

Comentários em jogo: usuários do Instagram e a Copa Do Mundo De Futebol De Mulheres de 2023

In-game comments: Instagram users and the 2023 Women's World Cup

Rafaella Euzébio Freitas

Universidade Federal de Viçosa, Brasil

Viçosa, MG

rafaella.freitas@ufv.br

<https://orcid.org/0009-0000-4785-3762>

Doiara Silva dos Santos

Universidade Federal de Viçosa, Brasil

Viçosa, MG

santosdoiara@ufv.br

<https://orcid.org/0000-0002-4718-7226>

Fernanda Santos de Abreu

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Belo Horizonte, MG

fernandaabreuedfisica@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5588-4283>

Recebido em: 02 de junho de 2025

Aceito em: 04 de agosto de 2025

Resumo:

A participação de mulheres no futebol no Brasil é marcada por adversidades e lutas que, por muito tempo, foram invisibilizadas pelas mídias. As conquistas nesse cenário aconteceram a partir de reivindicações e resistências contra-hegemônicas em prol da participação das mulheres no esporte, que seguem desafiando lógicas patriarcais. Apesar de alguns avanços observáveis na relação do futebol de mulheres com as mídias, ainda persistem problemas. Este estudo analisa a recepção de usuários do Instagram a conteúdos postados no perfil do Globo Esporte (ge.globo) sobre a Copa do Mundo de Futebol de Mulheres de 2023, por meio dos comentários de usuários do Instagram. Foram catalogados comentários de 73 publicações. Os resultados apontaram quatro categorias: 1) Mulheres no meio futebolístico: entre o descrédito e a ridicularização, 2) Reduzindo à insignificância: “Ninguém liga”; 3) A Marta em campo, desprezo online; 4) O apoio em diferentes manifestações. Identificou-se a persistência de discursos preconceituosos e discriminatórios que perpetuam perspectivas de estereótipos de gênero no esporte.

Palavras-chave: Futebol de Mulheres. Copa do Mundo. Instagram. Comentários. Usuários.

Abstract:

Women's participation in football in Brazil is marked by adversities and struggles that have long been invisible to the media. Achievements in this scenario have come about as a result of counter-hegemonic demands and resistance in favor of women's participation in the sport, which continue to challenge patriarchal logic. Despite some observable advances in the relationship between women's football and the media, problems still persist. This study analyzes the reception of Instagram users to content posted on the Globo Esporte profile (ge.globo) about the 2023 Women's World Cup, through Instagram user comments. Comments from 73 posts were cataloged. The results indicated four categories: 1) Women in football: between discredit and ridicule; 2) Reducing insignificance: “nobody cares”; 3) Marta on the Field, online contempt; 4) Support in different manifestations. The persistence of prejudiced and discriminatory discourses that perpetuate perspectives of gender stereotypes in sport was identified.

Keywords: Women's Football. World Cup. Instagram. Comments. Users.

Introdução

O esporte se constituiu historicamente enquanto um fenômeno sociocultural envolto em uma arena de disputas para além de seus aspectos táticos e técnicos. Por sua dimensão sociocultural entende-se a sua relação com aspectos históricos e identitários, que se materializam em meio a tensionamentos e problemáticas sociais, políticas, econômicas, culturais, dentre outras dimensões e dinâmicas da vida social (Giglio; Proni, 2020).

De fato, em geral, os espaços esportivos e seus atores são atravessados por questões de raça, gênero, classe, religiosidade, sexualidade, dentre outros elementos identitários que estruturam as relações e experiências humanas e são objeto de análise de diferentes áreas que investem pesquisa sobre o futebol, inclusive a Educação Física em sua relação com as Ciências Humanas e Sociais (Abrahão; Caldas, 2022).

O esporte, portanto, não se apresenta enquanto um campo neutro de vivências. Ao contrário, em suas variadas formas de manifestação, o ambiente esportivo pode se tornar um cenário propício para a produção e reprodução de estereótipos e condutas normativas, que podem impactar as experiências de prática do futebol para diferentes grupos sociais e em diferentes contextos, inclusive para as mulheres (Camargo, 2021).

Efetivamente as produções de sentidos, percepções e apropriações sobre as práticas corporais, entendidas como fenômenos socioculturais, foram e ainda são influenciadas por compreensões que conectam uma determinada prática esportiva a perspectivas que permeiam o imaginário coletivo quanto ao que seja masculino e/ou feminino (Abreu, 2022).

Imbricado em processos culturais, o futebol circula no imaginário popular como uma prática atrelada aos homens em contextos de afirmação de sua identidade hegemônica. Por outro lado, atividades como dança e ginástica foram historicamente conectadas às mulheres e ideais de feminilidade (Correia; Devide; Murad, 2017).

A construção histórica dos papéis de gênero ou expectativas sociais sobre gênero moldou imagens das mulheres como inferiores e frágeis, impactando a participação, valorização e desenvolvimento delas no âmbito esportivo (Beirith; Araldi; Folle, 2022).

Os sistemas patriarcais que moldaram as sociedades modernas tornaram-se fenômenos globais, produzindo-se histórias comuns de desafios e barreiras para a participação de mulheres no esporte (e no futebol em específico) em todo o mundo. Ao

mesmo tempo, esses desafios e barreiras que limitaram (e ainda limitam) as ações e possibilidades das mulheres no mundo dos esportes com base em construções de gênero se manifestam em diferentes contextos, com seus níveis de singularidade e que são, portanto, vividos de modo plural.

De fato, é preciso perspectivar a prática do futebol de mulheres na dimensão do lazer, do contexto educacional e comunitário, da iniciação e profissionalização esportivas a partir de especificidades e recortes que permitem análises aprofundadas, como a prática de futebol em sociedades ocidentais e não-ocidentais, centros urbanos e regiões rurais, interior e capital, a intersecção com outros marcadores sociais da diferença.

As reivindicações e resistências contra-hegemônicas em prol da participação das mulheres no futebol têm desafiado essa lógica esportiva futebolística enquanto domínio dos homens, produzindo pontos de inflexão. Esse contra-poder, ou seja, capacidade de resistência e oposição a estruturas estabelecidas (Bourdieu, 1990), é um processo que demanda constante mobilização de pautas reivindicatórias e defesa de direitos, sob risco iminente de estagnação e/ou retrocessos.

Certamente, apesar dos momentos de visibilidade, o futebol de mulheres continuam encarando inúmeras barreiras para se consolidar, do lazer ao universo do alto rendimento, muito em parte por resistências a esta prática, estas que apelam à manutenção de um *status quo* que afetam atletas, treinadoras, narradoras, gestoras, etc. (Goellner, 2005; Souza; Santos, 2022; Moraes; Pisani; Kessler, 2024; Novais et al., 2022; Bonfim; Dos Santos; Spaggiari, 2024).

No Brasil, por exemplo, a prática do futebol por mulheres foi proibida por lei por mais de 35 anos, produzindo um contexto de repressão que trouxe impactos negativos para o desenvolvimento da modalidade. A própria lógica legislativa legitimou, por muito tempo, a construção de discursos preconceituosos e discriminatórios relacionados à presença das mulheres no futebol (Ribeiro, 2023).

A participação de mulheres no futebol no Brasil é marcada por adversidades e lutas que, por muito tempo, foram invisibilizadas pelas mídias e compuseram uma conjuntura de exclusão e negação do espaço esportivo a elas (Brancher et al., 2022). Segundo Boschilia e Meurer (2006), as mídias ocupam um espaço expressivo em nossa sociedade, determinando e impulsionando suas configurações, indissociáveis das mais variadas esferas sociais.

No esporte moderno, a relação esporte-mídia é simbiótica, dado o próprio processo de espetacularização que constitui o esporte profissional. No que concerne aos desdobramentos dessa relação, emerge a especialização do denominado jornalismo esportivo (Brancher, et al. 2022), principal modo de consumo do esporte de rendimento, principalmente através da internet, com o advento das redes sociais, sites, blogs, canais de vídeo, entre outros.¹

Após anos de invisibilidade do futebol de mulheres nas mídias (Goellner, 2005; Rial; Almeida, 2024), há sinalizações de que “nos últimos anos, temos assistido a um crescimento de visibilidade e interesse na mídia e na academia pelo futebol de mulheres e pelas mulheres do futebol, como jornalistas, torcedoras, árbitras, entre outras” (Vimieiro; Eugênio; Souza, 2025).

