia-kit/>. Acesso em 10 de julho de 2025.

⁶⁰ Disponível em: <https://www.grandepremio.com.br/gptv/noticias/faq-gptv-grande-premio-responde-duvidas-sobre-canal-tv-esport-e-motor/>. Acesso em 10 de julho de 2025.

encerramento do ano, observa-se uma diferença significativa entre as matérias assinadas por homens e por mulheres no portal Grande Prêmio em 2024 (ver Tabela 1). A partir desses dados, inicia-se a discussão sobre como se dá a presença das mulheres na cobertura da Fórmula 1 no portal Grande Prêmio, percebendo se há espaço para sua opinião, objetivando compreender quais são as vozes femininas que participam dessa cobertura.

Tabela 1: Publicações por gênero em quatro etapas da temporada de 2024 no portal Grande Prêmio

Grande Prêmio	Assinadas por homens	Assinadas por mulheres	Sem assinatura
Bahrein	60	8	1
Bélgica	43	29	2
Países Baixos	50	10	0
Abu Dhabi	84	35	0
Total	237	82	3

Fonte: da Autora

4. A MULHER NA COBERTURA DIGITAL DA FÓRMULA 1

Neste capítulo, apresentamos os métodos de investigação utilizados para verificar a hipótese de que as vozes femininas são limitadas no jornalismo esportivo digital, em específico na cobertura da Fórmula 1. Foram levadas em consideração para essa pesquisa as publicações realizadas no portal Grande Prêmio referentes às etapas do Bahrein, da Bélgica, dos Países Baixos e de Abu Dhabi de 2024. O processo de estudo das matérias foi realizado em duas etapas, primeiro com a seleção dos dados e em seguida sua análise, detalhados a seguir.

Os resultados apresentados a seguir partem de uma pesquisa de caráter exploratório (Losh, Rambo e Ferreira, 2023), que objetiva identificar os padrões na produção das matérias no Portal Grande Prêmio e eventuais recorrências que auxiliem na construção dos objetivos da pesquisa. A abordagem foi escolhida por tratar de um tema pouco explorado no meio acadêmico brasileiro, a Fórmula 1, auxiliando portanto no processo de compreensão inicial sobre o tema, a partir da produção digital e com o recorte de gênero.

A pesquisa exploratória é um tipo de pesquisa que visa compreender e explorar um fenômeno ou tópico de interesse com o objetivo de se familiarizar com um tema pouco conhecido ou explorado. No final, o pesquisador deve ser capaz de construir hipóteses. Geralmente é realizado no início de um projeto de pesquisa com o visa obter uma compreensão inicial e mais ampla do tema e pode envolver revisão de literatura, entrevistas, observações e outros métodos qualitativos para coletar dados. É útil para identificar tendências, problemas ou oportunidades para estudos futuros mais profundos. (Losh, Rambo e Ferreira, 2023, p. 8-9).

A pesquisa se aprofunda na análise qualitativa dos dados levantados, seguindo o percurso metodológico detalhado a seguir.

4.1 Metodologia

Para atingir o objetivo de aprofundar as condições das mulheres que trabalham na cobertura jornalística da F1 no meio digital brasileiro, foi necessário realizar o levantamento das matérias a partir do debate dos gêneros jornalísticos no espaço digital apresentado por Bertocchi (2005).

Percebe-se que os autores contemporâneos têm uma tendência a classificar os gêneros não pela quantidade e proporção de “informação” ou “opinião” que carregam, mas segundo a função que exercem: “relatar” e “comentar”. Para a informação, recorre-se a um gênero informativo (como a notícia). Precisando entender um acontecimento, procura-se um gênero interpretativo (como a reportagem). De forma sucinta, diz-se que as espécies do gênero informativo contam o que ocorreu, as do interpretativo explicam os porquês e as do opinativo valoram o sucedido (Yanes Mesa, 2004:23). (Bertocchi, 2005, p. 1293)

Entende-se que no meio digital as noções dos gêneros jornalísticos para o impresso são adaptadas e além de acrescentar novos (Bertocchi, 2005). Seixas (2013) apresenta uma

ideia semelhante e acrescenta que as produções jornalísticas também podem apresentar características que se enquadram em diferentes gêneros.

Acredita-se que o chamado texto informativo, considerado clássico do texto jornalístico, tem mais sequências argumentativas e explicativas do que normalmente se considera, pois, muitas vezes, o *lead* traz uma síntese que viria no texto argumentativo clássico, como o artigo, no final. (Seixas, 2013, p. 168)

A partir dessas ideias, as matérias selecionadas no portal Grande Prêmio foram realizadas a partir da sua finalidade, divididas aqui somente entre informativa e opinativa. Embora fossem compostas por blocos com características também de outros formatos, como Seixas (2013) expõe, a finalidade sobressaia pela leitura de cada matéria que levava a definição de sua função.

Esse primeiro momento de caráter exploratório contou com o levantamento das matérias as etapas do GP do Bahrein, GP da Bélgica, GP dos Países Baixos e GP de Abu Dhabi de 2024 contando a partir de um dia antes das atividades oficiais até o dia seguinte à corrida, totalizando 20 dias de publicações analisadas (Tabela 2).

