

**DEM TORER OM A GENTE!**  
**ANÁLISE DA COPA DO MUNDO FEMININA 2023 NAS REDES**  
**SOCIAIS DO GE**

**COME CHEER WITH US!**  
**ANALYSIS OF THE WOMEN'S WORLD CUP 2023 ON GE'S SOCIAL MEDIA**

Ana Lúcia Nishida Tsutsui <sup>1</sup>

**Resumo**

A cobertura jornalística do futebol de mulheres no Brasil tem passado por transformações nas últimas décadas. A presença da seleção brasileira de futebol feminino em competições internacionais, como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos, tem contribuído para aumentar a inserção do tema nos veículos de comunicação hegemônicos. A maior visibilidade midiática, entretanto, além de restrita e ocasional, não significa necessariamente maior apoio e valorização da modalidade junto à opinião pública. A análise de conteúdo quantitativa e qualitativa sobre a Copa do Mundo de 2023 nas redes sociais do *Globo Esporte (GE)*, portal de notícias esportivas do *Grupo Globo*, verificou a predominância de comentários machistas, misóginos e de depreciação por parte dos seguidores, o que indica que há, ainda, um longo caminho a percorrer no que tange à igualdade de gênero no cenário do futebol brasileiro.

**Palavras-chave**

Copa do Mundo Feminina; futebol de mulheres; GE; redes sociais.

**Abstract**

The journalistic coverage of women's football in Brazil has faced transformations in recent decades. The presence of the Brazilian women's national football team in international competitions, such as the World Cup and the Olympic Games, has contributed to increasing the inclusion of the topic in mainstream media. However, the increased media visibility, while limited and occasional, does not necessarily translate into greater support and appreciation for women's sports within common sense. A quantitative and qualitative content analysis of the 2023 Women's World Cup on GE's social media platforms, the sports news portal of the Globo Group, revealed the prevalence of sexist, misogynistic, and derogatory comments from followers. This indicates that there is still a long way to go in terms of gender equality in the Brazilian football scenario.

**Keywords**

Women's World Cup; women's football; GE; social media.

<sup>1</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru, professora da Universidade Anhembi Morumbi (UAM), analuciatsutsui@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0002-1763-8046>, <http://lattes.cnpq.br/1416957325023587>.

## Introdução

A cobertura jornalística do futebol de mulheres no Brasil passou por uma significativa transformação nas últimas décadas (Januário; Lima; Leal, 2020; Januário; Knijnik, 2022; Kessler; Costa; Pisani, 2022). Até recentemente, a visibilidade e o espaço dedicados ao futebol feminino nas mídias hegemônicas eram limitados ou inexistentes – e frequentemente estigmatizados (Almeida, 2016) – em contraste com o amplo destaque concedido ao futebol masculino (Lima; Brainer; Januário, 2019). Nos últimos anos, no entanto, temos observado um avanço positivo nesse cenário, mesmo que ele ainda esteja longe de ser igualitário (Goellner, 2005).

A presença da seleção brasileira de futebol feminino em competições internacionais, como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos, somada a outros fatores, tem contribuído para aumentar a inserção do tema nos veículos esportivos. Além disso, o debate sobre igualdade de gênero no esporte tem ganhado destaque na sociedade, impulsionando a discussão sobre a importância de uma cobertura equitativa para o futebol de mulheres.

Ao mesmo tempo, a comunicação digital, a crescente utilização das redes sociais e plataformas de *streaming* têm proporcionado novas experiências, influenciando as manifestações culturais associadas ao universo esportivo.

Frente a esse panorama, parte-se da seguinte indagação: Como se dará a cobertura da Copa do Mundo Feminina de 2023? O objetivo é compreender o futebol enquanto fenômeno, considerando seus aspectos sociológicos e históricos, além de analisar as relações entre esporte e gênero em perspectiva comunicacional e midiática.

Para tal ensejo, optamos por analisar as redes sociais *Facebook*, *Instagram*, *X*<sup>2</sup>, *YouTube* e *TikTok* do *GE* (globoesporte.com) – portal de notícias esportivas do *Grupo Globo*, maior conglomerado de mídia do País<sup>3</sup> e detentora dos direitos de transmissão do evento.

Metodologicamente, o trabalho baseia-se em pesquisa bibliográfica e na análise de conteúdo (Bardin, 1977). A fase de investigação teórico-empírica leva em consideração o período de 13 de julho a 27 de agosto de 2023. Por meio da análise quantitativa e qualitativa, foram selecionados, categorizados e analisados os posts, reações e comentários relacionados à competição.

## Breve histórico da cobertura do futebol de mulheres no Brasil

O futebol no Brasil, não diferentemente de outras esferas, desenvolveu-se no País centrado nas desigualdades de gênero. É importante lembrar que, proibido pelo Decreto-lei nº 3.199 (Brasil, 1941), de 14 de abril de 1941, o futebol praticado por mulheres passou a ser institucionalizado apenas na década de 1980.

2 No decorrer da pesquisa, mais precisamente no dia 23 de julho de 2023, a plataforma Twitter teve seu nome alterado para X (Tecmundo, 2023). Acesso em: 21 ago. 2023.

3 Disponível em: <https://grupoglobo.globo.com/>.

A história do futebol feminino no Brasil é representativa no que tange à trajetória de lutas de mulheres. Basta pensar que um esporte que começou a ser praticado pelas mulheres no país na década de 1920 precisou superar diversos obstáculos para ser permitido e “recomeçar” seu desenvolvimento apenas na década de 1980. Enquanto a seleção brasileira masculina era tricampeã mundial (1958, 1962, 1970), conquistava seu espaço na cultura popular, construía a imagem de craques e ídolos de gerações, além de uma pauta midiática importante, as mulheres encontravam-se à margem, buscando a oportunidade de praticar o futebol (Araújo, 2023, p. 42).

Conforme Araújo (2023, p. 43), “a regulamentação do futebol de mulheres no Brasil, pelo Conselho Nacional de Desportos, aconteceu em 1983, com a deliberação CND nº. 01”, sendo outro marco importante a primeira convocação da seleção brasileira de futebol feminino no ano de 1988.

Do ponto de vista midiático, mesmo considerando que os discursos jornalísticos não ocorrem de maneira linear ou uníssona, é possível identificar registros históricos que nos ajudam a caracterizar a cobertura jornalística do futebol de mulheres ao longo de sua trajetória: (1) década de 1930 – modalidade representada de forma caricatural, com tons de comédia e curiosidade, sem caráter de competição ou profissionalismo; (2) década de 1940 até a de 1970 – período de proibição, jornais combatendo a ideia do futebol para mulheres por meio de argumentos médicos de que a prática colocava em risco a saúde feminina; (3) década de 1980 – debate em torno da liberação do futebol feminino, com veículos posicionando-se a favor ou contra, objetificação e sexualização do corpo das atletas; (4) décadas de 1990 e 2000 – reprodução de estereótipos, reforço de padrões de beleza e feminilidade, comentários sobre a vida pessoal das jogadoras em detrimento de seu desempenho técnico (Mourão; Morel, 2005; Araújo, 2023).

O surgimento e a popularização das redes sociais, especialmente a partir de 2010, adicionou novos ingredientes a um cenário antes dominado pelos veículos hegemônicos, pertencentes aos principais conglomerados de mídia do País.