Contudo, apesar de alguns avanços observáveis ao longo dos anos, no Brasil, o futebol de mulheres continua a ser pouco divulgado pelas mídias, e é frequentemente acompanhado de discriminações quando publicizado (Santos; Medeiros, 2012; Brancher, et al., 2022). Esse cenário se materializa na televisão, mídia impressa, mídias sociais, etc.

Há diferentes possibilidades teóricas e metodológicas para analisar a relação esporte e mídia, a partir de diferentes campos de conhecimento, como a Comunicação, a Educação Física e a Sociologia. Esse cenário vem despertando o interesse e atenção de diferentes estudiosos, sendo possível notar no meio científico brasileiro um avanço significativo de sua exploração a partir de 2017 (Vimieiro; Eugênio; Souza, 2025).²

Neste estudo, compreende-se que as mídias não só estão diretamente conectadas aos processos sociais, mas também são fruto de discursos sociais e práticas culturais. Apoia-se, assim, na teorização de Lévy (1999) quanto aos conceitos de ciberespaço e a

¹ Vale salientar que o jornalismo esportivo nem sempre é profissional do ponto de vista de formação em ensino superior, considerando a falta de exigência de formação específica para a atuação, conforme legislação brasileira (Brasil, 1979).

² A literatura a respeito de esporte, gênero e mídia mobiliza várias áreas de conhecimento. Além da Educação Física, tem-se produções das áreas como a Antropologia, Museologia, Comunicação, formando um subcampo de interesse (Rial; De Almeida, 2024; Bonfim; Dos Santos; Spaggiari, 2024). À medida que o futebol de mulheres recebe mais atenção de diferentes áreas do conhecimento, há de se considerar as especificidades, enfoques e a circulação dessa produção a partir do ponto de partida de cada área de conhecimento nos investimentos sobre o tema. Pesquisadoras da comunicação mapearam e analisaram a produção na área de gênero e esporte de 2000 a 2020 apontando o que consideraram “simplista” e “sofisticado” (Vimieiro; Eugênio; Souza, 2023). Por certo, contribuições e interações podem surgir a partir da especificidade de cada área, mas, será necessário um cuidado mútuo com riscos de presunções e hierarquizações científicas/epistemológicas, anacronismos, além de um processo judicativo de disputa de autoridade científica sobre o fenômeno em estudo.

cibercultura, que aludem, respectivamente, às redes de comunicação que conectam internacionalmente indivíduos através de aparelhos eletrônicos e ao conjunto de práticas sociais que se desenvolvem no ciberespaço, como os discursos, comportamentos e opiniões, propagação de valores e ideologias, etc. Entende-se, assim, que a cibercultura e o ciberespaço apresentam-se como terrenos férteis de observação e análise social.

À vista exposto, este estudo elege uma rede social como ciberespaço no qual se expressam diferentes práticas discursivas e valorativas sobre o futebol de mulheres, que é o Instagram. Desenvolvido em 2010, trata-se de uma rede social com diversas ferramentas de interação e conteúdo, e atualmente conta com mais de 1 bilhão de usuários ativos mundialmente, sendo o Brasil o segundo colocado no ranking de usuários (Valinor, 2022).

Compreende-se, neste texto, que os usos do Instagram produzem expressão de valores, crenças, consumo e atitudes que se manifestam no ciberespaço e podem revelar características importantes da recepção de certo público ao esporte de mulheres. O esporte reflete e faz refletir problemas sociais como questões de gênero. Assim, pretende-se contribuir para a ampliação dos debates sobre o futebol de mulheres, a partir da hipótese que esta é uma prática ao mesmo tempo reivindicada e contestada no plano discursivo.

Considerando a influência do Instagram, a relação esporte-mídia e as questões de gênero no futebol brasileiro, o objetivo do presente trabalho é analisar a recepção de usuários do Instagram em relação a conteúdos sobre a Copa do Mundo de Futebol de Mulheres de 2023. Assim, parte-se da cobertura a partir de um perfil de notícias esportivas no Instagram, tomando como foco principal os comentários de usuários em publicações dessa cobertura, discutindo as práticas discursivas desses usuários quanto aos conteúdos em tela.

Metodologia

O estudo é qualitativo, pois busca compreender e interpretar práticas sociais sem pretensões de produzir generalizações, considerando processos de subjetivação e contextos particulares de expressão de um fenômeno (Minayo, 2012).

Mobiliza-se como aparato metodológico a teorização de Hall (2003) sobre o processo comunicativo, em seu caráter não linear, que apresenta codificação e decodificação a partir de diferentes estruturas/referenciais de sentido.

A pesquisa foi delimitada por um recorte temporal, analisando as postagens da cobertura da Copa do Mundo de Mulheres de 2023 no período de 10 de Julho de 2023 até 2 de Agosto de 2023, ou seja, dez dias antes do início da competição (20 de Julho) e no dia em que o Brasil foi eliminado da competição (2 de Agosto). O portal escolhido para coleta desses dados foi a página oficial do Globo Esporte (@ge.globo) no Instagram.

O GE é uma das diversas plataformas digitais pertencentes à Rede Globo, emissora que possui a maior audiência entre os canais de televisão aberta do Brasil e que detinha os direitos de transmissão oficiais. À época da coleta de dados, o perfil do GE possuía 3,7 milhões de seguidores, e apresentava-se como um portal de notícias diário, com cerca de 55 mil publicações ao total. Desse modo, o Instagram do GE revelou-se como um dos grandes portais do jornalismo esportivo brasileiro.

Fichas de dados foram utilizadas como instrumento de catalogação, no qual exercitou-se a pré-análise, selecionando todas as publicações no período delimitado, e utilizando duas classificações de comentários: 1. comentários de endosso; 2 comentários de rejeição/contestação e outros. Em razão do grande número de comentários por publicação, fez-se a escolha dos comentários de forma randômica, buscando registrar, no máximo, 10 comentários para cada classificação proposta em cada publicação, considerando as limitações do cronograma da pesquisa.

É importante destacar que esta ferramenta manifesta expressões de usuários gerando dados e informações de domínio público no ciberespaço, conforme recomendações da Resolução 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde (CNS).

Posteriormente à coleta de dados, foi realizada a análise de conteúdo. A análise de conteúdo possui três fases fundamentais: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento das informações com inferências de resultados (Bardin, 2006). A exploração do material utilizando métodos de classificação-indexação com base nos temas das mensagens e suas recorrências. Segundo Bardin (2006), isso possibilita a classificação dos elementos informativos dos documentos de forma delimitada, utilizando palavras-chave, por exemplo, para agrupar os dados.

É válido ressaltar que os comentários apresentados em destaque nas publicações catalogadas são influenciados pelos algoritmos do perfil de usuário da autora, visto que o algoritmo do Instagram possui uma função que direciona seus usuários para determinados conteúdos (Burgo; Lauro; Moreira, 2021). O acesso sempre foi realizado pelo mesmo perfil de usuário da autora principal, para não influenciar na mudança de algoritmos.

Assim, a partir de recorrências temáticas oriundas dos dados, os comentários foram agrupados em quatro categorias na fase de codificação para tratamento das informações sendo elas: 1. Mulheres no meio futebolístico: entre o descrédito e a ridicularização; 2. Reduzido à insignificância: “Ninguém liga”; 3. Marta em campo, desprezo online; 4. O apoio em diferentes manifestações.

Resultados e Discussão

Ao todo, foram contabilizadas 73 postagens e catalogados 765 comentários. Os dados da pesquisa apresentaram uma diferença entre as categorias “comentários de endosso”, “comentários de rejeição/contestação e outros”. Por vezes, não foi possível encontrar comentários de endosso para a ficha, o que resultou numa diferença numérica de comentários que expressam a percentagem total de 37,5% de endosso e somando-se 62,5%, de rejeição/contestação e outros.