Tabela 2: Período de análise de cada Grande Prêmio

Grande Prêmio	Pré	Treinos 1 e 2	Treino 3 e Classificação	Corrida	Pós
Bahrein	28/02/2024	29/02/2024	01/03/2024	02/03/2024	03/03/2024
Bélgica	25/07/2024	26/07/2024	27/07/2024	28/07/2024	29/07/2024
Países Baixos	22/08/2024	23/08/2024	24/08/2024	25/08/2024	26/08/2024
Abu Dhabi	05/12/2024	06/12/2024	07/12/2024	08/12/2024	09/12/2024

Fonte: da Autora

A definição temporal do levantamento foi guiada pelo calendário do esporte e na maneira como o jornalismo esportivo brasileiro atua abordando as expectativas e análises posteriores, como foi debatido no Capítulo 2. Tendo em vista a busca por matérias informativas e opinativas, fez-se necessário o levantamento com um dia de prévia, os três dias de evento e a repercussão posterior. Os dois momentos fora das atividades oficiais foram selecionados por representarem a expectativa do público por análises e interpretações — como Bertocchi (2005) aponta acerca da composição coletiva das matérias no meio digital, que criam além da interação com o público, novas expectativas deste.

As publicações foram localizadas por meio da ferramenta de busca disponibilizada no portal e da pesquisa avançada da plataforma *Google*, com o filtro das palavras-chave e do período destacado na Tabela 2. Em ambos os meios, as palavras-chave foram: Grande Prêmio

do Bahrein 2024; Bahrein 2024; Grande Prêmio da Bélgica 2024; Bélgica 2024; Grande Prêmio dos Países Baixos 2024; Países baixos 2024; Grande Prêmio de Abu Dhabi 2024; e Abu Dhabi 2024.

As publicações foram localizadas por meio da ferramenta de busca disponibilizada no portal e da pesquisa avançada da plataforma *Google*, com o filtro das palavras-chave e do período destacado na Tabela 2. Em ambos os meios, as palavras-chave foram: Grande Prêmio do Bahrein 2024; Bahrein 2024; Grande Prêmio da Bélgica 2024; Bélgica 2024; Grande Prêmio dos Países Baixos 2024; Países baixos 2024; Grande Prêmio de Abu Dhabi 2024; e Abu Dhabi 2024.

As matérias foram reunidas em uma planilha na plataforma *Google Sheets* e organizadas nas seguintes categorias: Grande Prêmio; Manchete; Link de acesso; Finalidade (informação ou opinião); Dia do Grande Prêmio (Pré, Treinos, Classificação, Corrida, Pós); Data; Autor; Gênero; e Local.

A análise dos conteúdos dos gêneros começou com a definição da finalidade a partir das manchetes. Caso a manchete apresentasse elementos que qualificam os acontecimentos e não apenas os expusessem, era um indicativo de uma matéria opinativa. As matérias então foram lidas para que se verificasse a finalidade opinativa. No caso das matérias informativas, embora apresentassem fragmentos qualitativos sobre os eventos, levou-se em consideração o objetivo de descrever e não de analisar.

A análise das matérias foi realizada a partir da epistemologia feminista ancorada por Lugones (2019) e Moraes (2022) para compreender não apenas a divisão das matérias entre homens e mulheres, mas também para identificar os marcadores de gênero nessas matérias. Lugones (2019) traz a noção da divisão do gênero e como a noção colonial que determina os papéis de cada um devem ser combatidas. Auxiliando a compreender, portanto, a divisão das matérias do ponto de vista apontado no início deste trabalho, sobre o preconceito acerca do conhecimento das mulheres sobre o esporte. Nesse sentido, Moraes (2022) complementa a visão jornalística, principalmente com as noções sobre o jornalismo que ainda é guiado por noções masculinas.

No entanto, há bons escritos que já consideram a pauta como construtora de significados, a exemplo do estudo de Ronaldo Henn; há ainda as análises nas quais Cremilda Medina fala da importância das angulações e a etnografia realizada por Marcia Veiga em duas diferentes redações nas quais acompanhou as rotinas produtivas e, nelas, constatou o viés maquinista impresso no desenho do que era noticiado. Faço uma distinção entre a pauta do dia a dia e a pauta da reportagem no sentido de considerar as demandas específicas de ambas, mas chamo atenção para a necessidade da reflexividade nos dois caminhos — uma vez que a notícia diária é fortemente o veículo de difusão de um conteúdo outrofóbico. (Moraes, 2022, p. 20)

A partir dessas perspectivas, analisamos as publicações do Portal Grande Prêmio para entender os processos de produção do veículo sob a ótica de gênero e o papel das mulheres como formadoras de opinião sobre a Fórmula 1.

4.2 Levantamento das matérias

Ao todo foram identificadas 322 matérias, das quais 290 foram catalogadas enquanto de “Informação” (Tabela 3) e 32 de “Opinião” (Tabela 4).