De acordo com Recuero (2015, p. 291):

As chamadas “redes sociais na internet” são representações de grupos sociais, constituídas com o apoio dos sites de rede social (Recuero, 2009). São estruturas estabelecidas através da apropriação desses sites que, por sua vez, constituem-se em ferramentas que permitem aos atores a construção de um perfil individual e a publicação de suas conexões sociais (Boyd & Ellison, 2007). Dizemos que tais redes são metafóricas porque a estrutura das redes sociais, na verdade, compreende elementos de desgaste e interação constitutiva dos laços que não necessariamente estão presentes online. Assim, na internet, as redes sociais são transcritas não de forma análoga ao off-line, mas reinterpretadas e reconstruídas com características novas e com novas implicações. Essas implicações apontam para redes sociais mais amplas e mais complexas, com a emergência de novos valores simbólicos e novas formas de acesso a eles (Ellison, Steinfeld e Lampe, 2008), novos modos de conexão (Rosen, Steffanone e Lackaff, 2010) e a construção de novas audiências (Bernstein *et al.*, 2013).

Esse “poder” concedido aos usuários provoca mudanças profundas na produção, na circulação e no consumo de informações, marcando a perda do monopólio das grandes mídias tradicionais.

O resultado na união dessas novidades é que o compartilhamento de informações nas sociedades de massa contemporâneas vem migrando do broadcasting unidirecional das empresas de comunicação ao micro-casting multidirecional e dos usuários das redes, em que cada um dos participantes tem a liberdade para se conectar aos demais, ao mesmo tempo em que desaparece o conceito de centralidade: nas redes sociais, o centro está em todas as partes (Romanini, 2012, p. 62).

Não se pretende aqui, entretanto, defender a ideia de “nova democracia em tempo real” (Lévy, 1998) proporcionada pelas redes. Após três décadas de exploração comercial da internet, tanto a vertente em torno das promessas libertárias das redes digitais, quanto a corrente que alerta para suas ameaças de controle, manipulação e desinformação parecem-nos insuficientes. De um extremo a outro, entendemos que os ambientes digitais multiplicaram as possibilidades de vozes sobre os mais diferentes temas e contextos, colocando novos e velhos atores em permanente transformação, negociação e conflito.

## Copa do Mundo Feminina 2023

A nona edição do torneio mundial de seleções femininas foi a primeira a ocorrer em dois países simultaneamente. Austrália e Nova Zelândia sediaram as competições entre 20 de julho e 20 de agosto de 2023, tendo a Espanha conquistado seu primeiro título em uma final inédita contra a seleção inglesa no Estádio Olímpico de Sydney.

Havia grande expectativa em relação à Copa de 2023. Isso porque, quatro anos antes, a edição ocorrida na França foi marcada por reivindicações de mudanças para o futebol de mulheres e considerada um marco na busca pela equidade de gênero nessa modalidade esportiva.

Por meio de fatos, iniciativas e resultados como os apontados – primeira participação da seleção jamaicana, protesto por equidade, lançamento de uniformes exclusivos, movimentação de patrocinadores e números positivos de vendas de ingressos –, é possível perceber que, em 2019, a Copa do Mundo alcançou alguns feitos nunca antes vistos para competição em questões de visibilidade e estrutura, o que pode indicar um momento de desenvolvimento para o futebol feminino, de um salto em uma trajetória em busca de equidade de gênero e mais condições estruturais, midiáticas e esportivas (Araújo, 2023, p. 80).

Em entrevista coletiva realizada em 5 de julho de 2019, em Lyon, França, o presidente da Fifa, Gianni Infantino, comemorou os resultados, chegando a afirmar que haveria “um antes e o depois da Copa de 2019 no futebol feminino” (Lance!, 2019).

Na ocasião, o dirigente apresentou cinco propostas para a modalidade. Entre elas: a criação de um Mundial de Clubes; uma Liga Mundial Feminina (como a Liga das Nações na Europa); o aumento do número de seleções na Copa de 2023 de 24 para 32; dobrar premiações e dobrar o investimento no desenvolvimento do esporte para 1 bilhão de dólares.

Apenas duas das cinco metas foram atingidas e/ou superadas. Em 2023, o torneio contou com 32 equipes (oito a mais em relação ao evento anterior), com 64 jogos disputados (doze a mais do que na França); e houve aumento da premiação total de US\$ 30 milhões (2019) para US\$ 110 milhões (UOL, 2023).

Em termos de audiência, outros recordes foram divulgados. Segundo a entidade, quase dois milhões de torcedores assistiram aos jogos nos estádios; dois bilhões de pessoas acompanharam a competição em todo o mundo; e as plataformas digitais da Fifa receberam mais de 50 milhões de visitantes ao longo do torneio (um aumento de 130% em relação a 2019) (Band, 2023).

No Brasil, o direito de transmissão dos jogos, assim como em 2019, foi adquirido pelo *Grupo Globo*<sup>4</sup>. A emissora, no entanto, em vez de comprar o direito a todas as partidas, garantiu a transmissão de apenas metade: 34 jogos nos canais SporTV e 7 na rede aberta, dando preferência para os confrontos da seleção brasileira.

No *streaming*, a exemplo do ocorrido no mundial masculino do Qatar, em 2022 – quando o *streamer* Casimiro Miguel surpreendeu o mercado esportivo quebrando o monopólio comercial da Globo –, as partidas foram transmitidas por *Globoplay* e *GE*, *CazéTV* e *Fifa+* (Máquina do Esporte, 2023).

Em um empate de 0 a 0 contra a Jamaica, a seleção brasileira – participante de todas as edições desde 1991 – despediu-se precocemente da competição, sendo eliminada ainda na fase de grupos. O Brasil venceu o Panamá em sua estreia (4x0), perdeu para a França (1x2) e empatou com a Jamaica (0x0), terminando em terceiro lugar no Grupo F, com apenas quatro pontos (O Globo, 2023).

## GE e redes sociais: procedimentos metodológicos e resultados de pesquisa

De acordo com institucional do Grupo Globo, “o ge é o portal de esportes da Globo e líder de audiência no jornalismo esportivo digital no Brasil”. Inicialmente conhecido como *globoesporte.com*, o veículo foi lançado no dia 23 de abril de 2005 com o objetivo de reunir o conteúdo esportivo de todos os canais Globo (*ge.globo.com*, 2023). Ainda conforme o grupo, o portal “atinge em média mais de 35 milhões de usuários por mês [...], conta com redações em todos os estados do Brasil, está presente nas principais redes sociais e tem versões para aplicativos IOS e Android” (*Ibdem*).

4 De acordo com Januário, Lima e Leal (2020, p. 43-44), “na história das Copas, há registros da transmissão de algumas partidas na programação do canal fechado ESPN Brasil, em 2003, e TV Bandeirantes, em 2007. Em 2015, o torneio foi transmitido pelo canal público TV Brasil, pelo canal de TV aberta Bandeirantes e pelo canal pago SporTV”. Em 2019, a TV Globo, líder de audiência no País, transmitiu pela primeira vez todos os jogos do Brasil na sua grade de programação na TV aberta.