Mulheres no meio futebolístico: entre o descrédito e a ridicularização

Nessa categoria identificou-se diversos comentários voltados ao desempenho das atletas e à qualidade dos jogos, apontando descrédito e ridicularização. Em sua maioria, esses comentários depreciam o futebol de mulheres, a performance das atletas da seleção, bem como criticam a presença de mulheres como narradoras e comentaristas esportivas. Isso pode ser observado a seguir, numa postagem de 13 de julho de 2023, que continha um vídeo com um bate-papo entre mulheres praticantes de futebol relatando preconceitos entre familiares, em colaboração com o canal GNT:

Imagem 1 - Postagem do GE no Instagram



Fonte - Instagram do GE (@ge.globo) em 28 de julho de 2023.

A publicação continha mais de mil likes (reação positiva a um conteúdo) e 38 comentários. Um usuário disse em relação a esse conteúdo:

@a.augusto_10: Não é discriminando o futebol feminino, vcs mulheres na maioria das profissões exercem até melhor que nós homens, mas no futebol não dá, é horrível assistir um jogo feminino, a narração nem se fala. Pfv não queria obrigar a nós homens a gostar de algo que é ruim, vcs já conquistaram o espaço de vcs a muito tempo no futebol. Libertadores, brasileiro, estadual.. mas sinceramente, é um futebol horrível de se vê.³

Nota-se que o comentário deprecia a performance das atletas (e do futebol de mulheres no geral) e a narração. Ao mesmo tempo, sinaliza que as mulheres têm seu espaço no futebol, porém que tem qualidade ruim.

Noutra postagem, de 23 de julho de 2023, há uma imagem da atleta Marta em ação, com roupa de treinamento, em posição de corrida. Sobreposta à imagem da atleta, lê-se uma frase atribuída a ela entre aspas: “Essa equipe é realmente diferente nesse sentido. É a equipe mais unida de todas que eu já participei.” Na legenda da publicação, menciona-se que a mesma está em sua sexta Copa do Mundo e anuncia-se a estreia do Brasil na Copa de 2023 contra a seleção do Panamá, com a informação do horário de

³ Preservamos os comentários com os erros ortográficos e gramaticais, espaçamentos e *emojis*.

Brasília. A postagem tem mais de 4 mil curtidas e contém 61 comentários. Em letras capitalizadas, um usuário utiliza-se de *emojis* que ridicularizam o conteúdo. Soma-se a este outro usuário que sugere uma equipe trans, com clara manifestação preconceituosa:

@dau_corre: DETESTO FUTEBOL FEMENINO É UMA TREMENDA VÁRZEA.....ONDE NÃO EXISTE GOLEIRA É CADA FRANGO VÊI 🤡🤡🤡.....MELHOR SERIA IM CONE NO LUGAR OU DIMINUIR AS TRAVES 🤡🤡 FUTEBOL FEMENINO.... MULHER NARRANDO E COMENTANDO EU NEM PERCO MEU PRECIOSO TEMPO EM ASSISTIR ... PREFIRO ASSISTIR PATATI PATATÁ 🍆🍆🍆

@augustovazsantos: bota um sub13 de trans que o Brasil conquista o primeiro titulo da copa feminina

O comentário sobre pessoas trans revela o reducionismo e ironia sobre a participação de atletas trans no futebol. Reitera lógicas que menosprezam complexidades das identidades de gênero e qualquer discussão sobre políticas de elegibilidade no esporte, pressupondo vantagens biológicas, trazendo a dissidência dos corpos trans como anômalos (Travers, 2024).

Na postagem de 29 de julho, conforme imagem 2, notam-se comentários que também se encaixam nessa categoria e que ridicularizam a performance das mulheres.

Imagem 2 - Postagem do GE no Instagram



Fonte: Instagram do GE (@ge.globo) em 29 de julho de 2023.

Dentre os comentários ao anúncio desta derrota da imagem 2, está o de @ulyssesguiri, que disse: “Futebol feminino: assistir é tortura. Tecnicamente é muito ruim.” Nota-se que essa postagem, que anuncia a derrota do time brasileiro, tem 9.739 curtidas e 1.166 comentários, demonstrando maior engajamento do que outras de resultados comuns de outras equipes ou vitória do Brasil.

Outros jogos, que não da seleção brasileira, também foram desprestigiados por sua qualidade técnica, na visão de usuários como @daniel_tuia: “Jogo ruim da desgraça, erros de passe de 1 metro.” Este usuário referia-se à postagem de 20 de julho de 2023 que anunciava o resultado do jogo entre a anfitriã Nova Zelândia e a Noruega, que foi de, respectivamente, 1 a 0. A postagem teve 6.660 curtidas e 119 comentários. Ainda sobre esta publicação, o usuário @antoniojpl reagiu dizendo: “Futebol é muito bom de assistir, só fica chato quando o juiz apita o início do jogo.”

Em comentário da categoria “outros”, conforme opção metodológica apresentada neste estudo, @itsfaah diz: “A cada publicação de futebol feminino eu pego meu balde de pipoca e venho nos comentários, ver a briga dos que criticam o futebol feminino, os que apoiam e os que só fazem média mesmo pra ter like de mulher. 🙄”.

Esse comentário, em particular, alude ao processo comunicativo no ciberespaço, que interage complexamente em circuitos, apontando para apropriações a partir de diferentes referenciais de sentido mobilizados para interagir com o conteúdo (Hall, 2003). O usuário em questão não somente consome as informações, mas as categoriza, pressupondo suas instrumentalizações, demonstrando que a recepção midiática não é passiva e que produz construções coletivas de significado, com as diferentes leituras que emergem do conteúdo em tela.

Como se vê, apesar dos avanços no futebol de mulheres quanto ao direito de participação e sua profissionalização, é possível constatar vários comentários preconceituosos sobre o futebol de mulheres. Eles apresentam uma notória rejeição e, mais que isso, ataques que partem desses usuários em relação à cobertura dos jogos, das atletas, de forma que expressam publicamente que não irão assisti-los. Para além de não assistir, a produção do discurso de rejeição na rede social pressupõe não uma rejeição passiva à cobertura, mas uma prática de afirmação identitária dentro da cultura dominante do futebol.

O estudo de Tsuitsui (2024: 112), analisou o Instagram e outras redes do GE e constatou que as mídias sociais do Grupo Globo teve “uma atitude torcedora e

entusiasta, de apoio e valorização, em relação à competição”, mas, também, uma falta de “um planejamento integrado das plataformas” (Tsuitsui, 2024: 108), com os perfis de Instagram, TikTok e X trabalhando isoladamente.

O estudo de Frenda et al. (2019), ao analisar a expressão de discursos sexistas, misóginos e machistas no antigo Twitter (agora denominado como X), sinaliza que este tipo de plataforma pode expandir comportamentos patriarcais perpetuando práticas discriminatórias, apontando ao funcionamento dos algoritmos que podem, inclusive, favorecer a visibilidade de conteúdos misóginos a certos grupos, fortalecendo

Segundo Manne (2018), discursos misóginos são práticas utilizadas para manter as estruturas patriarcais, controlando as mulheres, especialmente aquelas que desafiam as normas e padrões estabelecidos para elas, ou que ocupam ou desejam ocupar espaços tradicionalmente reservados à masculinidade, como o universo do futebol. Outros comentários desta categoria são relacionados à contestação e rejeição da narração de mulheres.

Na postagem de 24 de julho de 2003, há uma foto da jogadora Ary Borges, que marcou o segundo gol no jogo de estreia contra o Panamá. Ela aparece uniformizada, sorrindo com a língua para fora, formando um coração com as mãos juntas na altura do peito. Sobrepondo a foto aparece a palavra “gooolll”. A postagem rendeu 2.380 curtidas e 35 comentários. O usuário @thiagocesio disse: “Minha nossa que narração.....estou rindo muito muito.”

Outra publicação desta data não foca na partida, alude aos torcedores brasileiros no estádio, que estenderam uma faixa com uma frase que compara um dos países sede (Austrália)⁴ com o Brasil, sobre sua fauna, em tom lúdico. A foto mostra uma cobrança de escanteio da Ary Borges e a faixa no segundo plano, que dizia: “Capivara é melhor que Canguru”, aludindo a elementos de identidade nacional. A postagem teve mais de 75 mil curtidas e 546 comentários.