Tabela 3: Matérias informativas divididas pelo gênero dos autores

Grande Prêmio	Homens	Mulheres
Bahrein	53	7
Bélgica	40	25
Países Baixos	44	9
Abu Dhabi	79	30
Total	216	71

Fonte: da Autora

Tabela 4: Matérias opinativas divididas pelo gênero dos autores

Grande Prêmio	Homens	Mulheres
Bahrein	7	1
Bélgica	3	4
Países Baixos	6	1
Abu Dhabi	5	5
Total	21	11

Fonte: da Autora

Outro dado importante antes de prosseguirmos para uma análise mais aprofundada, é da quantidade de profissionais de cada gênero que trabalharam por Grande Prêmio. Ao todo, 12 homens assinaram matérias ao longo dessas quatro etapas, em contrapartida, apenas 3 mulheres se alternavam nas produções (Tabela 5).

Tabela 5: Autores por Grande Prêmio

Grande Prêmio	Homens	Mulheres
Bahrein	10	2
Bélgica	6	3
Países Baixos	8	2

Abu Dhabi	9	3
-----------	---	---

Fonte: da Autora

Os repórteres identificados seguiram um padrão diverso de publicações: André Netto (10), Bernardo Castro (31), Daniel Balsa (6), Gabriel Carvalho (27), Gabriel Curty (22), Giovani Danjo (15), Guilherme Bloisi (8), João Pedro Nascimento (7), Kaio Esteves (14), Pedro Henrique Marum (26), Pedro Luis Cuenca (5) e Vicente Soella (64). Dentre as três mulheres que assinaram matérias, Evelyn Guimarães foi responsável por 7 publicações, Juliana Tesser por 30 e Luana Marino por 46.

Com base nos dados coletados, confirmamos que as mulheres escreveram menos e que os homens dominam a frequência de matérias opinativas. Para além dos números expostos acima, é preciso compreender como o Portal Grande Prêmio, aqui como representante do jornalismo esportivo digital, trata essas duas produções, respondendo, portanto, às questões sobre o que leva um gênero a assinar mais matérias e o outro a opinar menos.

4.3 As vozes que opinam

Separados em dois grupos, as matérias informativas e opinativas do portal Grande Prêmio revelam algumas características da produção jornalística esportiva digital. Embora tal levantamento possa ser resumido entre o que é objetivo e o que é subjetivo, é importante salientarmos que de certa forma não há tal delimitação de forma tão clara na prática da profissão.

A imparcialidade e a objetividade definiram o jornalismo por muitos anos, chegando ao contexto mais atual em que são vistas enquanto características a serem alcançadas (Traquina, 2020). Essa neutralidade, no entanto, é marcada por filtros que condicionam a produção jornalística para manter certos valores da sociedade em vigor, como Moraes (2022) evidencia em sua análise: “falar sobre isso articulando teoria e prática nos ajuda a desnaturalizar as tantas molduras jornalísticas utilizadas como se fossem as únicas possíveis, como se suas bases não estivessem impregnadas de hierarquização de gênero, de raça, de classe, de territórios, etc” (Moraes, 2022, p. 24).

A seguinte análise também é guiada pela compreensão de Carvalho (2012) sobre como o jornalismo reflete as narrativas da sociedade. Sejam matérias informativas ou opinativas, a divisão das pautas deve ser levada em consideração, uma vez que refletem o que vem sendo discutido desde o início deste trabalho, sobre a consideração ou não do que está sendo dito por uma mulher.

Tal como afirma Paul Ricoeur, a tríplice mimese constitui um círculo hermenêutico, que torna possível não somente compreender o mundo, como a própria dinâmica de construção da narrativa e as mediações que ela estabelece. Não nos parece infundado propor que o mesmo é aplicável às narrativas jornalísticas em seu haver com o mundo social. E especialmente, que os acontecimentos narrados pelo jornalismo trazem a marca de um mundo prefigurado, mediados pela configuração dos narradores jornalísticos, mas somente adquirindo sentido pleno, embora não necessariamente unívoco, a partir das múltiplas leituras de que são objeto. (Carvalho, 2012, p. 181)

No que diz respeito à divisão das produções no portal analisado, é possível perceber que mesmo as matérias que seriam tidas como “neutras” ou informativas, trazem uma divisão que prioriza a visão masculina. Essa visão é percebida no momento em que as matérias informativas assinadas por mulheres poderiam ser escritas por qualquer um, enquanto as assinadas por homens apresentam, em sua maioria, matérias que atendiam aos critérios de relevância, notabilidade e/ou conflito — listados em Seixas (2013, p. 169).

A título de exemplificação, três matérias de etapas diferentes: “Confira declarações dos pilotos após sexta-feira do GP da Bélgica da F1 2024”⁶¹, “Confira declarações dos pilotos após classificação do GP do Bahrein de 2024”⁶² e “Red Bull projeta anúncio sobre futuro de Pérez para depois de pós-temporada”⁶³. A primeira, assinada por uma mulher, Juliana Tesser, a segunda, assinada pela “Redação GP” e a terceira, por um homem, Bernardo Castro. As matérias são informativas, expõem declarações de pilotos e equipes, entretanto, as duas primeiras tratam de processos mais padronizados, ou seja, checar as aspas após uma etapa, com o apagamento das manifestações dos autores. A terceira matéria aborda uma informação sobre o mercado de pilotos que, além de cumprir com o critério de relevância para uma matéria e ser de maior interesse público, contou com elementos de análise da situação do piloto Sergio Pérez.