A escolha do GE como objeto de pesquisa, todavia, deu-se não apenas por seu alcance e representatividade, mas também por ser a Globo detentora dos direitos de transmissão da Copa Feminina 2023 no Brasil. Foram consideradas todas as cinco redes sociais em que o GE possui um perfil oficial: *Facebook*, *Instagram*, *X*, *Youtube* e *TikTok*. Abaixo, alguns dados sobre cada um deles:

**Tabela 1 – Dados sobre os perfis do GE nas redes sociais**

|                  | Perfil    | Data de criação | Nº de seguidores |
|------------------|-----------|-----------------|------------------|
| <i>Facebook</i>  | ge.globo  | Dezembro 2007   | 9,3 milhões      |
| <i>X</i>         | @geglobo  | Dezembro 2007   | 6,5 milhões      |
| <i>Instagram</i> | @ge.globo | Junho de 2014   | 4 milhões        |
| <i>Youtube</i>   | @geglobo  | Agosto de 2020  | 4,2 milhões      |
| <i>TikTok</i>    | @geglobo  | Março de 2022   | 2,7 milhões      |

Fonte: As informações foram colhidas nas páginas dos perfis em agosto de 2023

O *corpus* de análise compreendeu o período de 13 de julho a 27 de agosto de 2023, uma semana antes e uma semana após a realização do evento, ocorrido entre 20 de julho e 20 de agosto de 2023. A intenção foi abarcar não apenas a Copa em si, mas também verificar se foi gerado engajamento pré e pós acontecimento.

Optou-se pela análise de conteúdo como método uma vez que o volume de dados era substancial. Bardin, autora-referência no Brasil em pesquisas que adotam a AC como técnica de análise de dados, assim a conceitua:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 1977, p. 42).

A cientista estabelece três fases na organização e processamento dos dados: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação (*Ibdem*).

Mesmo não sendo uma abordagem nova, a análise de conteúdo confirma-se como metodologia apropriada à análise de redes sociais. Nas palavras de Recuero (2015, p. 289-290):

Pouco ainda se estuda, hoje, a respeito dos discursos que são legitimados e reproduzidos nos sites de rede social e seus impactos na sociedade, de modo particular, no Brasil. [...] Assim, embora milhares de tweets, posts no Facebook, mensagens etc. sejam publicados todos os dias e circulem pelas mais variadas esferas sociais, pouco se faz no sentido de compreender seus efeitos e impactos, suas condições

de produção e, mesmo, às formações discursivas que se filiam. Isso se deve à complexidade dos designs metodológicos necessários para tais estudos, especialmente no que diz respeito à coleta e análise dos dados em larga escala.

Neste sentido, a Análise de Conteúdo (AC) tem sido cada vez mais utilizada por diversas áreas para compreender e debater os discursos que são espalhados pelo ciberespaço. A junção dos elementos dos públicos mediados (Boyd, 2010) e notadamente, a permanência das interações e sua "buscabilidade", bem como a disponibilidade dos dados das "falas" de milhares de atores nos sites de rede social (Boyd & Ellison, 2007) têm dado o tom para o crescimento dessas abordagens.

A pesquisadora fundamenta:

Krippendorff (2012) explica que há três características que distinguem a abordagem "contemporânea" da AC de outras formas de estudo. A primeira delas é sua fundamentação empírica, que privilegia especialmente os textos, procurando compreender seu sentido para os atores sociais. A segunda é a transcendência das noções de símbolo, conteúdo e intenções. Krippendorff explica que é preciso enfatizar mensagens, canais, comunicações e sistemas. O terceiro elemento é o desenvolvimento metodológico, que teria características um pouco diferenciadas, como o foco em grandes conjuntos de dados e contextos mais amplos e complexos. A AC, assim, é uma técnica de pesquisa para construir "inferências" a partir de textos para seus contextos de uso (Krippendorff, 2012, p. 24 apud Recuero, 2015, p. 295-296).

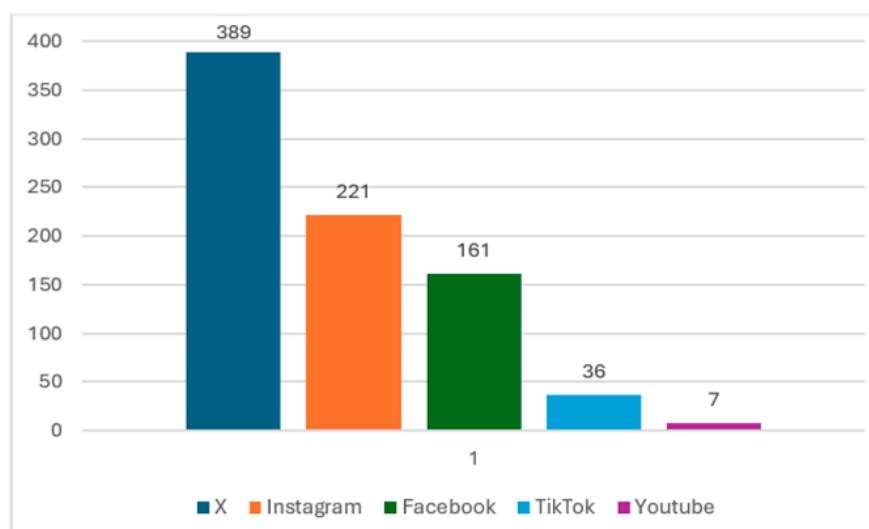
Partindo dessas premissas, os procedimentos ocorreram em duas fases. Na primeira, quantitativa, foi feito o mapeamento e a tabulação de todas as postagens relativas à Copa do Mundo Feminina nas cinco redes citadas. Nessa etapa, foram identificados textos, data de postagem, quantidade de curtidas ou reações, compartilhamentos, alcance e comentários.

Na segunda fase, qualitativa, observou-se tipo de conteúdo, linguagem das publicações, utilização de *emojis*, *hashtags* e elementos multimídia (fotos, *links*, enquetes, artes, vídeos), as datas em que houve maior volume de postagens e as que alcançaram maior repercussão.

Ao longo da pesquisa, dois critérios de análise não previstos inicialmente foram incorporados: a comparação do total de postagens versus as postagens sobre a Copa de 2023; e a análise qualitativa dos comentários feitos pelos seguidores.

O X foi a rede com maior volume de postagens sobre a Copa do Mundo Feminina 2023 (389), seguida pelo *Instagram* (221) e pelo *Facebook* (161). O *TikTok* apresentou uma produção secundária (36 vídeos); e a cobertura no *Youtube* pode ser considerada inexistente – apenas sete vídeos, sendo todos reproduções do conteúdo televisivo da emissora (uma matéria do *Fantástico*, duas do *Jornal Nacional* e três do *SporTV*).

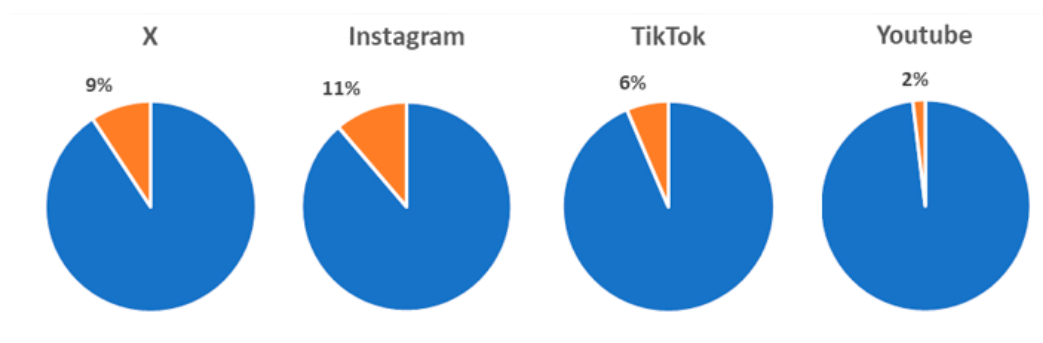
**Gráfico 1 – Total de postagens (13 jul. a 27 ago. 2023)**



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

No cálculo percentual, considerando o mesmo período, o Instagram fica em primeiro lugar com 11% (221 de 1747 postagens) dedicados à Copa Feminina 2023; o X aparece na segunda posição com 9% (389 de 3804); o TikTok, em terceiro com 6% (36 de 527 vídeos); e o YouTube vem por último, apenas 2% (7 de 360 vídeos).