Diante dessa mesma publicação de alto engajamento em relação às anteriores, há ainda manifestações sobre a narração, como diz @agoryaciolyimoveis: “Pior é a narração desse jogo, vcs querem lacrar e só piora o que é ruim”.

A questão da narração é recorrente mesmo em conteúdos que não mencionam quaisquer elementos do jogo. Pacheco (2023) aborda desafios das mulheres na narração esportiva, apontando que:

⁴ A copa foi sediada por Nova Zelândia e Austrália.

No espaço da cabine de transmissão é a linguagem e a voz masculina que se faz estabelecida. A Linguagem e a voz masculina não são percebidas, pois são compreendidas com a forma neutra de posicionar, se falar e de narrar a realidade social. É a linguagem do *status quo*; enraizada no cotidiano e tida como normal (Pacheco, 2023: 72-73).

No dia 24 de julho, em postagem sobre Bia Zanerato, atacante da seleção, o GE publicou uma foto da atleta em comemoração de um gol e sobreposições em textos garrafais que ela se tornava, naquele momento, a 5ª maior artilheira da seleção. A postagem tem 3.279 curtidas e vinte e cinco comentários, dentre eles, @jefersonpdsouza diz: “Cara, não tem graça assistir isso com essa NARRAÇÃO ridícula.. é uma 🤡🤡🤡🤡🤡🤡”.

Reivindica-se, nestes comentários sobre narrações, a manutenção de um *status quo*, no qual a voz legítima é a de homens, e essa é a norma de uma narração de um jogo de futebol (Pacheco, 2023). Esses ataques às narrações estão presentes em publicações anteriores ao início da Copa.

Em postagem de 18 de julho de 2023, na qual o GE publicou uma montagem de figurinhas do álbum da Copa do Mundo de jogadoras brasileiras, com semblantes sorridentes, vestidas nos uniformes. O conteúdo teve 2.176 curtidas e 73 comentários. O usuário @1960_casinha disse: “Copa chegando e com ela as narradoras Gralhas 🤡”. Ele parece se referir ao pássaro gralha, que tem um canto estridente.

Segundo Pacheco (2023: 74), a questão da entonação e timbre da voz, por exemplo, são construídas social e culturalmente e, além disso, “mesmo homens com o tom de voz mais agudo não são considerados desagradáveis” (Pacheco, 2023, p. 74). Para o autor, a demonstração de irritabilidade quanto à voz de mulheres na narração esportiva tem sido mais uma “justificativa objetiva para desqualificar e excluir mulheres de espaços específicos e de lugares de fala” (Pacheco, 2023: 74).

Em postagem do dia 19 de julho que continha um cartão de estatísticas da então técnica da seleção Pia Sundhage em seus 55 jogos como treinadora, há 2.063 curtidas e 46 comentários. Alguns fazem alusão ao futebol de homens, conforme o comentário de @lekinho_1987: “Deveria ser assim msm, só mulher no futebol feminino, levar todas as comentarista, árbitras narradoras, assim não enchiam o saco no masculino e ficava tudo na boa!”

Apesar dos avanços no futebol de mulheres quanto ao direito de participação nesse esporte e sua profissionalização, a tradição de um esporte repleto de imposição e

reafirmação da identidade masculina parece se perpetuar. O usuário @lekinho_1987, é frequente nas postagens. Em postagem do dia 18 de julho, que destacava em foto e legenda quem eram as jogadoras da seleção que atuavam no campeonato brasileiro, ele disse: “O bom é que vão levar as árbitras e narradoras junto assim não atrapalha o Brasileirão!”. O conteúdo obteve 1.893 curtidas e 79 comentários.

Além dessas interações catalogadas e identificadas acima, a próxima categoria a ser analisada revela como esse preconceito estrutural acena para um cenário de apagamento, invisibilidade, desvalorização e indiferença em relação ao futebol de mulheres.

Reduzido à insignificância: “Ninguém liga”?

Os comentários reunidos nessa categoria revelam narrativas discursivas que nos oferecem uma percepção sobre o futebol de mulheres e seu caráter irrelevante para algumas pessoas. Isso vai ao encontro do contexto histórico relacionado à inserção das mulheres nos campos considerados exclusivamente para homens, que consequentemente perpassam por um panorama de invisibilidade, e em especial a prática do futebol por mulheres ganha destaque, tendo em vista, estereótipos de gênero (Correia; Devide; Murad, 2017; Knijnik, 2010).

Nesse sentido, para ilustrar esse desinteresse por parte dos usuários do Instagram, destaca-se a publicação realizada abaixo:

Imagem 3 - Postagem do GE no Instagram



Fonte: Instagram do GE (@ge.globo) em 14 de julho de 2023

A postagem é um vídeo que mostra a Marta em Orlando, num trono, num campo de futebol convidando as pessoas a assistirem a sua entrevista. Contém 1.292 curtidas e apenas 11 comentários no total, sendo que 10 interações rejeitavam e/ou menosprezam a presença da Marta na Copa, bem como a modalidade de futebol de mulheres. Identificou-se apenas 1 interação que combatia os posicionamentos negativos, destacando a importância da presença da Marta enquanto personalidade de inspiração e referência dentro do grupo de atletas convocadas para a Copa. O comentário realizado por @andradejocilei nesta publicação exemplifica isso: “Ninguém liga para futebol feminino”. Essa manifestação desvela um cenário que atribui irrelevância ao futebol de mulheres. Essa demonstração versa com a construção histórica do futebol de mulheres no nosso país, cujo contexto perpassa por questões de invisibilidade, além de ter sido colocado à margem dentro do âmbito das políticas públicas (Goellner, 2005).

Outras declarações em diferentes publicações compõem essa segunda categoria. Na postagem de 24 de julho de 2003, com o gol da Ary Borges, mencionada na categoria anterior, @n.jfilho escreveu: Ninguém assiste, nem as mulheres assiste futebol feminino, segunda feira quem tá em casa pra ver uma 🍌 dessa jogar”.

Na postagem que apresenta as jogadoras atuantes no brasileirão mencionada anteriormente, do dia 18 de julho de 2023, @rodrigo_almeida2402 afirmou: “No, ninguém quer saber. Que chatice”. São muitos comentários de negação da visibilidade do futebol de mulheres no perfil de jornalismo esportivo. Outra postagem, em de 19 de julho, sobre o maior número de mulheres no comando de seleções na copa do mundo, o perfil @sebastiao950, reforça: “Ainda Bem que os jogos e de madrugada, ninguém liga pra essa merda”. Há 4.255 curtidas e 55 comentários.

Num dos raros perfis dos quais parte-se da condição de mulher para negar a visibilidade e importância da Copa de Futebol de Mulheres, @bruna271990 disse: “E quem liga? Nem eu que sou mulher, não gosto de futebol feminino, imagina vcs homens e por favor sem lacração nas respostas!”. Ela comentou isso na postagem de 20 de julho de 2023, que mostrava o resultado de um jogo entre Nova Zelândia e Noruega, com a foto de uma jogadora da primeira.

Apesar desses posicionamentos, por outro lado, contrariando essas afirmações, o interesse pelo futebol de mulheres, tanto por parte de homens quanto por mulheres, vem crescendo ao longo dos anos, tendo um aumento significativo de 34% entre os espectadores da modalidade nos últimos cinco anos (Exame, 2023).

Além disso, o Datafolha divulgou um levantamento no ano de 2023 sobre o impacto do futebol de mulheres no Brasil, concluindo que 65% dos entrevistados se interessam pela modalidade, sendo mais alto entre os jovens. Além disso, a pesquisa também aponta a importância da mídia no crescimento do interesse entre os espectadores: “Ainda de acordo com o Datafolha, 72% consideram que o futebol de mulheres está se tornando mais relevante, o que se confirma pela resposta positiva da audiência” (Poder 360, 2023).

Quanto a afirmação que “nem as mulheres assistem a modalidade”, apresentado pelo usuário @n.jfilho, uma pesquisa do Kantar Ibope do ano de 2022 apontou que 44% das mulheres compõem os fãs de futebol no Brasil (Uol, 2023). Assim, podemos afirmar que uma grande parcela da população que acompanha o futebol é composta por mulheres.