Assim, Pérez teve um fim de temporada terrível, pontuando apenas em uma das últimas cinco corridas do ano — além de uma ida ao top-8 na sprint em Interlagos. A situação do mexicano começou a ficar insustentável e a própria Red Bull falou que foi um erro renovar o contrato do piloto do carro #11. (Castro, 2024, *online*)

No contexto das publicações informativas, os homens publicaram mais (Tabela 3), e embora também ficassem encarregados de matérias como “Confira declarações dos pilotos

⁶¹ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/confira-declaracoes-pilotos-apos-sexta-feira-gp-belgica-f1-2024/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

⁶² Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/confira-declaracoes-pilotos-apos-classificacao-gp-bahrein-2024/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

⁶³ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/red-bull-anuncio-futuro-sergio-perez-depois-pos-temporada/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

após quinta-feira de treinos livres do GP do Bahrein de 2024”⁶⁴ ou “Speed Trap: confira velocidades máximas na classificação do GP da Bélgica da F1 2024”⁶⁵, dominaram as publicações informativas que atenderam a um número maior de valores-notícias, principalmente no sentido da relevância.

No início de 2024 o chefe da equipe Red Bull Racing foi acusado de abuso sexual por uma funcionária⁶⁶, e a repercussão do caso interessava a todos, principalmente no que dizia respeito ao posicionamento dos pilotos. Quando o piloto da equipe secundária da Red Bull, a Racing Bulls, se pronunciou, a matéria foi assinada por Bernardo Castro —“Ricciardo lamenta ‘Caso Horner’ e espera investigação com ‘resultado justo’”⁶⁷. No período analisado, com os filtros já destacados, apenas esta matéria foi identificada tratando do “Caso Horner”. Informar sobre temas sensíveis também envolve considerações éticas significativas. Ao designar um homem para cobrir uma história que afeta principalmente mulheres pode, mesmo que de forma não intencional, levar a uma análise insensível.

Ricciardo contou que tanto ele quanto a RB estavam cientes do acontecido antes mesmo dos testes de pré-temporada, que aconteceram entre os dias 23 e 23 de fevereiro. Porém, ainda que exista uma relação próxima entre as duas equipes, Daniel garantiu que isso não foi uma distração. [...] Embora o lado profissional não tenha ficado comprometido, o australiano reforçou que, no âmbito pessoal, ficou sentido pelo que aconteceu com o caso que envolve o amigo e ex-chefe. (Castro, 2024, *online*)

No campo da opinião (Tabela 4), em duas etapas os homens escreveram mais, em uma a divisão foi igual e em apenas uma as mulheres escreveram mais — com uma diferença de apenas uma matéria a mais. A divisão de Marques de Melo e Assis (2016) sobre a divisão do trabalho jornalístico, aqui passa a ser completada por Moraes (2022), que aprofunda nas dimensões da subjetividade, que não escapa aos valores preconceituosos da sociedade.

O jornalismo de subjetividade se situa a partir dessa perspectiva interseccional e crítica a um modo de produção da notícia. Isso porque o jornalismo está não só assentado em parâmetros deterministas, positivistas heterossexistas (e acrescento, cissexistas) [...]. Ele também repousa na prática das pessoas que o realizam e que são afetadas historicamente e socialmente pelos discursos hegemônicos que operam em determinados momentos, sendo eles interiorizados e naturalizados, e, por isso, mais difíceis de serem vistos como tais. (Moraes, 2022, p. 133)

⁶⁴ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/confira-declaracoes-pilotos-quinta-feira-treinos-livres-gp-bahrein-f1-2024/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

⁶⁵ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/speed-trap-velocidades-maximas-classificacao-gp-belgica-f1-2024/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

⁶⁶ Disponível em:

<https://ge.globo.com/motor/formula-1/noticia/2024/03/08/f1-2024-entenda-caso-horner-e-crise-nos-bastidores-da-rbr.ghtml>. Acesso em 22 de julho de 2025.

⁶⁷ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/daniel-ricciardo-lamenta-caso-horner-espera-investigacao-resultado-justo/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

A quantidade de matérias opinativas assinadas por mulheres (11) é o ponto de partida para que se tenha noção da disparidade da produção. Moraes (2022) disserta sobre esse jornalismo com uma visão colonial, marcada por valores preconceituosos e uma objetividade contaminada pela visão de apenas um gênero. Nesse sentido, embora haja produção opinativa assinada por mulheres, a questão é se essa opinião está de fato marcada pelo gênero ou se não há diferença de uma produção não assinada. Dentre as 11 matérias opinativas, procura-se por matérias que tragam uma visão diferente ou que demonstre que a produção foi feita por uma mulher.

Ao longo das quatro etapas selecionadas para análise, alguns padrões foram detectados para a produção masculina, principalmente. Nas quatro ocasiões, o repórter Gabriel Curty assinou matérias que destacam cinco aprendizados de cada dia das etapas, a exemplo das matérias “5 coisas que aprendemos na sexta-feira do GP de Abu Dhabi da Fórmula 1 2024”⁶⁸ e “5 coisas que aprendemos no GP da Bélgica, 14ª etapa da Fórmula 1 2024”⁶⁹. Essa rotina revela uma valorização da opinião do jornalista, convocado todos os dias de todas as etapas para debater os detalhes, rendendo 12 das 13 matérias opinativas assinadas por Gabriel Curty.