**Gráfico 2 – Comparativo de postagens: total x Copa Feminina 2023<sup>5</sup>**

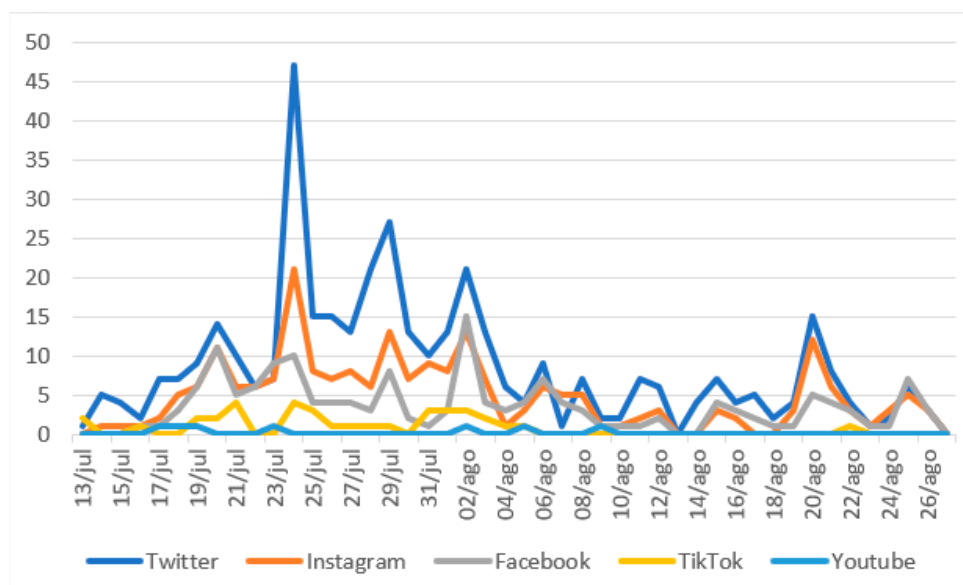


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

No gráfico a seguir, vemos a quantidade de postagens sobre a Copa Feminina 2023 em cada rede, dia a dia.

<sup>5</sup> Como explicado, este critério de pesquisa foi definido a posteriori. Não foi possível resgatar o total de postagens do Facebook em função de sua limitação no sistema de busca e rolagem da página. Entendemos, entretanto, que a ausência do dado não prejudica a intenção da investigação.

Gráfico 3 - Quantidade de postagens por dia e perfil



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Contrariando as hipóteses iniciais, os dias com maior volume de conteúdo não ocorreram nem na abertura (38 postagens/vídeos) nem na final do campeonato (32 postagens/vídeos), mas, sim, nos dias de atuação da seleção brasileira: a estreia, em 24 de julho, contra o Panamá (82 postagens/vídeos); o jogo contra a França, em 29 de julho (49 postagens/vídeos); e a partida contra a Jamaica, em 2 de agosto (53 postagens/vídeos), data em que o Brasil se despediu da competição.

É interessante notar que, mesmo sendo o perfil do GE no *Facebook* um dos primeiros a ser criado e o que apresenta maior número de seguidores, a estratégia de redes sociais não privilegiou essa rede na cobertura da Copa. Considerando as três principais plataformas utilizadas (*X*, *Instagram* e *Facebook*), o conteúdo apresentado na página do *Facebook* foi o que recebeu menor atenção por parte do Grupo Globo. Cem por cento das postagens mapeadas seguiram o mesmo padrão: texto-manchete, foto e *link* para matéria do portal GE. Não houve ocorrência de vídeos nem de outros elementos multimídia.

Uma hipótese seria o declínio da plataforma, que, em 2022, registrou a primeira queda em 18 anos na quantidade de usuários diários. Segundo especialistas (Insper, 2022), uma das principais razões seria a perda de popularidade especialmente entre os jovens (13 a 17 anos), que estariam migrando para redes como *TikTok* e *YouTube*. A possibilidade é refutada, entretanto, uma vez que o *X* também tem demonstrado declínio e foi a rede mais utilizada. Ao mesmo tempo, como visto, *TikTok* e *YouTube* foram pouco ou nada explorados.

Em termos de engajamento, o *Facebook* fica à frente de *X* e *Instagram*. A postagem de maior repercussão nos três perfis ocorreu no dia 2 de agosto de 2023, data em que o Brasil foi eliminado da Copa. Na Tabela a seguir, trazemos o comparativo:

Tabela 2 - Postagem mais comentada

|           | Data       | Texto                                                                           | Comentários | Reações ou curtidas                                        |
|-----------|------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------------|
| Facebook  | 02/08/2023 | Valeu, meninas!!!<br>Vocês são gigantes!!! 🧡💛<br>📷 Getty Images                 | 24 mil      | 45 mil                                                     |
| X         | 02/08/2023 | Valeu, meninas!!!<br>Vocês são gigantes!!! 🧡💛<br>#copadomundo<br>📷 Getty Images | 7,9 mil     | 9,5 mil                                                    |
| Instagram | 02/08/2023 | Valeu, Brasil!<br>🧡💛 #ge<br>#futebol<br>#copadomundo<br>📷 Getty Images          | 6,4 mil     | Apenas o administrador pode ver o número total de curtidas |

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Figura 1 - Imagem da postagem mais comentada



Fonte: O mesmo card foi postado nas três redes.  
 Facebook: <https://encurtador.com.br/dpsZ8>.  
 X: <https://encurtador.com.br/lnwNR>.  
 Instagram: <https://encurtador.com.br/tNY47>

Em linhas gerais, o conteúdo apresentado pelos três perfis seguiu características semelhantes, com pequenas variações. As postagens concentraram-se no anúncio das partidas, resultados dos jogos, jogadoras-destaque e curiosidades, não sendo no-

tados conteúdos textuais ou fotográficos de erotização das atletas nem expressões de cunho machista, como “musas”.

A jogadora Marta recebeu ênfase tanto nos textos quanto nas fotos, sendo mencionada como “rainha”, “referência” e “ícone”, como podemos ver na seleção a seguir:

**Tabela 3 - Exemplos de postagens sobre Marta**

| Data       | Rede      | Texto-chamada                                                                                                                                                                                                                                        | Link                                                                                                                                                                                                              |
|------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13/07/2023 | X         | Rainha na área! 🏆 Última Copa do Mundo, planos para o futuro e muitas revelações (...)                                                                                                                                                               | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1679635568337223681">https://twitter.com/geglobo/status/1679635568337223681</a>                                                                                       |
| 14/07/2023 | Instagram | Rainha @martavsilva10 na área! 🏆 Última Copa do Mundo, planos para o futuro e muitas revelações para o @andregallindoag                                                                                                                              | <a href="https://www.instagram.com/reel/CurVAkJoS5c/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/CurVAkJoS5c/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a> |
| 16/07/2023 | X         | O próximo projeto da maior de todos os tempos não é no futebol: Marta revelou ao Esporte Espetacular deseja ser mãe! 🤰 Esse papo foi pura emoção, hein? 🏆                                                                                            | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1680630480956162048">https://twitter.com/geglobo/status/1680630480956162048</a>                                                                                       |
|            | Instagram | Confira a entrevista na íntegra com a Rainha                                                                                                                                                                                                         | <a href="https://www.instagram.com/reel/CuxA5Kdhir5/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/CuxA5Kdhir5/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a> |
|            | TikTok    |                                                                                                                                                                                                                                                      | <a href="https://vm.tiktok.com/ZM6QwdFt1/">https://vm.tiktok.com/ZM6QwdFt1/</a>                                                                                                                                   |
| 20/07/2023 | X         | Marta deve ficar no banco em estreia da Seleção na Copa do Mundo Feminina. Confira provável escalação do Brasil                                                                                                                                      | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1682081985362001921">https://twitter.com/geglobo/status/1682081985362001921</a>                                                                                       |
| 21/07/2023 | TikTok    | De arrepiar! Marta mostrou as surpresas que recebeu em uma ação da CBF muito emocionada. A Rainha recebeu cartas (...)                                                                                                                               | <a href="https://vm.tiktok.com/ZM6QwoT3p/">https://vm.tiktok.com/ZM6QwoT3p/</a>                                                                                                                                   |
| 23/07/2023 | X         | Marta, sobre título inédito da Copa do Mundo: “É agora ou nunca”                                                                                                                                                                                     | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1683099648964042754">https://twitter.com/geglobo/status/1683099648964042754</a>                                                                                       |
| 24/07/2023 | X         | 🏆 🏆 Referência! Jogadoras do Panamá tietam Marta após vitória do Brasil na Copa do Mundo Feminina                                                                                                                                                    | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1683488376626749443">https://twitter.com/geglobo/status/1683488376626749443</a>                                                                                       |
| 24/07/2023 | Instagram | Não tem jeito, a Rainha é a Rainha pra todo mundo! 😊😊😊 Marta foi tietada pelas jogadoras do Panamá após a partida, e a adm só pensa que queria uma foto com ela também 🤔 Saiba mais no link da bio! #ge #CopadoMundo #seleçãobrasileira #marta #foto | <a href="https://www.instagram.com/p/CvFhg_AhPxm/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/CvFhg_AhPxm/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>       |

|            |           |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                             |
|------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 24/07/2023 | Instagram | A RAINHA TÁ EM CAMPO! 🏆🏆🏆 Marta começa oficialmente a sexta Copa do Mundo de sua carreira! Ela bem podia deixar um golzinho, hein... 🗨️ #ge #CopadoMundo #seleçãobrasileira #foto                                                                                                    | <a href="https://www.instagram.com/p/CvFJMpCMoWP/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/CvFJMpCMoWP/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a> |
| 25/07/2023 | Facebook  | Ex-jogador de futsal, Falcão também analisa última copa da Rainha Marta: "Merece um título"                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                             |
| 26/07/2023 | X         | Brasileira que vive na Austrália relata emoção de acompanhar última Copa de Marta: "Energia surreal"                                                                                                                                                                                 | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1684190618338185216">https://twitter.com/geglobo/status/1684190618338185216</a>                                                                                 |
| 28/07/2023 | X         | Marta inspira novas gerações na França, rival do Brasil na Copa: "Ela é um ícone do futebol"                                                                                                                                                                                         | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1684915358442889216">https://twitter.com/geglobo/status/1684915358442889216</a>                                                                                 |
| 01/08/2023 | Instagram | Agora temos referências 🥹 Marta chorou ao comentar sobre o seu papel na evolução do futebol feminino mundial Sempre sendo a rainha! #ge #futebol #copadomundo #frase                                                                                                                 | <a href="https://www.instagram.com/p/CvZ2tO4g-CM/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/CvZ2tO4g-CM/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a> |
| 02/08/2023 | X         | Marta dá adeus à #CopaDoMundo como maior artilheira da história 🏆 Veja números da carreira                                                                                                                                                                                           | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1686718043911581697">https://twitter.com/geglobo/status/1686718043911581697</a>                                                                                 |
| 02/08/2023 | Instagram | Marta mostrando o motivo de ser a Marta do futebol. Uma rainha 🇧🇷🏆 #ge #futebol #copadomundo #marta #numeros                                                                                                                                                                         | <a href="https://www.instagram.com/p/Cvcu9ScMmsF/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/Cvcu9ScMmsF/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a> |
| 06/08/2023 | X         | Emocionada, Rapinoe lembra de Marta na sua despedida das Copas: "A alegria com que ela joga. Nunca vi nada igual"                                                                                                                                                                    | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1688188173787262981">https://twitter.com/geglobo/status/1688188173787262981</a>                                                                                 |
| 06/08/2023 | Instagram | Uma gigante exaltando a Rainha! 🏆 Após a eliminação nos pênaltis para a Suécia, que marcou também sua despedida de Copas do Mundo, Megan Rapinoe relembrou a declaração de Marta na véspera do jogo diante da Jamaica em que comentou sobre o crescimento do futebol feminino. [...] | <a href="https://www.instagram.com/p/Cvm4-0ThgyT/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/Cvm4-0ThgyT/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a> |

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

A técnica da seleção brasileira, Pia Sundhage, também apareceu com frequência. No início da competição, de forma positiva e humanizada; após a eliminação do Brasil, de forma crítica e ameaçada.

**Tabela 4 – Exemplos de postagens sobre Pia**

| <b>Data</b> | <b>Rede</b>   | <b>Texto-chamada</b>                                                                                                                                                   | <b>Link</b>                                                                                                                                                                                                       |
|-------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 24/07/2023  | X             | Pia diz que vai pagar jantar de Ary Borges: "Fez um hat-trick"                                                                                                         | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1683494747728478214">https://twitter.com/geglobo/status/1683494747728478214</a>                                                                                       |
| 24/07/2023  | X             | Pia comemora atuação do Brasil e faz pedido: "Mantenham a alegria"                                                                                                     | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1683555648670138369">https://twitter.com/geglobo/status/1683555648670138369</a>                                                                                       |
| 27/07/2023  | X             | Pia Sundhage vê Brasil preparado para encerrar escrita contra França: "Temos uma grande chance"                                                                        | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1684549572838785026">https://twitter.com/geglobo/status/1684549572838785026</a>                                                                                       |
| 28/07/2023  | Instagram     | Todo o carisma de Pia Sundhage, técnica da Seleção, cantando Alceu Valença 🥳 #ge #CopadoMundo #seleçãobrasileira #reels                                                | <a href="https://www.instagram.com/reel/CvQBWKdPt9y/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/CvQBWKdPt9y/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a> |
| 28/07/2023  | TikTok        | Todo carisma de Pia Sundhage, técnica da Seleção, cantando Alceu Valença                                                                                               | <a href="https://vm.tiktok.com/ZM6QojxsM/">https://vm.tiktok.com/ZM6QojxsM/</a>                                                                                                                                   |
| 29/07/2023  | X             | Pia quer Brasil feliz para jogo com a Jamaica e lamenta: "Erros acontecem"                                                                                             | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1685274239606169600">https://twitter.com/geglobo/status/1685274239606169600</a>                                                                                       |
| 02/08/2023  | Facebook      | Pia admite demora para fazer substituições no Brasil: "Um pouco tarde"                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                   |
| 02/08/2023  | X<br>Facebook | Ana Thais Matos critica Pia e jogadoras do Brasil após eliminação: "Sem personalidade"                                                                                 | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1686712021218197505">https://twitter.com/geglobo/status/1686712021218197505</a>                                                                                       |
|             |               | Concorda? <br><a href="http://glo.bo/3qhANaz">http://glo.bo/3qhANaz</a>             |                                                                                                                                                                                                                   |
| 02/08/2023  | X             | Rafaella, sobre Pia: "Se tiver alguém com mais qualidade, o feminino merece isso" #copadomundo                                                                         | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1686724879532376064">https://twitter.com/geglobo/status/1686724879532376064</a>                                                                                       |
| 02/08/2023  | Facebook      | "Parabéns, Pia": treinadora vira alvo nas redes após eliminação do Brasil                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                   |
| 02/08/2023  | X             | Presidente da CBF irá analisar de cabeça fria situação de Pia Sundhage após eliminação<br><br>Veja detalhes: <a href="http://glo.bo/44OYqGh">http://glo.bo/44OYqGh</a> | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1686726590959403008">https://twitter.com/geglobo/status/1686726590959403008</a>                                                                                       |