Na categoria a seguir, apresenta-se e discute-se comentários que se relacionam com a jogadora de futebol brasileira Marta.

Marta em campo, desprezo online

A atleta Marta é um símbolo internacional do futebol de mulheres, não apenas por ter sido eleita seis vezes a melhor jogadora do mundo, mas também pelo papel político ao dialogar com figuras do governo solicitando investimentos e atenção ao futebol de mulheres (Salvini; Junior, 2013).

Januário (2023) afirma que o protagonismo e uso da imagem de Marta pelas mídias de comunicação é pontual e seletivo, ocorrendo apenas em períodos claros de visibilidade – como a Copa.

Como por exemplo, na postagem realizada no dia 23 de julho que contém uma imagem da Marta com a camisa da seleção com os seguintes dizeres da atleta sobre ganhar a copa do mundo “para mim, particularmente, como jogadora e atleta, é agora ou nunca”. O conteúdo obteve 6.797 curtidas e cento e trinta comentários, dentre os quais, o seguinte:

@fabio_j316: Muito mimimi... A marta acha que foi o Pelé... Ou acha que é o Neymar... O futebol feminino tem que encontrar o seu lugar por mérito próprio e não por lacerção... Principalmente da mídia... Façam o que fizeram as meninas do vôlei por exemplo... Conquistaram o seu espaço por méritos.

O pronunciamento deste usuário pode nos dar indícios de uma resistência ao reconhecimento da história da jogadora Marta em comparação com figuras de homens presentes no futebol (Januário, 2017). Isso remete a uma estrutura hierarquizada de gênero, que abrange homens e mulheres, na qual as capacidades e identidades desses corpos humanos, são colocados em uma construção de disparidade, mediante o contexto patriarcal (Connell, 2016).

É possível identificar significados atrelados à desvalorização do futebol de mulheres, que como citado anteriormente neste estudo, sofreu com proibições institucionais que geraram impactos estruturais de desigualdade entre homens e mulheres no futebol (Ribeiro, 2023).

Outra manifestação que revela uma perspectiva de descrédito e ridicularização da Marta, foi identificada na publicação realizada no dia 18 de julho, que anunciava a proximidade do início da copa do mundo com imagens de figurinha de álbum, está o comentário realizado pelo usuário @alison_giroto que dizia “Tem vergonhas que vcs

não precisam mostrar! Tipo MARTA 6 COPAS! E quantas ganhou? E não faz diferença nenhuma onde elas jogam gente ! 😊.”

O discurso destacado acima, novamente sinaliza para um desprezo a jogadora Marta, tendo em vista que sua trajetória é menosprezada pelo fato da atleta não ter conquistado um título de copa do mundo. Mais declarações que se assemelham a esse discurso foram identificadas na publicação a seguir:

Imagem 4 - Postagem do GE no Instagram



Fonte: Instagram do GE (@ge.globo) em 14 de julho de 2023

Como se nota, a postagem contempla diferentes informações sobre a trajetória da carreira da jogadora Marta, visibilizando suas conquistas individuais e coletivas, bem como sua participação em diferentes eventos esportivos. Além das 4.664 curtidas, há 296 comentários. Em tal publicação, foi possível identificar diversas interações negativas como as catalogadas e destacadas a seguir:

@mazzobr_music: A Marta é a cara do povo Brasileiro = Chorona, lacradora e com os bolso cheio de grana e sempre reclamando de barriga cheia.

@juniortrovao: Rainha sem copa

@victortavares.75: A "rainha" após o jogo, ficou sentada no banco de reserva com cara de 🙄, ela sendo a mais experiente do time, deveria ter ido apoiar as jogadoras mais novas, ficar com mimimi em entrevistas é ridículo.

@ricardo_79_junior: Mas não tem o principal uma copa do mundo.

Percebe-se que os comentários negativos depreciam a carreira e história da jogadora Marta. Todo esse desprestígio a Marta, pode revelar indícios de perspectivas conectas a construção histórica do universo futebolístico, que tem em sua caracterização uma masculinidade hegemônica que estrutura valores e lógicas na nossa sociedade (Franzini, 2005; Deive, 2021).

Dessa forma, Marta por ser atleta profissional de uma modalidade esportiva marcada historicamente por uma percepção cultural inserida no universo de vivências dos homens, enfrenta um ambiente que tensiona questões de gênero atreladas a produção e reprodução de papéis sociais, relações de poder e normativas de gênero que subordinam as mulheres a um papel secundário (Knijnik, 2010; Connell, 2016; Abreu; Chaves, Santos, 2024).

A partir disso, é possível perceber que ao desafiar a lógica patriarcal e promover o protagonismo de sujeitos que não seguem os padrões social e culturalmente estabelecidos, esses indivíduos acabam se tornando alvos de discursos de ódio (De Lima; De Carvalho, 2024), como é o caso de Marta. Contudo, é importante atentar que esse não é um fato isolado no âmbito do futebol de mulheres, mas sim mais um reflexo estrutural que perpetua um ciclo histórico de desigualdade de gênero no contexto esportivo (Goellner, 2021).

Ademais, destaca-se a presença dos termos como “lacradora” e “mimimi” nas interações dos usuários. Estas nomenclaturas foram popularizadas nas redes sociais como uma linguagem ofensiva onde quem a utiliza busca impor uma visão de mundo que despreza movimentos sociais e reivindicações por direitos das mulheres, aliadas a um cenário político no Brasil (Pasinatto; Oliveira, 2023).

Como se nota, as manifestações destacadas nesta seção revelam um desprezo pela Marta, o que pode estar relacionado com percepções sexistas em interface com a prática esportiva. No entanto, esses sentidos e significados não se limitam a apenas o esporte e suas diversas manifestações possíveis, ao contrário, questões sexistas permeiam as estruturas e experiências cotidianas sociais.

A partir do desenvolvimento da análise das categorias deste estudo, foi possível constatar em geral uma maior predominância de comentários negativos, e em sua maioria atrelados a perfis com nomes de usuários culturalmente atribuídos a homens. Contudo, também foi possível identificar posicionamentos de apoio, reconhecimento e valorização, o que será analisado na próxima categoria da pesquisa.

O apoio em diferentes manifestações

Mediante os comentários catalogados, foi possível perceber que as interações de endosso são menos frequentes nas postagens do que os pronunciamentos negativos identificados nas três categorias anteriores. Tais declarações de apoio, representam 37,5% dos comentários catalogados.

Como manifestação de apoio, alguns usuários utilizam palavras de animação e *emojis*, que buscam transmitir mais sentido de forma mais econômica e manifestar, principalmente, emoções (Paiva, 2016).

Isso pôde ser constatado em diferentes publicações, como a destacada a seguir:

Imagem 5 - Postagem do GE no Instagram



Fonte: Instagram do GE (@ge.globo) em 17 de julho de 2023.

Na postagem acima é apresentada a agenda de jogos da Seleção Brasileira e, em sua legenda, aponta-se a estreia do Brasil com entusiasmo, convidando os espectadores a apoiarem a equipe. Além das mais de 10 mil curtidas, há 165 comentários nesta postagem. Neste contexto, diferentes manifestações de apoio a partir de *emojis* foram identificadas, como @dianymartins8, , que interagiu com “👏👏👏🔥🔥”. Além disso, foi possível identificar outros comentários de incentivo, como se nota abaixo:

@mima788: Ansiosa pra ver nossas meninas de ouro ✨

@emaanueelaa: Sorte pra nossa seleção. 🤔🤔

@eujessiicacostta: Bora Brasil!!!! 🔥❤️

Percebe-se que tais interações de endosso foram feitas a partir de perfis com nomes de usuários culturalmente atribuídos a mulheres. Esse apoio pode ser entendido como um reflexo do desenvolvimento e visibilidade da atuação de mulheres nos esportes. Sob essa perspectiva, em especial em relação ao futebol, esse apoio virtual pode ser percebido como um mecanismo de empoderamento e resistência das mulheres, o que potencializa o ciberespaço como um instrumento de afirmação de identidades fomentando uma rede de reconhecimento, visibilidade e apoio (Anjos et al, 2018).