Além da rotina de produção, é importante destacar a forma como o jornalista expõe os momentos de destaque. Embora pontue em todas as 12 matérias que “O GRANDE PRÊMIO separou cinco coisas que aprendemos no/a ...”, adota um tom coloquial nas suas análises, com termos próximos à oralidade e um tom de conversa, expondo sua opinião como se conversasse com alguém próximo.

Quietinha, Aston Martin surge no topo o dia todo. Será? Alonso pode até falar que a Aston Martin não está tão forte quanto em 2023. Talvez seja verdade, inclusive. Mas isso não quer dizer que o time esteja realmente mal. Longe disso. Os verdinhos estão rápidos, especialmente em volta rápida. Foram bem com pneus médios, bem também de macios. Em ritmo de corrida, sofrem com a concorrência do G4, mas nada também que seja humilhante. (Curty, 2024, *online*⁷⁰)

Tal atuação é comum no jornalismo esportivo, como já pontuado neste trabalho, entretanto, é mais comum em matérias assinadas por homens, que naturalmente carregam o olhar permitido pelo jornalismo e tem a chancela de expor sua opinião da forma que lhe for mais conveniente. Em contrapartida, o que é percebido na produção opinativa feminina é uma

⁶⁸ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/5-coisas-que-aprendemos-na-sexta-feira-do-gp-de-abu-dhabi-da-formula-1-2024/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

⁶⁹ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/5-coisas-que-aprendemos-no-gp-da-belgica-14a-etapa-da-formula-1-2024/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

⁷⁰ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/5-coisas-que-aprendemos-na-quinta-feira-do-gp-do-bahrein-da-formula-1-2024/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

exposição mais tímida das ideias, além de um processo de valorização menor dessa produção, percebida não apenas na quantidade de matérias, mas também em seus recortes.

De 11 matérias opinativas escritas por mulheres, 2 carregavam “Opinião GP” no título e outra dizia respeito a acontecimentos de temporadas passadas, sendo retomado em 2024⁷¹. Embora as publicações de Gabriel Curty pontuassem que o portal havia levantado aqueles momentos, não havia um marcador exposto no primeiro contato com a matéria, ou seja, na manchete, de que aquela opinião não seria do repórter.

No período de análise de cada GP, apenas duas matérias estavam com esse selo de opinião do portal: “Opinião GP: Mercedes pavimenta volta e entrega imprevisibilidade (até para si mesma)”⁷² e “Opinião GP: McLaren coroa reviravolta na própria história com título merecido na F1”⁷³, ambas assinadas por Evelyn Guimarães (ver Figura 2). Entretanto, o único indicativo de que o material havia sido produzido por uma mulher é o nome da autora disponível na página da notícia.

Figura 2: Exemplo de publicação de Evelyn Guimarães

Opinião GP: Mercedes pavimenta volta e entrega imprevisibilidade (até para si mesma)

A Mercedes venceu novamente na Fórmula 1 2024 e provou que está de volta ao páreo e que tem potencial para incomodar não só a Red Bull, mas especialmente a McLaren. É verdade que o triunfo no GP da Bélgica foi inesperado, porque a esquadra prata não figurava entre os favoritos e acabou por surpreender até a si própria, mas é igualmente certo dizer que a conquista acrescentou mais um elemento à enorme lista de fatores imprevisíveis que marcaram essa primeira parte de temporada



Evelyn Guimarães, de Curitiba
23/07/2024 09:00 64 Segs Fórmula 1

A MERCEDES ESTÁ DE VOLTA à luta por vitórias na **Fórmula 1**. Depois de amargar dois anos de frustração e derrota por conta das escolhas técnicas que fez diante do complexo regulamento do efeito solo, a esquadra alemã finalmente colhe os louros de uma intensa e dolorosa reestruturação. A transformação sofrida pelo **W15** ao longo dessa primeira parte de temporada foi certa e fundamental para o que se viu não só em **Spa-Francorchamps**, neste domingo (28), mas principalmente a partir do **GP do Canadá**. Neste período, foram três triunfos, duas poles e uma performance que foi se adaptando assertivamente aos diferentes circuitos. Portanto, o vencedor **Lewis Hamilton** tem razão quando vê o copo bem cheio em meio à doida perda de **George Russell** na Bélgica. Há, sim, “muitas coisas positivas a se tirar deste dia”. E a principal delas é: a imprevisibilidade, porque o time da estrela foi capaz de surpreender a si mesmo. Pelo resultado em si e até mesmo pelo erro primário da desclassificação.

Fonte: Portal Grande Prêmio.

⁷¹ Disponível em

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/lewis-hamilton-passagem-forcada-bastao-max-verstappen-derrota-mais-doida-carreira/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

⁷² Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/opinio-gp-mercedes-pavimenta-volta-entrega-imprevisibilidade-a-te-para-si-mesma/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

⁷³ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/opinio-gp-mclaren-coroa-reviravolta-propria-historia-titulo-merecido-f1/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

Quando os homens produziram matérias opinativas, apelaram para as brincadeiras e marcações que chegavam a caracterizar cada um, como o verificado nas publicações de Gabriel Curty e de outros, como Pedro Henrique Marum (Figura 3), que também produziu com marcadores de personalidade ao longo de sua matéria⁷⁴.