|            |           |                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                             |
|------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 04/08/2023 | X         | O #RedaçãoSportv atualiza o caminho da seleção brasileira de volta ao Brasil e traz informações sobre a permanência ou não da técnica Pia Sundhage #CopaDoMundo                            | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1687456429085433856">https://twitter.com/geglobo/status/1687456429085433856</a>                                                                                 |
| 09/08/2023 | Instagram | O presidente da CBF, Ednaldo Rodrigues, vai definir o futuro da seleção brasileira feminina no início da próxima semana. A permanência da técnica Pia Sundhage está sob grande risco (...) | <a href="https://www.instagram.com/p/CvuhY_FO95a/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFlZA==">https://www.instagram.com/p/CvuhY_FO95a/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFlZA==</a> |
| 09/08/2023 | YouTube   | Futuro de Pia Sundhage no comando da seleção será definido na próxima semana                                                                                                               | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=wGmCu7jl3Qk">https://www.youtube.com/watch?v=wGmCu7jl3Qk</a>                                                                                                       |
| 09/08/2023 | X         | Permanência de Pia é improvável, e nomes de Arthur Elias e Emily Lima aparecem como os mais cotados                                                                                        | <a href="https://twitter.com/geglobo/status/1689288786046230528">https://twitter.com/geglobo/status/1689288786046230528</a>                                                                                 |

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

A linguagem empregada nas postagens pode ser considerada híbrida, isto é, ela trouxe elementos do jornalismo clássico em suas chamadas (exemplos: "Nova Zelândia abre a Copa do Mundo contra Noruega" ou "Pia fecha o treino pelo terceiro dia seguido"), ao mesmo tempo que incorporou aspectos próprios da linguagem das redes digitais: uso de hashtags (#ge #copadomundo #copadomundofeminina #seleçãobrasileira #resultados #futebol #vocêsabia, entre outras); emojis (😄😍😘😬😂💚⚽🏆👁️👁️👑👉🔥📷🎵), verbos imperativos (Confira; Veja; Saiba mais; Clique; Acesse; Acompanhe; Assista; Fique por dentro; Fiquem ligados); exclamações, interrogações e uso de maiúsculas (Alô, Brasil!; DEU ESTADOS UNIDOS!; DEU CHINA!; Classificadas!; E aí, Alline Calandrini?; Demais, hein?; E o futuro da seleção feminina?).

Os perfis do GE apresentaram uma postura entusiasta em relação à Copa, de apoio e valorização, sendo o conteúdo do Instagram o mais eufórico, com frases como: "Vem torcer com a gente!"; "Falta MUITO pouco, amiigo! 🤪🤪🤪"; "De arrepiar! "; "Tá chegando a hora!"; "É O TERCEIRO DO BRASAAAA!"; "A RAINHA TÁ EM CAMPO! 🏆"; "Ela é DEMAIS! 🤪🤪🤪"; "Pura emoção! "; "Que dia de Copa, meus amigos! 🔥 🔥 🔥".

O uso de fotos prevaleceu em relação aos vídeos e às artes. Não houve incidência de gráficos nem tabelas. As fotos utilizadas foram provenientes de fontes como Getty Images, Fifa, CBF, além das agências internacionais Reuters, EFE, AFP e outras, o que indica que não havia uma equipe própria realizando a cobertura fotográfica do evento<sup>6</sup>.

6 De acordo com informações divulgadas pela Globo, 12 profissionais foram enviados à Austrália: o repórter Marcelo Courrega, a produtora Cintia Barlem; a repórter cinematográfica Franciane Dahm; a apresentadora Bárbara Coelho; a comentarista Renata Mendonça; as repórteres Gabriela Moreira e Denise Thomaz Bastos; os repórteres cinematográficos Letícia Marotta e Thalisson Araújo; o produtor Allan Caldas; a chefe da cobertura Roberta Nomura; e a produtora de planejamento Stephanie Buckley (GE, 2023).

Sobre a estratégia de mídia social, fica claro que não houve um planejamento integrado das plataformas. Os cinco perfis foram trabalhados de forma isolada, com significativa repetição dos conteúdos. A quase totalidade das postagens esteve associada à cobertura do portal GE, com poucos conteúdos originais, ou seja, elaborados exclusivamente para as redes sociais.

A exceção foram os cards de comemoração de gol, placar de jogo, resultados do dia, chaveamento e aspás, com artes próprias, além dos poucos vídeos com análises da equipe de social media do GE.

**Figuras 2, 3, 4, 5, 6 e 7 - Cards produzidos pela equipe do GE para suas redes sociais**



Fonte: Montagem da autora. Apresenta respectivamente: Card comemoração gol; Card placar jogo; Card resultados do dia; Card chaveamento; Card aspás; Vídeo análise

Nesse sentido, é possível afirmar que as redes assumem uma posição secundária frente ao portal de notícias. Em última instância, elas servem como iscas com o objetivo de atrair tráfego para as matérias do site. O fato de não haver moderação dos comentários nas plataformas fortalece essa tese. Não se efetiva a construção de uma brand persona ou de um posicionamento de marca.

Em relação aos comentários dos seguidores, como explicado anteriormente, de início a análise desse critério não constava entre os objetivos do trabalho. Ao longo da pesquisa, entretanto, chamou a atenção seu teor, e os mesmos passaram a integrar a investigação.

Mesmo havendo manifestações de apoio entre as postagens, sobressaíram os textos de depreciação, preconceito, escárnio, machismo e misoginia, presentes nos cinco perfis, como podemos verificar nos fragmentos a seguir:

**Figura 8 – Exemplo de comentários no X do GE**



Fonte: Reprodução X @geglobo: <https://twitter.com/geglobo/status/1680984498123448322>

**Figura 9 – Exemplo de outro comentário no X do GE**



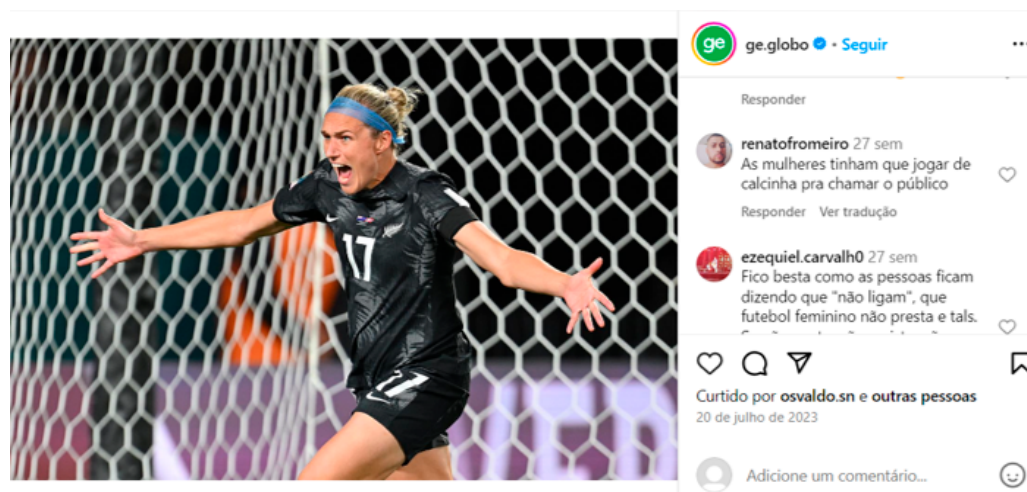
Fonte: Reprodução X @geglobo: <https://twitter.com/geglobo/status/1682246997649022978>