Nesta mesma publicação, mas em outra perspectiva, alguns usuários demonstram seu apoio a equipe defendendo-as de ataques e críticas a modalidade:

@dayssantos04: “Muito triste ler esses comentários. Uma série de pessoas que não tem o mínimo de respeito pelo trabalho das mulheres. Sinto muito que sejam tão dispostos a destilar ódio e preconceito na Internet! Se tivessem essa mesma ânsia por estudar e compreender o futebol feminino, suas lutas, sua história etc certamente teriam orgulho de ver a evolução do futebol feminino.”

@letcia_akemi: “Incrível a quantidade de “incentivo” que tem nesses comentários. Pessoas altamente ignorantes, vcs aí que falam merda do esporte feminino não sabe da luta de cada uma dessas meninas, não só da seleção brasileira, mas mundialmente. Alguns homens não suportaria passar pelo que essas mulheres passaram. Já que “ninguém liga”, “ninguém assiste”, pra que tecer comentários que não vão contribuir positivamente as meninas!?! Se manquem bando de machos e mulheres escr..tas”

Em mais uma chamada para o início da Copa, no dia 18 de julho, o carrossel com imagens de todas as jogadoras que participavam do Brasileirão Feminino mencionado anteriormente recebeu algumas mensagens de endosso. Com um tom de empolgação, o GE convida os espectadores a interagirem na legenda: “FALTA POUCO!

👀🏆 E aí, alguma jogadora do seu time vai para a Copa do Mundo? Comenta aí! #ge #futebol #copadomundo #carrossel”. Como de praxe, houve muitos comentários de rejeição/contestação nos comentários. Isso despertou defesas em prol das jogadoras, como a dos usuários @goulart_ton: “A pessoa perde o tempo dela comentando que é contra. Parece que nem tem o que fazer. E não deve ter mesmo” e o @pablosilllva09: “@luiz_o7avio777 É? Tem gente que gosta de rebaixar o próprio país, quem deveria ter vergonha aqui é vc”.

Essa forma de apoio é frequente em várias publicações que, como as citadas acima. Em outra publicação, do dia 30 de julho, o G1 aponta uma curiosidade estatística sobre o desempenho das seleções femininas da Colômbia e do Brasil em Copas do Mundo, sendo esses dois países os únicos da América do Sul que já venceram seleções europeias em mundiais femininos. Na legenda, escrevem: “Brasil 🏆 Colômbia 🏆 Ganhar da seleção europeia. As colombianas ganharam da França, em 2015, e da Alemanha nesta Copa do Mundo #ge #futebol #copadomundo #vocesabia”. Mesmo exaltando a relevância dessas vitórias para o futebol de mulheres sul-americano, alguns usuários se prontificaram em defesa às críticas:

@vitorsiqueirap: @saber_direitocerto você não precisa assistir, mas ainda bem que o mundo não gira em torno de você. Os números estão aí pra mostrar isso. Houve um crescimento exponencial nos últimos 10 anos no futebol feminino. Então, você pode esperar à vontade, mas o esporte tá aí, que você queira ou não. Não gosta? Senta e chora.

@liciacryst77: @saber_direitocerto ninguém está apontando uma arma para sua cabeça obrigando-o a acompanhar o futfem. Assiste quem quer. Agora não tente forçar uma opinião tomando apenas a SUA realidade como régua. Os números falam por si só. Não há competição com o masculino, o futfem apenas está ganhando o seu espaço. Se VC não quer enxergar isso, a limitação não está na modalidade, mas no seu pensamento engessado.

Diante das diversas manifestações de violência simbólica⁵ nos comentários das publicações, nota-se que estes perfis seguem pronunciando-se de forma crítica a eles. Segundo Silveira (2022) essas manifestações servem como um mecanismo de resistência às relações de poder, como machismo e a lógica patriarcal do universo futebolístico, mostrando uma postura ativa a fim de buscar transformações sociais quanto a elas.

⁵ Zizek (2009) define a violência simbólica como aquela incorporada à linguagem e ao discurso, manifestando-se de forma sutil e rotineira nas interações sociais. Mesmo quando não explícita, ela contribui para a manutenção de relações de dominação, como a hierarquia de gênero, ao naturalizar sentidos que sustentam a desigualdade.

Deste modo, estes usuários apontam que, apesar das inúmeras barreiras que impediram o desenvolvimento do futebol de mulheres, este cenário está se modificando e os preconceitos quanto às mulheres no futebol estão sendo desnaturalizados. Salienta-se ainda que, mesmo essas conquistas incomodando aos que desprezam/não gostam da modalidade, elas são um fato e não há como contrapô-las.

Foram identificados, também, comentários que se apresentam como elogios, mas através de atletas homens de futebol, fazendo referência nominalmente a jogadores e/ou times masculinos, como se percebe abaixo. Na publicação de 24 de julho, o GE apresenta uma foto da comemoração de um dos gols da vitória brasileira por 4 a 0 na estreia da Seleção Brasileira contra o Panamá. Essa postagem recebeu 7.457 curtidas e 163 comentários, com menor engajamento do que a publicação para a derrota para a França mencionada anteriormente. Vários “elogios” foram direcionados a jogadora Ary Borges, autora do *hat-trick* da partida:

@naturuberla: Ari Borges e Romário joga.igualzinho vai ser o Pelé do futebol feminino.

@adrianferrari1: Ary Borges melhor que Richarlyson.

@paulo_vianaa: Melhor que os marmanjos da seleção masculina, pelo menos elas jogam com vontade

@ancelmo_juniorr: “Melhor que o time do Vasco”

@ramon_cr94: Já pode jogar no lugar do Pombo.

@rafaasiillvaa: Melhor que o Figueiredo do meu Vascão.

Esses tipos de comentários eram comuns em publicações sobre gols e vitórias da seleção, como a publicação de 29 de julho, que comemora o gol de empate contra a França, marcado pela jogadora Debinha. Seu gol foi comemorado com mais comparações a atletas masculinos, como os dos usuários @yuri.barrreto: “Essa Debinha parece o Dudu do Palmeiras, joga y joga” e @periclescrf93: “Boa, neymar de calcinha”.

Esses exemplos indicam uma perspectiva que atrela a legitimação do futebol de mulheres e suas atletas a representação de uma figura ou elemento do universo futebolístico dos homens (Wood, 2018). Sob essa perspectiva, torna-se importante questionarmos essa questão, pois o que está em jogo é a tendência da mídia em construir a imagem de uma jogadora com base na memória dos homens (Moreira, 2013).

Como se nota, essas manifestações de apoio nos indicam um contexto em que o futebol de mulheres e suas atletas são perspectivadas por esses sujeitos mediante sentidos e significados enraizados na lógica de que o futebol tem o homem como figura central de excelência.

Esse panorama pode influenciar na (re)produção de estereótipos de gênero na prática esportiva, o que pode reverberar em dificuldades de legitimação e apoio ao futebol de mulheres. Desse modo, torna-se relevante o estímulo a outras manifestações narrativas que valorizem as conquistas das mulheres a partir das suas singularidades, o que pode reverberar em uma (re)construção cultural esportiva mais equitativa.

Percebe-se, portanto, que mesmo cinco anos depois de Wood (2018: 571)⁶ afirmar que “... incluir o esporte como componente integral na construção da identidade feminina brasileira continuou a representar um desafio às visões normativas”, tal concepção ainda não fora superada.

Adicionalmente, também foram identificadas críticas à rede Globo em relação à cobertura midiática realizada durante a Copa de Mulheres, reivindicando mais conteúdo a respeito, principalmente, na TV. Dentre os quais, em postagem de 20 de julho com o resultado de Nova Zelândia e Noruega, de 6.660 curtidas e 119 comentários, vê-se:

@jcarlosrei disse: Ninguém liga inclusive a própria rede globo, se ligasse pelo menos estaria passando o jogo nos canais fechado, todos os Sport tv passando outros programas 🧑... nesse exato momento tv fechada segue programação normal.

@diegoprado_: A Globo e os patrocinadores são uma piada, não transmitir a Copa do Mundo na TV aberta?? Depois vem com essa conversa mole de igualdade.