Figura 3: Exemplo de publicação de Pedro Henrique Marum

Verstappen lava cara com Fórmula 1 inteira, dispara sem dó e vence GP do Bahrein

A grande pergunta do período de intertemporada da Fórmula 1 era se alguém podia parar Max Verstappen. Se o GP do Bahrein servir de regra, não



Pedro Henrique Marum, do Rio de Janeiro
02/03/2024 13:35 Bahrein Fórmula 1

Alguém tem condições de superar o domínio desenfreado de Max Verstappen na Fórmula 1 ao longo na temporada 2024? Era a grande questão imposta desde o fim do campeonato passado e após os testes coletivos e o fim de semana que abriu a temporada. Neste sábado (2), a realidade se apresentou: cheia de dores para o grid e de delícias para o tricampeão. Verstappen disparou sem qualquer possibilidade de ser ameaçado e venceu o **GP do Bahrein** com requintes de crueldade.

Desta maneira, Verstappen conquistou a **55ª vitória em 186 GPs** disputados na carreira na categoria. Os números são impressionantes e tendem a ficar ainda mais assombrosos, visto que o Bahrein indica um poderio ainda maior do que vinha sendo mostrado nas atividades de pista em 2024.

Fonte: Portal Grande Prêmio.

Seja através de uma matéria extensa ou comentário opinativo, esse modelo de jornalismo traz como diferencial o destaque para quem está emitindo a opinião. Movimento percebido, por exemplo, quando ex-atletas são convidados para transmissões televisivas para completar o momento com seu conhecimento (Priante e Maluly, 2024). Entretanto, o que percebe-se nos momentos de opinião das repórteres no portal Grande Prêmio, a construção é padrão, guiada pelas noções da construção de uma matéria informativa.

Por reflexiva e situada, me refiro a um aspecto fundamental na discussão acerca do jornalismo de subjetividade: a compreensão de que, enquanto agentes sócio-históricos, não produzimos e reproduzimos um saber descorporificado, como sugeria e sugere a perspectiva cientificista-objetivista impregnada no jornalismo. (Moraes, 2022, p. 11)

O processo de divisão de pautas com maior relevância verificado nas matérias informativas também está presente nas opinativas. Dentre previsões para a temporada, mudanças de pilotos e atuações diferenciadas das equipes, apenas na prévia da última etapa — dentro do recorte desta pesquisa — que uma mulher (Luana Marino) assinou uma análise

⁷⁴ Disponível em:

<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/max-verstappen-lava-cara-formula-1-inteira-dispara-sem-do-vence-gp-do-bahrein-formula-1/>. Acesso em 16 de julho de 2025.

sobre o desfecho do campeonato dos construtores, na matéria “Ferrari × McLaren: o que cada uma precisa para ser campeã de Construtores da F1 2024”⁷⁵.

Em síntese, verifica-se uma valorização da voz masculina para informar ou opinar sobre a Fórmula 1, além de agregar mais marcadores da sua identidade nas matérias enquanto as mulheres adotam um tom mais neutro. No que diz respeito ao conhecimento do esporte, reflete a noção preconceituosa discutida ao longo do trabalho de que as mulheres não tem ou não podem expor de maneira clara que possuem tal conhecimento. Além disso, expõe que mesmo que as mulheres estejam presentes na cobertura, enfrentam o apagamento de suas opiniões através da adoção do tom neutro e padronizado imposto pelo jornalismo masculinizado por anos de construção.

⁷⁵ Disponível em:
<https://www.grandepremio.com.br/f1/noticias/ferrari-mclaren-cada-precisa-ser-campea-construtores-f1-2024/>.
Acesso em 16 de julho de 2025.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa demonstrou como as mulheres do Portal Grande Prêmio enfrentaram um apagamento da sua opinião no período analisado das etapas do Bahrein, Bélgica, Países Baixos e Abu Dhabi na temporada de 2024. Embora atuassem em todos os Grandes Prêmios, estavam em menor número e foram responsáveis por menos publicações opinativas, tendo sua voz utilizada preferencialmente para exposições de caráter “neutro”, ou seja, aqueles em que se deve apagar as marcas identitárias de quem escreve o texto. Essa análise reflete, portanto, a manutenção dos valores patriarcais no automobilismo e no jornalismo esportivo brasileiro, que subestima a capacidade desse grupo de atuar em esportes que exigem mais conhecimento técnico.

A categorização dos gêneros jornalísticos a partir de Marques de Melo e Assis (2016), Bertocchi (2005) e Seixas (2013), guia o levantamento das matérias que chegou a 322 publicações nas etapas do GP do Bahrein, GP da Bélgica, GP dos Países Baixos e GP de Abu Dhabi de 2024 contando a partir de um dia antes das atividades oficiais até o dia seguinte à corrida, totalizando 20 dias de publicações analisadas. Desse levantamento, 290 foram catalogadas como de “Informação” e 32 de “Opinião”. Além disso, ao todo, 12 homens assinaram matérias ao longo das quatro etapas, em contrapartida, apenas 3 mulheres se alternavam nas produções.