Figura 10 – Exemplo 1 de comentários no Instagram do GE



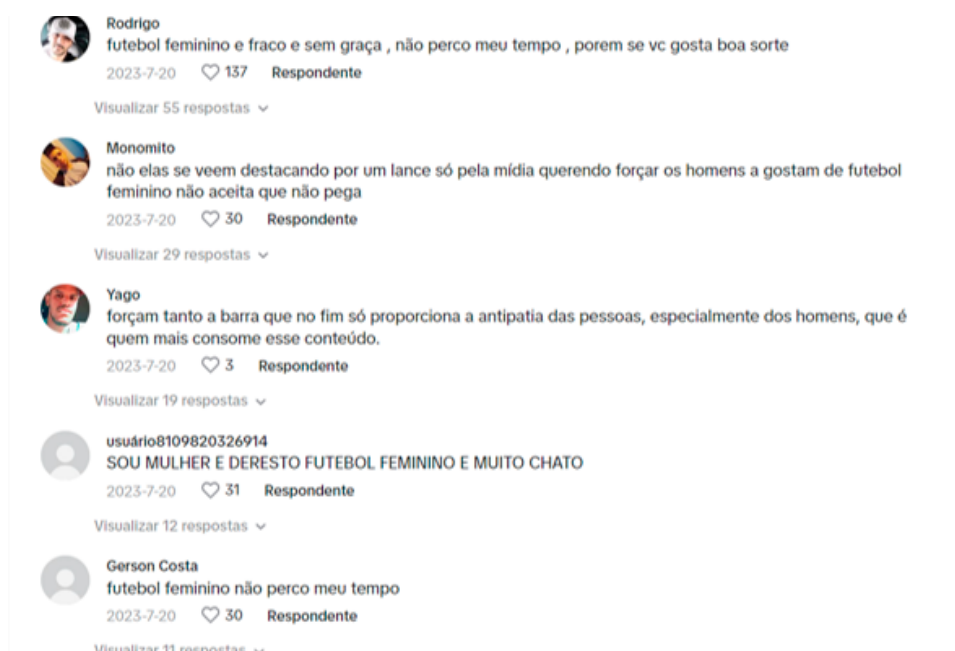
Fonte: Reprodução Instagram @ge.globo: [https://www.instagram.com/p/Cu5uNVaPIly/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D](https://www.instagram.com/p/Cu5uNVaPIly/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D)

Figura 11 – Exemplo 2 de comentários no Instagram do GE



Fonte: Reprodução Instagram @ge.globo: [https://www.instagram.com/p/Cu6em1QOteY/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D](https://www.instagram.com/p/Cu6em1QOteY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D)

**Figura 12 – Exemplo de comentários no TikTok do GE**



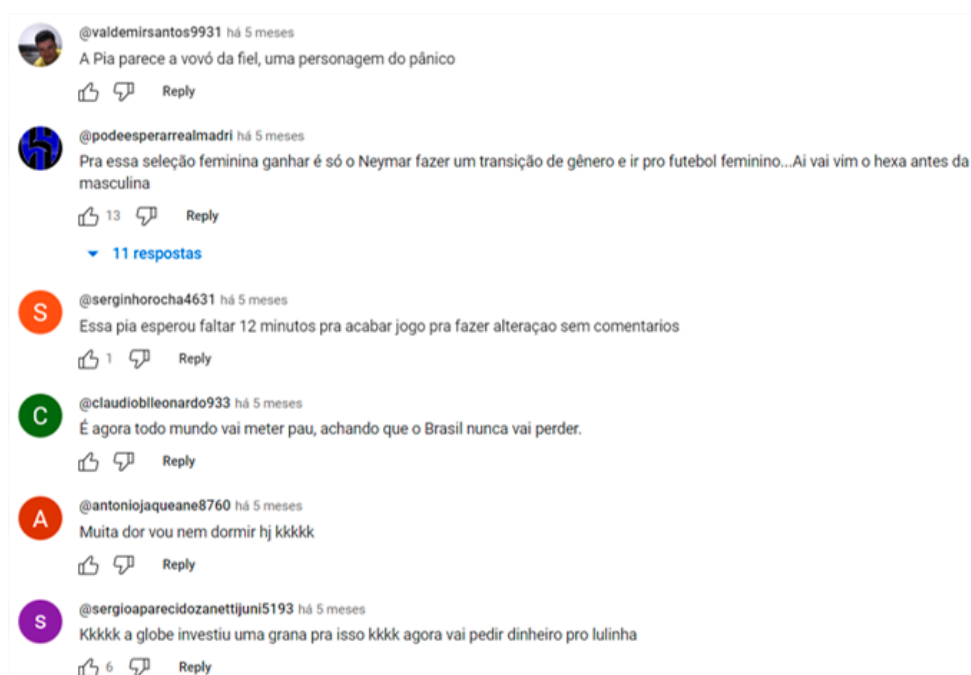
Fonte: Reprodução TikTok @geglobo: <https://vm.tiktok.com/ZM6QwaVQS/>

**Figura 13 – Exemplo de comentários no Facebook do GE**



Fonte: Reprodução Facebook ge.globo: <https://www.facebook.com/search/top/?q=T%C3%A9cnico%20Jorge%20Vilda%20garante%20que%20est%C3%A3o%20trabalhando%20nas%20melhores%20condi%C3%A7%C3%B5es%22%20para%20ter%20a%20atacante%20em%20jogo>

Figura 14 – Exemplo de comentários no YouTube do GE



Fonte: Reprodução YouTube @geglobo: [https://www.youtube.com/watch?v=IZ3HTf4cW\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=IZ3HTf4cW_Q)

Foram recorrentes expressões como: “kkkk”; “não perco meu tempo com futebol feminino”; “futebol feminino é chato de se ver”; “não gosto de futebol feminino”; “elas são fracas”; “elas não são boas”; “futebol feminino é ruim”; “mimimi”; “não perco meu tempo para ver isso”; “ninguém liga”; “time ruim, perdeu para o sub15”; “seleção da lacração”; “lacrolândia”; “coitadolândia”; “futebol de sapatonas”; “perdedoras”.

E ainda: discursos de ódio, ofensas, xingamentos, mensagens com conotação sexual, comentários sobre o corpo e a aparência física não somente das atletas, mas também de treinadoras, árbitras, comentaristas, repórteres. Julgamentos sobre sua capacidade, condição etária, orientação sexual, associação aos afazeres domésticos. Os comentários negativos ocorreram de forma generalizada, porém, foi possível perceber que se intensificavam nas postagens relacionadas à seleção brasileira e, principalmente, nos momentos de derrota.

## Considerações finais

Cada vez mais o futebol praticado por mulheres tem se tornado um produto rentável, com quebra de recordes de público e aumento da audiência, ampliando o interesse de patrocinadores e setores da mídia sobre a modalidade. Soma-se a isso o aprofundamento do debate sobre igualdade de gênero na sociedade, movimento que ganha adeptos dia a dia e o apoio de personalidades, instituições e marcas de peso no cenário nacional e internacional.

A análise da Copa do Mundo Feminina 2023 nas redes sociais do GE comprovou a promoção do veículo no que se refere ao futebol de mulheres. A pesquisa verificou uma atitude torcedora e entusiasta, de apoio e valorização, em relação à competição.

Um olhar mais atento, todavia, mostra que, apesar da frequência diária de publicações, o espaço concedido foi restrito. Mesmo sendo a Copa do Mundo o principal campeonato oficial entre mulheres que jogam futebol, menos de um décimo do conteúdo publicado no período relacionou-se ao evento.

Há que se considerar que, diferentemente da mídia impressa, do rádio ou da televisão – que têm espaços e tempos definidos –, o espaço na rede é bastante flexível, o que descarta o argumento de pautas concorrentes. A diminuição nos dias em que a seleção brasileira não participou dos confrontos, e especialmente após a eliminação, prova que o interesse pela modalidade é circunstancial e atua na dependência de resultados.

O principal avanço, a nosso ver, foi perceber um cuidado maior na seleção de expressões e imagens na representação das atletas, evitando sua objetificação ou sexualização. A mesma postura, entretanto, não se observou entre os seguidores. Nas cinco redes analisadas, chamou atenção a presença significativa de comentários depreciativos, misóginos e preconceituosos, que prevaleceram em relação aos elogios e mensagens de apoio por parte do público, reforçando a constatação de que o futebol persiste como um ambiente machista e heteronormativo.

Nesse sentido, entende-se que a maior visibilidade midiática não significa necessariamente maior valorização da modalidade nem a superação de estigmas históricos, o que indica que há ainda um longo caminho a percorrer no que tange à igualdade de gênero no cenário do futebol brasileiro.

O estudo revela desafios importantes a serem enfrentados: 1) ressalta-se a necessidade de uma abordagem contínua na promoção do futebol praticado por mulheres, indo além do interesse apenas durante os momentos de destaque; 2) uma cobertura menos eufórica e torcedora, mais equilibrada, contribuiria para o amadurecimento da modalidade, evitando a criação de falsas expectativas e consequentes frustrações; 3) para que a mídia atue efetivamente como promotora da igualdade de gênero, é preciso combater os discursos de ódio e discriminação. Deixar que tais narrativas circulem livremente em suas páginas, sem qualquer tipo de moderação, não nos parece a postura adequada de quem busca uma sociedade mais inclusiva, justa e democrática.

## Referências

ALMEIDA, Caroline Soares de. Belas e feras, nós e as masculinizadas: discursos, corporalidades e significações. In. KESSLER, Cláudia Samuel. **Mulheres na área: gênero, diversidade e inserções no futebol**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2016.

ARAÚJO, Érika Alfaro. **Mulheres em Campo: Gênero no Jornalismo Esportivo Brasileiro**. Curitiba: Appris, 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRASIL. Decreto-lei nº 3.199, de 14 de abril de 1941. Estabelece as bases de organização dos desportos em todo o país. **Diário Oficial da União**, 1941. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/1937-1946/del3199.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/del3199.htm). Acesso em: 10 dez. 2023.

COPA Feminina 2023 bate recordes de público, audiência e gols; veja os números. **Band.com.br**, 21 ago. 2023. Disponível em: <https://www.band.uol.com.br/esportes/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticias/copa-feminina-2023-bate-recordes-de-publico-audiencia-e-gols-veja-os-numeros-16626304>. Acesso em: 21 ago. 2023.

ELIMINAÇÃO na fase de grupos é a pior campanha da seleção em Copas do Mundo em 28 anos. **O Globo**, 2 ago. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/copa-do-mundo-feminina/noticia/2023/08/02/eliminacao-na-fase-de-grupos-e-a-pior-campanha-da-selecao-em-copas-do-mundo-em-28-anos.ghtml>. Acesso em: 2 ago. 2023.

FACEBOOK perde terreno entre os usuários da geração Z. **Insper**, 16 ago. 2022. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/noticias/facebook-perde-terreno-entre-os-usuarios-da-geracao-z/>. Acesso em: 1 dez. 2023.

FIFA apresenta medidas para o futebol feminino e quer mais times na Copa. **Lance!**, 5 jul. 2019. Disponível em: <https://www.lance.com.br/mundial-feminino-19/fifa-apresenta-medidas-para-futebol-feminino-quer-mais-times-copa.html>. Acesso em: 1 dez 2023.

FIFA distribuirá prêmios recordes para mulheres na Copa, mas igualdade com homens segue distante. **Uol**, 20 jul. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/rfi/2023/07/20/fifa-distribuir-premios-recordes-para-mulheres-na-copa-mas-igualdade-com-homens-segue-distante.htm>. Acesso em: 20 jul. 2023.

GLOBO apresenta cobertura da Copa do Mundo Feminina 2023. **GE**, 11 jul. 2023. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/2023/07/11/globo-apresenta-cobertura-da-copa-do-mundo-feminina-2023.ghtml>. Acesso em: 2 ago. 2023.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. **Rev. Bras. Educ. Fís. Esp.**, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 143-51, abr./ jun., 2005.

JANUÁRIO, Soraya Barreto; LIMA, Cecília Almeida Rodrigues; LEAL, Daniel. Futebol de mulheres na agenda da mídia: uma análise temática da cobertura da Copa do Mundo de 2019 em sites jornalísticos brasileiros. **Observatório**, v. 14, n. 4, p. 42- 62, 2020.

JANUÁRIO, Soraya Barreto; KNIJNIK, J. (Orgs.). **Futebol das mulheres no Brasil: emancipação, resistências e Equidade**. Recife: Ed. UFPE, 2022. p. 118-235.

KESSLER, Cláudia Samuel; COSTA, Leda Maria da; PISANI, Mariane da Silva (Orgs.). **As mulheres no universo do futebol brasileiro**. Santa Maria (RS): UFSM, 2022.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1998.

LIMA, Cecília; BRAINER, Larissa; JANUÁRIO, Soraya Barreto (Orgs). **Elas e o Futebol**. João Pessoa: Editora Xeroca!, 2019.

MOURÃO, Ludmila; MOREL, Marcia. As narrativas sobre o futebol feminino: o discurso da mídia impressa em campo. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 26, n. 2, p. 9-20, 2005.

ONDE assistir aos jogos da Copa do Mundo Feminina 2023. **Máquina do Esporte**, 19 jul. 2023. Disponível em: <https://maquinadoesporte.com.br/copa-mundo-feminina-2023/onde-assistir-aos-jogos-da-copa-do-mundo-feminina-2023/>. Acesso em: 20 jul. 2023.

PALMEIRA, Carlos. Fim do Twitter: rede social muda de nome e agora se chama 'X'. **Tecmundo**, 23 jul. 2023. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/266726-fim-twitter-rede-social-muda-nome-chama-x.htm>. Acesso em: 21 ago. 2023.

RECUERO, Raquel. Discutindo Análise de Conteúdo como Método: o #DiadaConsciênciaNegra no Twitter. **Cadernos de Estudos Linguísticos**, Campinas, v. 56, n. 2, p. 289-309, 2015. DOI: 10.20396/cel.v56i2.8641480. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cel/article/view/8641480>. Acesso em: 10 dez. 2023.

ROMANINI, Vinicius. Tudo azul no universo das redes. **Revista USP**, n. 92, p. 58-73, 2012. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i92p58-73. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/34884>. Acesso em: 11 dez. 2023.

SOBRE o ge. **ge.globo.com**, 2 set. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/institucional/paginas/sobre-o-ge.ghtml>. Acesso em: 1 dez 2023.

Recebido em: 01 fev. 2024  
Aprovado em: 15 mar. 2024