@sandro21019: [...] a globo não mostra o futebol feminino, uma emissora que diz lutar pela igualdade, poderia fazer uma cobertura especial na copa do mundo feminina.

Nesse tom de cobrança, @brunaferreiracamp comentou em uma postagem de 20 de julho de 2023, que continha uma foto de atletas em ação, com o placar do jogo entre Austrália e Irlanda estampado: “A Globo não vai passar os jogos?? Alguém sabe aonde vai passar por favor. 😞”

Indica-se, com isso, uma demanda por ver mais partidas para além daquelas da seleção brasileira. Em postagem do dia 21 de julho, que reproduz um vídeo da atleta Marta, lendo cartas da família e fazendo manifestações de fé, @angel_.crf disse: “Por

⁶ Tradução da autoria.

que não vão transmitir TODOS os jogos da copa assim como fazem com o masculino? Essa de apoio é tudo papo. Era melhor ter deixado a cobertura com a band. Eles fariam um ótimo trabalho!”

É possível observar que, mesmo com o desejo de acompanhar os jogos da Copa, muitos usuários encontraram barreiras relacionadas à transmissão. Neste sentido, é importante sinalizar a necessidade de um posicionamento dos veículos midiáticos, especialmente do jornalismo esportivo denominado profissional, enquanto veículo de disseminação de informações e conteúdos, sendo responsável também pela visibilidade do futebol de mulheres, já que tradicionalmente a mídia, em grande medida, pauta o protagonismo das futebolistas apenas no período de competições de grande porte (Goellner, 2021).

Considerações finais

O objetivo deste trabalho foi analisar a recepção de usuários do Instagram em relação aos conteúdos sobre a Copa do Mundo de Futebol de Mulheres de 2023. O estudo buscou dialogar com o debate sobre esporte-mídia no futebol de mulheres a partir do Instagram, especificamente através da recepção de conteúdo sobre a Copa do Mundo de Futebol de 2023. Foram catalogados comentários do público de um perfil especializado em esportes, o Globo Esporte (GE). Esse conteúdo, de domínio público, foi utilizado para dialogar com a produção científica sobre futebol de mulheres e as normatividades e rupturas do contexto do esporte.

Os resultados sugerem que as barreiras à presença das mulheres no futebol persistem, visto tamanha disparidade entre os comentários de endosso e os comentários de contestação e/ou rejeição, sendo estes últimos mais abundantes. Grande parte das críticas às profissionais apresentavam características misóginas, e os mesmos não eram feitos em sua totalidade por perfis de usuários cujos nomes são culturalmente considerados “masculinos”, mas também por usuários que no perfil se identificam como mulheres, questionando a legitimidade das mulheres no futebol.

A expressão “ninguém liga” apareceu em quase todas as publicações catalogadas, deixando nítido a intenção de boicote a essas publicações. Em contrapartida, há um grande número de comentários que contrastam essas “afirmações”,

reivindicando ao perfil do Globo Esporte para que realizassem uma cobertura completa, assim como na modalidade masculina.

A atleta Marta, tema de várias das publicações catalogadas, também foi alvo de constantes críticas de usuários que acompanhavam o perfil do Globo Esporte, onde estes deslegitimam a sua importância. Fato é que ao atacarem Marta, estes perfis sinalizavam atacar também o futebol de mulheres, visto que a jogadora é um símbolo de representatividade da modalidade.

Os comentários de endosso estão representados em sua maioria como palavras ou frases motivacionais, buscando incentivar as atletas e o time. Há ainda perfis que, na tentativa de elogiar o time ou as atletas, utilizam de comparações com a modalidade masculina como forma de legitimar o futebol de mulheres, refletindo mais uma vez a lógica de que o futebol de mulheres, quando é bom, se parece/deve parecer com o masculino.

Assim, apesar de alguns avanços observáveis quanto à modalidade, a mídia televisiva segue deixando o futebol de mulheres à margem de seus interesses. Ainda que tenha realizado uma cobertura da Copa do Mundo de Mulheres maior que as anteriores, ainda há discrepâncias quanto à cobertura e iniciativas muito recentes de incluir comentaristas e narradoras mulheres. Cabe refletirmos como a cultura historicamente machista e excludente deste esporte terá que percorrer um longo caminho para que haja de fato o reconhecimento, visibilidade e respeito à modalidade e às demais mulheres profissionais e amadoras que atuam no universo do futebol.

É importante compreendermos que a mídia não está conectada diretamente apenas aos impactos dos estigmas sociais, mas que também é fruto deles mesmos e de sua cultura. Deste modo, esse estudo busca contribuir para futuras pesquisas acerca da presença das mulheres no futebol, e, como sugestão, acessando como as mídias sociais e os discursos dos usuários são percebidos por elas e impactam sua saúde mental, suas performances e suas carreiras.

Referências

ABRAHÃO, Bruno O. L. CALDAS, Demetrius. *O futebol como identidade nacional e social: uma revisão sistemática (2002 a 2021)*. FuLiA/UFMG, Belo Horizonte, v. 7, n. 2, p. 184–215, 2022.

ABREU, Fernanda S. de. *Lazer, gênero e pandemia: percepções e experiências de professores e professoras de educação física da rede pública de ensino de Sete Lagoas/MG*. 2022. Dissertação (Mestrado em Estudos do Lazer) — Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

ABREU, Fernanda S. de; CHAVES, Elisângela; SANTOS, Doiara S. dos. *Lazer e gênero: práticas e percepções de professores e professoras de educação física de uma cidade mineira*. Revista Didática Sistêmica, [S. l.], v. 26, n. 1, p. 17–31, 2024. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/redsis/article/view/16806>. Acesso em: 17 mai. 2025.

ANJOS, Luiza A., et al. *Guerreiras Project: futebol e empoderamento de mulheres*. Revista Estudos Feministas, v. 26, n. 1, p. e44154, 2018.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo Clássica*. Lisboa: 70 ed., 2006.

BEIRITH, Mariana K.; ARALDI, Franciane M.; FOLLE, Alexandra. *Produção científica relacionada ao futebol de mulheres em teses e dissertações brasileiras na área da educação física*. Movimento, v. 27, p. e27064, 2021.

BONFIM, Aira; DOS SANTOS, Alberto Luiz; SPAGGIARI, Enrico. “*Mas existem equipes de futebol de várzea femininas?*”: o processo de mapeamento do futebol de mulheres em São Paulo. FuLiA/UFMG, v. 9, n. 1, p. 158-187, 2024.

BOSCHILIA, Bruno; MEURER, Sidmar S. *Refletindo sobre a participação da mulher no esporte moderno: algumas relações entre gênero e mídia impressa*. EFDeportes.com, Revista Digital, Buenos Aires, n. 97, fev. 2006. Disponível em: <https://www.efdeportes.com/efd97/mulher.htm>. Acesso em: 26 maio 2025.

BRANCHER, Emerson A., et al. *Futebol feminino, identidade de gênero e sexismo*. Revista Brasileira de Futsal e Futebol, v. 14, n. 57, p. 72-80, 20 jun. 2022.

BRASIL. *Decreto nº 83.284, de 13 de março de 1979*. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d83284.htm. Acesso em: 27 maio 2025, 20h44.

BOURDIEU, Pierre. *Coisas Ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1990.

BURGO, Taciana de L.; LAURO, Laís S. de; MOREIRA, Marília D. *Instagram e a reafirmação de estereótipos do corpo feminino ideal*. Razão e Palavra, v. 24, n. 109, 2021.

CAMARGO, Wagner X de. *Leituras de gênero e sexualidade nos esportes*. 1ed. São Carlos: EdUFSCar, 2021.

CORREIA, Marcos M.; DEVIDE, Fabiano P.; MURAD, Maurício. *Discurso da licenciatura em Educação Física sobre as questões de gênero na formação profissional em Educação Física*. In: DEVIDE, Fabiano P. (Org.). Estudos de gênero na Educação Física e no esporte. Curitiba: Appris, 2017. p. 17–48.

CONNELL, Raewyn. *Gênero em termos reais*. Trad. M. Moschkovich. São Paulo: nVersos, 2016.

DE LIMA, Alexandre B.; DE CARVALHO, Zilmara de J. V. *Os rumos de uma nova episteme: reflexões sobre uma proposta de genealogia interseccional dos fenômenos contemporâneos*. In: FREITAS, F. L. C. (Org.). *Algumas interseções epistemológicas e metodológicas entre as Ciências Humanas e os Saberes Psis*. São Luís: EDUFMA, 2024. p. 186-208.

DEVIDE, Fabiano P. *Estudos das masculinidades na Educação Física e no esporte: reflexões e contribuições sobre as teorias de Raewyn Connel e Eric Anderson*. In: DEVIDE, Fabiano P. e BRITO, Leonardo T. (Org.) *Estudos das masculinidades na Educação Física e no esporte*. São Paulo: Versos, 2021.

FRANZINI, Fábio. *Futebol é "coisa para macho"?: Pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol*. *Revista brasileira de história*, v. 25, p. 315-328, 2005.

FRENDIA, Simona et al. *Online hate speech against women: Automatic identification of misogyny and sexism on twitter*. *Journal of intelligent & fuzzy systems*, v. 36, n. 5, p. 4743-4752, 2019.

GIGLIO, Sérgio S.; PRONI, Marcelo W. (Orgs.). *O futebol nas Ciências Humanas no Brasil*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2020.

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

GOELLNER, Silvana V. *Women and football in Brazil: discontinuities, resistance, and resilience*. *Movimento*, v. 27, p. e27001, 2021.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Tradução: Adelaine La Guardia Resende et al. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

JANUÁRIO, Soraya M. B. B. *Copa do Mundo e futebol das mulheres: a cobertura midiática nas edições de 2015 e 2019, numa perspectiva de gênero*. *Mosaico – Revista Multidisciplinar de Humanidades, Vassouras*, v. 14, n. 1, p. 02–13, jan./abr. 2023.

JANUÁRIO, Soraya B. *Marta em notícia: a (in)visibilidade do futebol feminino no Brasil*. *FuLiA/UFMG, Belo Horizonte*, v. 2, n. 1, p. 28–43, 2017.

KNIJNIK, Jorge D. *Gênero: um debate que não quer calar*. In: KNIJNIK, J. D. (org.) *Gênero e esporte: masculinidades e feminilidades*. Rio de Janeiro: Apicuri, 2010, p. 25-65.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução: C. COSTA. São Paulo: Editora 34, 1999.

MANNE, Kate. *Down girl: the logic of misogyny*. Nova Iorque: Oxford University Press, 2018.

MARQUES, Pablo. *72% dos brasileiros leem notícias nas mídias sociais*. *Poder 360*, Brasília, 25 de dez. 2016. Disponível em:

<https://www.poder360.com.br/midia/72-dos-brasileiros-leem-noticias-nas-midias-sociais/>. Acesso em: 22 set. 2023.

MINAYO, Maria C. de S. *Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade*. Ciênc. saúde coletiva, v. 17, n. 3, p. 621-626, 2012.

MORAES, Enny V.; PISANI, Mariane; KESSLER, Claudia. *Resistência, interseccionalidade e fontes documentais jornalísticas: preenchendo lacunas no futebol de mulheres*. Cadernos Pagu, n. 70, p. e247009, 2024.

MOREIRA, Robert P. *Marta past Messi: (re)definitions of gender and masculinity, patriarchal structures, and female agency in international soccer*. Soccer & Society, 15:4, p.503-516, 2013.

NOVAIS, Mariana C. B. et al. *Treinadoras e auxiliares do futebol de mulheres no Brasil: subversão e resistência na liderança esportiva*. Movimento, v. 27, p. e27023, 2022.

PACHECO, Leonardo T. *Mulheres e narração de futebol: desafios de um ofício*. FuLiA/UFGM, v. 8, n. 2, p. 61-81, 2023.

PAIVA, Vera L. M. de O. *A linguagem dos emojis. Trabalhos em Linguística Aplicada*, Campinas, SP, v. 55, n. 2, p. 379-399, 2016.

PASINATTO, Rubiamara.; OLIVEIRA, Lisiane A. de. “CHEGA DE [...] MI-MI-MI”: *O funcionamento discursivo da expressão e seus efeitos de sentido no twitter*. Linguagem em (Dis)curso, v. 23, p. e-1982-4017-23-33, 2023.

RIAL, Carmen; DE ALMEIDA, Caroline Soares. *O “gênero da bola”: Mulheres e futebol na mídia*. ALCEU, v. 24, n. 52, p. 84-119, 2024.

RIBEIRO, Raphael R. *Da proibição do futebol de mulheres: a atuação do Conselho Nacional de Desportos e a interdição esportiva feminina no Brasil (1941-1957)*. Tempo, v. 29, n. 2, p. 86-106, 2023.

SALVINI, Leila; JÚNIOR, Wanderley M. *Velhos tabus de roupa nova: o futebol feminino na revista Placar entre os anos de 2000-2010*. Praxia-Revista on-line de Educação Física da UEG, v. 1, n. 2, p. 55-66, 2013.

SANTOS, Doiara S. dos.; MEDEIROS, Ana G. A. M. *O futebol feminino no discurso televisivo*. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, v.34. n.1, p. 185-196, 2012.

SILVEIRA, Graciele U. D. *#ELEITAS: violência simbólica e resistência em interações na página Quebrando o Tabu no Facebook sobre a participação feminina na política*. Ilha do Desterro, v. 75, p. 76-94, 2023.

SOUZA, Antonio. *Brasil Ladies Cup: como a competição mudou o olhar das marcas para o futebol feminino*. Exame, São Paulo, 18 out. 2023. Disponível em: <https://exame.com/esporte/brasil-ladies-cup-como-a-competicao-mudou-o-olhar-das-marcas-para-o-futebol-feminino/>. Acesso em: 20 set. 2023.

SOUZA, Yuri D.; SANTOS, Doiara S. dos. *A supremacia do futebol feminino estadunidense: Indicadores qualitativos de sucesso esportivo*. Revista Brasileira de Futsal e Futebol, v. 14, n. 59, p. 383-390, 2022.

TRAVERS, Travers. *The carceral logic of female eligibility policies: Gender as a civilizing narrative, the science of sex testing, and anti-trans legislation*. Sociology of Sport Journal, v. 41, n. 3, p. 213-223, 2024.

TSUTSUI, Ana L. N. *Vem torcer com a gente! Análise da Copa do Mundo Feminina 2023 nas redes sociais do GE*. Dispositiva, Belo Horizonte, v. 13, n. 23, p. 94–115, 2024.

VALINOR, Rodrigo. *O que é Instagram? Guia completo sobre a rede social*. Remessa Online, São Paulo, 11 de abr. 2022. Disponível em: <https://www.remessaonline.com.br/blog/o-que-e-instagram/>. Acesso em: 21 set. 2023.

VEIGA, Edson. *Como o futebol vem ganhando interesse feminino no Brasil*. UOL Notícias, São Paulo, 19 jul. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/deutschewelle/2023/07/19/como-o-futebol-v-em-ganhando-interesse-feminino-no-brasil.htm>. Acesso em: 26 maio 2025.

VIMIEIRO, Ana C.; EUGÊNIO, Flaviane R.; SOUZA, Olívia L. P. de. *Estudos sobre mídia, esporte e gênero no Brasil: Narrativas do futebol feminino e algumas propostas*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, v. 28, p. 1–24, 2025.

VIMIEIRO, Ana C.; RODRIGUES EUGÊNIO, Flaviane; PILAR DE SOUZA, Olívia L. *A produção acadêmica sobre mídia, gênero e esporte no Brasil (2000-2020): reflexões a partir da Comunicação*. Revista Eco-Pós, v. 26, n. 3, p. 196–222, 2023.

WOOD, David. *The Beautiful Game? Hegemonic Masculinity, Women and Football in Brazil and Argentina*. Bulletin of Latin American Research, v.37, n. 5, p.567–581, 2018.

ZIZEK, Slavoj. *Violência: seis notas à margem*. Trad. Miguel Serras Pereira. Lisboa: Relógio D'Água, 2009.