Para além dos números expostos acima, compreendemos como o Portal Grande Prêmio, aqui como representante do jornalismo esportivo digital, trata essas duas produções, tanto informativas quanto opinativas, respondendo, portanto, às questões sobre o que leva um gênero a assinar mais matérias e o outro a opinar menos, a partir de Moraes (2022). A autora debate sobre as noções de objetividade e subjetividade no jornalismo, trazendo também a noção de um jornalismo padronizado que traz noções coloniais — aqui embasadas por Lugones (2019).

Dessa forma, verificamos que além das mulheres assinarem menos matérias que os homens, mesmo em caráter informativo, estavam tratando de matérias de menor relevância e sem marcadores de gênero em sua produção. No que diz respeito às opinativas, além de produzirem menos, também aderiram a um tom padronizado e neutro, refletindo o apagamento de suas opiniões - mesmo que o gênero tenha como definição central a subjetividade da autoria.

Em suma, a pesquisa revela que o Portal Grande Prêmio, como reflexo do jornalismo esportivo brasileiro, reverbera a marginalização das vozes femininas, limitando sua participação e expressão de opiniões. A sub-representação numérica de mulheres e a

preferência por um tom neutro em suas publicações expõem a persistência de valores patriarcais no automobilismo, que desconsideram a capacidade feminina em áreas técnicas. Essa dinâmica, que se alinha a noções de objetividade e subjetividade e a um jornalismo padronizado com raízes coloniais, destaca a necessidade urgente de reavaliar as práticas editoriais que silenciam perspectivas diversas e perpetuam a hegemonia masculina nesse campo.

Este trabalho contribui para o debate na presença feminina na cobertura esportiva brasileira ao trazer o recorte específico da Fórmula 1 no meio digital. Abre a possibilidade para aprofundar nas rotinas de produção do esporte e também na presença de mulheres em cargos de liderança nesses veículos. No caso do Grande Prêmio, verificamos mulheres em cargos de chefia e editoração, mas não necessariamente essa representatividade foi refletida na produção das matérias, abrindo uma nova possibilidade de análise.

REFERÊNCIAS

- ADICHIE, Chimamanda Ngozi; ROMEU, J. **O perigo de uma história única**. São Paulo, Sp: Companhia Das Letras, 2020.
- AMBRAZAITYZĖ, Karolina. **Gender inequality discourse in motorsports media: the case of Formula Racing**. Dissertação (Mestrado em Future Media and Journalism). Faculty of Political Science and Diplomacy, Vytautas Magnus University. Kaunas, 2024.
- BARSOTTI, Adriana. CARVALHO, Júlia Da Cruz. Desigualdade de gênero no jornalismo esportivo impresso. **ALCEU**, v. 24, n. 52, p. 120–141, 30 maio 2024.
- BRAYBROOK, Rebecca. History of female F1 drivers - including grand prix starters and test drivers. **Autosport**. 8 de março de 2024. Disponível em: <https://www.autosport.com/f1/news/history-of-female-f1-drivers-including-grand-prix-starters-and-test-drivers/10584871/>. Acesso em 14 de maio de 2025.
- BERTOCCHI, Daniela. Gêneros jornalísticos em espaços digitais. In: SOPCOM 2005, Aveiro, Portugal, **Actas do 4º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação**, Universidade de Aveiro, Portugal, 20 e 21 de Outubro. 2005.
- BUENO, N. C.; MARQUES, J. C. Jornalismo esportivo e relações de gênero: o espaço para a participação feminina. **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v. 21, n. 45, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.13037/ci.vol21n45.6240>.
- CARVALHO, Carlos Alberto. Entendendo as narrativas jornalísticas a partir da tríplice mimese proposta por Paul Ricoeur. **Matrizes**, [s. l.], v. 6, n. jul-dez., p. 169–187, 2012.
- CERASOLI, Julianne. **Sete vencedores, de 4 equipes, mas só um Max**. Local: No paddock da F1, 1ª edição, 2024. E-book. Disponível em: <https://juliannecerasoli.com.br/baixe-o-ebook-da-temporada-2024/>. Acesso em 14 de abril de 2025.
- COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo. Editora Contexto. 4ª edição. 2024.
- COSTA, Leda Maria da. O que é uma torcedora? Notas sobre a representação e auto-representação do público feminino de futebol. **Esporte e Sociedade**, Rio de Janeiro, ano 2, n. 4, nov. 2006/fev. 2007. Disponível em: <https://www.leme.uerj.br/wp-content/uploads/2017/02/es405.pdf>.
- FREITAS, Eva Regina. Entrevista: Jornalista Eva Regina Freitas [nov. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Campo Grande: Palácio das Comunicações, 2015.
- GOMES, Itania Maria Mota. O infotainment e a Cultura Televisiva. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no Mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- GUERRA, Márcio de Oliveira. Entrevista: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra [set. 2015]. Entrevistador: Carlos Augusto Tavares Junior. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2015.
- HORN, Aline Tainá Amaral; LIMA, Myrian Regina Del Vecchio. João Canavilhas: pontuações e revisões sobre o jornalismo em uma cultura midiática digital. **Matrizes**, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 145-159, maio/ago. 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i2p145-159>.
- JÁCOME, Phellipy. MODERNIZAÇÃO COMO MANDATO: relações temporais coloniais em discursos autorreferentes do jornalismo brasileiro. In: **ANais DO 32º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS**, 2023, São Paulo. Anais eletrônicos..., Galoá, 2023. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/modernizacao-como-mandato-relacoes-temporais-coloniais-em-discursos-autorreferen?lang=pt-br>
- KOCHANE, J. et al. More than “just a driver”: A study of professional women race car drivers’ agency in motorsport. **Psychology of Sport and Exercise**, Cardiff, v. 52, p. 101838, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2020.101838>.

LAREDO, Paola. O jornalismo esportivo precisa se reinventar. **Revista Marta**. 1ª Edição. Junho de 2020. Disponível em <https://revistamarta.com/2020/06/20/editorial-1/>. Acesso em: 24 de setembro de 2024.

LEZOTTE, Chris. From Powder Puff to W Series: The Evolution of Women-Only Racing. (P. 247 - 270). In: STURM, Damion; WAGG, Stephen; ANDREWS, David L. **The History and Politics of Motor Racing: Lives in the Fast Lane**. Cham: Palgrave Macmillan Cham, 2023.

LÖSCH, S.; RAMBO, C. A.; FERREIRA, J. de L. La investigación exploratoria en el enfoque cualitativo en educación. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, Araraquara, v. 18, n. 00,e023141, 2023. e-ISSN: 1982-5587. DOI: <https://doi.org/10.21723/riace.v18i00.17958>

LUGONES, María. **Rumo a um feminismo decolonial**. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (Org.). **Pensamento feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

MATTHEWS, Jordan J. K.; PIKE, Elizabeth C. J. ‘What on Earth are They Doing in a Racing Car?’: Towards an Understanding of Women in Motorsport. **The International Journal of the History of Sport**, v. 33, n. 13, p. 1532-1550, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/09523367.2016.1168811>.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 39-56. jan./abr. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-5844201613>.

MCQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MORAES, Fabiana. **A pauta é uma arma de combate**. Porto Alegre: Arquipélago, 2022.

OLIVEIRA, M. T. de. Esporte e política na ditadura militar brasileira: a criação de um pertencimento nacional esportivo. **Movimento**, [S. l.], v. 18, n. 4, p. 155-174, 2012. DOI: 10.22456/1982-8918.32108. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/32108>. Acesso em: 16 jun. 2025.

PESSUTTI, G. U. Jornalismo esportivo digital: um levantamento analítico de autores, características e conceitos. **Revista Alterjor**, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 79-99, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2176-1507.v31i1p79-99>.

PRIANTE, Felipe e MALULY, Luciano Victor Barros. Comentário: a opinião dos ex-atletas no jornalismo esportivo. 2024, **Anais**. Balneário Camboriú: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2024. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/003227279.pdf>.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. Tomo I. Campinas: Papyrus, 1994.

ROCHA, Liana Vidigal e MALULY, Luciano Victor Barros. Webjornalismo esportivo: entre os espaços alternativos e os tradicionais. 2016, **Anais**. São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002793035.pdf>. Acesso em: 06 jul. 2025.

ROSS, Sally R.; RIDINGER, Lynn L.; CUNEEN, Jacquelyn. Drivers to divas: advertising images of women in motorsport. **International Journal of Sports Marketing and Sponsorship**, v. 10, n. 3, p. 7-17, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJSMS-10-03-2009-B003>.

SEIXAS, Lia. **Teorias de jornalismo para gêneros jornalísticos**. Galaxia. (São Paulo, Online), n. 25, p. 165-179, jun. 2013.

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo esportivo: conceitos e práticas**. 2009. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/22683>. Acesso em: 6 jul. 2025.

SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina Silva; Eurico Vizeu Pereira Junior, Alfredo. **Cobertura esportiva na televisão: jornalismo ou entretenimento?**. 2005. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em

Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3427>.

SOUZA JUNIOR, Arnaldo Oliveira. **Midiatização do jornalismo esportivo em ambiente digital**: interações entre produtores e receptores em blogs dos websites Espn-Estadão, Sportv, Placar e Lancenet. 2014. 221 p. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2014.

STURM, Damion. A glamorous and high-tech global spectacle of speed: Formula One motor racing as mediated, global and corporate spectacle. In: **Sports Events, Society and Culture**. Abingdon, Oxon, UK: Routledge, 2014. p. 68-82. Disponível em: <https://doi.org/10.4324/9780203528020-5>.

TAVARES JUNIOR, Carlos Augusto. Jornalismo esportivo: o que é. **Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 4, n. 2, p. 38 –59. Jul/Dez 2017.

TRAQUINA, Nelson. **Porque as notícias são como são**. 1. ed. Florianópolis, SC: Insular Livros, 2020. (Coleção Teorias do Jornalismo, v. 1). E-book. ISBN 978-65-86428-18-6.

VIMEIRO, Ana Carolina. PILAR, Olívia. SOUZA, Rafaela Cristina de. Quem são as mulheres do jornalismo esportivo brasileiro? Demografia, funções desempenhadas, veículos que as empregam e desafios interseccionais. GP Comunicação e Esporte, **Anais XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação**, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202321313364dd6a65f19c1.pdf.

WOLFF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999. Título original: *Teorie delle comunicazioni*. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo.