

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA e TURISMO**

LUDMILLA SILVA DE SOUZA

Desimpedidas: o Papel da Comunicação na Luta Contra a Desigualdade de Gênero no
Futebol Brasileiro.

São Paulo

2023

LUDMILLA SILVA DE SOUZA

Desimpedidas: o Papel da Comunicação na Luta Contra a Desigualdade de Gênero no Futebol Brasileiro.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharela em Relações Públicas.

Orientador: Prof^a. Dr^a. [Maria Aparecida Ferrari](#)

São Paulo

2023

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Souza, Ludmilla Silva de
Desimpedidas: o Papel da Comunicação na Luta Contra
a Desigualdade de Gênero no Futebol Brasileiro. /
Ludmilla Silva de Souza; orientadora, Maria Aparecida
Ferrari. - São Paulo, 2024.
93 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo /
Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São
Paulo.

Bibliografia

1. Futebol feminino. 2. Comunicação esportiva. 3.
Desigualdade de Gênero. 4. Feminismo . I. Ferrari, Maria
Aparecida. II. Título.
CDD 21.ed. -
302.2

LUDMILLA SILVA DE SOUZA

Desimpedidas: o Papel da Comunicação na Luta Contra a Desigualdade de Gênero no Futebol
Brasileiro.

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola de
Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para a
obtenção do título de bacharel em Relações Públicas.

Aprovada em: ____/____/_____

Banca Examinadora

Nome _____

Instituição _____

Nome _____

Instituição _____

Nome _____

Instituição _____

Dedico este trabalho, com profundo amor e admiração, às minhas avós, Zelinda e Maria Blandina, que, mesmo sem conhecerem as teorias sobre feminismo ou empoderamento feminino, sempre foram exemplos inspiradores de mulheres fortes e determinadas. Dedico este trabalho também aos meus pais, que sempre acreditaram em mim e investiram na minha educação, permitindo que eu chegasse até aqui.

AGRADECIMENTOS

A fé sempre foi um elemento muito presente em minha vida, algo que aprendi e desenvolvi através da minha família, especialmente com minhas avós. Por isso, preciso iniciar os agradecimentos citando primeiramente a Deus e à fé que me sustentou em diversos momentos difíceis e me trouxe até aqui.

Gostaria de agradecer aos meus pais, que sempre me proporcionaram oportunidades, incentivaram meus estudos e estiveram ao meu lado, torcendo e auxiliando. Em especial, à minha mãe, que foi a maior apoiadora deste sonho, acreditando e investindo em mim.

Agradeço também a todos os meus tios e tias, especialmente à Tia Rose, Tia Cleusa e Tia Néia, que desde a minha infância se dedicaram a cuidar de mim, apoiar e incentivar meus estudos. Elas foram fundamentais na minha criação e assumiram papéis importantes no meu desenvolvimento.

Aos meus primos e primas, que, na ausência de irmãos, assumiram e cumpriram tão bem esse papel, inclusive me ajudando a descobrir minha paixão pelo esporte e pelo futebol. E a Isabella, Larissa e Lívia, que vieram depois e me lembram todos os dias que devo continuar sempre em frente e buscar mais, pois sei que sou uma referência para vocês. Se hoje luto por mais, é porque quero que saibam que sempre podem ir além.

Às minhas avós, que são meu grande amor. Agradeço à Vó Zelinda, que, mesmo não estando mais fisicamente presente, carrego sempre em meu coração. Seu legado de fé, dedicação e amor jamais será esquecido. Cuido com zelo de suas memórias, assim como ela sempre cuidou e zelou por mim. Agradeço à Vó Maria, que sempre me mostrou a importância de ser forte, superando grandes obstáculos para estar comigo e continuando a enfrentá-los para permanecer presente. Sempre com boas piadas e um sorriso no rosto, ela me lembra da beleza da vida.

Agradeço também às amigas de vida, que posso chamar de irmãs: Beatriz, Lays, Mariana e Natália. Obrigada por estarem comigo há quase dez anos. Mesmo que distantes fisicamente, vocês sempre me lembram do valor da verdadeira amizade.

Entrar na ECA não foi uma tarefa fácil, e sair também não está sendo, mas posso dizer que tudo valeu muito a pena, pois aqui vivi os melhores anos da minha vida. Por isso, também não posso deixar de agradecer às pessoas que fizeram esses anos serem mais que especiais.

À minha turma "RP19", que ouso dizer foi uma das melhores safras da ECA. Foi um imenso privilégio me desenvolver como comunicadora ao lado de vocês. Em especial, à Julia, que desde o início e até hoje é minha grande dupla, o Tico e o Teco, alguém com quem sei que posso contar além da graduação e levarei para a vida.

À ECAtlética, meu primeiro amor ecano, que conheci antes mesmo de ingressar na USP, mas já amava. Essa entidade para sempre terá minha gratidão por me introduzir a um dos meus maiores amores, o esporte universitário. Vivendo a ECAtlética, consegui enfrentar um dos momentos mais difíceis da minha vida, e graças a ela, o roxo e o amarelo sempre serão símbolos de amor e gratidão para mim.

Ao Quebeleza, meu grande amor ecano, onde encontrei amizades que levarei para o resto da vida. Foi com o Quebeleza que descobri a felicidade de ter a semana comprometida com treinos e os finais de semana com jogos, porque é sempre bom fazer o que a gente ama com quem a gente ama. Agradeço a todas do Quebeleza por terem dado sentido a isso, especialmente à Carol, Maria, Rafa, Lorena e Carioca, que sempre me acolheram e tornaram tudo ainda mais especial.

À Futxeca, que me escolheu, acreditou em mim e me lembrou como amo o futebol. Esse time me mostrou como é gratificante ganhar um inter e me ajudou a realizar o sonho de conquistar medalhas no JUCA, dando-me três medalhas. Me fez descobrir novos talentos e que quando queremos muito algo, as coisas acontecem.

Ao BIFE, que me mostrou a complexidade do esporte universitário. Apesar da nossa relação agri-doce, serei para sempre grata, pois me fez conhecer grandes amigos que levarei para a vida: Tainá, Tubi, Peppe e Calado. Agradeço a esses grandes amigos que me mostram sempre o valor da amizade e com quem divido a grande paixão pelo esporte universitário. Eles me fazem entender perfeitamente o que Emicida quer dizer quando afirma que "quem tem um amigo tem tudo."

À LAAUSP, uma das entidades menos unânimes da USP, mas que de longe é a minha favorita. Foi aqui que realmente me encontrei e descobri o que faz sentido para mim e o que quero para minha vida: o esporte. Seja de maneira amadora ou profissional, dentro ou fora de quadra, descobri que é isso que quero sempre fazer. Agradeço a todos que construíram e viveram essa loucura comigo, a gestão LAAUSP 2023.

À Sofia e ao Davi, que foram minha família do outro lado do oceano, viveram comigo um dos momentos mais especiais da minha vida e dividiram um sonho comigo. Essa amizade me faz acreditar que existem pessoas predestinadas a estarem na sua vida, pois dão mais sentido a ela, mesmo distantes e ou em qualquer lugar do mundo.

À Profª Maria Aparecida, grande referência acadêmica e profissional, que acreditou no meu projeto e se dispôs a me orientar. Sua presença constante, seus ensinamentos e disposição para extrair o melhor de mim foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho. Sou imensamente grata pelo seu apoio e dedicação.

Quem sabe o que será a mulher quando finalmente
livre para ser ela mesma?
(FRIEDAN, Betty, 1971)

RESUMO

SOUZA, Ludmilla Silva de. **Desimpedidas:** o Papel da Comunicação na Luta Contra a Desigualdade de Gênero no Futebol Brasileiro. 2024. 84 f. Dissertação (Bacharelado em Relações Públicas). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

O objetivo deste trabalho é compreender o impacto do Estado brasileiro, da mídia e do envolvimento de grandes empresas na promoção da visibilidade do futebol feminino no Brasil. Para isso, realiza-se uma análise histórica do desenvolvimento do futebol feminino no país, examinando as questões de gênero no esporte e como elas influenciam essa modalidade.

O estudo investiga como as estratégias de comunicação podem ser utilizadas para sensibilizar, conscientizar e engajar a sociedade, promovendo uma maior valorização das mulheres no futebol. Demonstra-se que a combinação de políticas públicas, estratégias de comunicação eficazes e apoio do setor privado pode transformar o futebol feminino no Brasil.

A análise inclui a Estratégia Nacional para o Futebol Feminino, que busca criar um ambiente sustentável e inclusivo para o desenvolvimento do esporte feminino no Brasil. A pesquisa também destaca a importância da escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo Feminina de 2027. Este evento representa uma oportunidade única para consolidar os avanços obtidos até agora e reforçar o futebol feminino como uma ferramenta poderosa de inclusão social e desenvolvimento econômico.

Além disso, o estudo examina o papel crucial das marcas patrocinadoras, como a Neoenergia, neste ecossistema. A inserção de grandes empresas no cenário do futebol feminino pode gerar mais investimentos, ajudando significativamente no crescimento e fortalecimento da modalidade.

Palavras-chave: Futebol feminino, Copa do Mundo Feminina, Feminismo, Desigualdade de Gênero, Empoderamento feminino, Comunicação Esportiva.

ABSTRACT

SOUZA, Ludmilla Silva de. ‘Desimpedidas’: The Role of Communication in the Fight Against Gender Inequality in Brazilian Soccer. 2024. 84 pages. Dissertation (bachelor’s in public relations). School of Communications and Arts, University of São Paulo, São Paulo, 2024.

The objective of this work is to understand the impact of the Brazilian government, media, and the involvement of major companies in promoting the visibility of women's football in Brazil. To achieve this, a historical analysis of the development of women's football in the country is conducted, examining gender issues in sports and how they influence this sport.

The study investigates how communication strategies can be used to sensitize, raise awareness, and engage society, promoting greater appreciation for women in football. It is demonstrated that the combination of public policies, effective communication strategies, and support from the private sector can transform women's football in Brazil.

The analysis includes the National Strategy for Women's Football, which seeks to create a sustainable and inclusive environment for the development of women's sports in Brazil. The research also highlights the importance of choosing Brazil as the host country for the 2027 Women's World Cup. This event represents a unique opportunity to consolidate the progress made so far and reinforce women's football as a powerful tool for social inclusion and economic development.

Additionally, the study examines the crucial role of sponsoring brands, for example Neoenergia, in this ecosystem. The involvement of major companies in the women's football scene can generate more investment, significantly aiding in the growth and strengthening of the sport.

Keywords: Women's football, Women's World Cup, Feminism, Gender Inequality, Women's Empowerment, Sports Communication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Decreto-Lei foi publicado no governo Getúlio Vargas	17
Figura 2- Torcedoras dos grandes clubes paulistas nos anos 1920	21
Figura 3- Torcida Uniformizada do Cambuci no primeiro campo de futebol do clube Associação Portuguesa de Desportos, no bairro paulistano do Cambuci. São Paulo, 1935.....	22
Figura 4- Anúncio do certame entre equipes femininas do C.R. Flamengo durante a ‘festa sportiva’ realizada em 1919.....	23
Figura 5- Propaganda do Circo Irmãos Queirolo com atrações de futebol feminino.....	24
Figura 6- Atrizes das famílias circenses Queirolo e Seyssel em Minas Gerais, 1926.....	24
Figura 7- Sport Club Brasileiro e Casino Realengo Futebol Clube, dois times de futebol feminino, disputaram a primeira partida de futebol feminino no país em 1940.....	25
Figura 8- Trecho da matéria do jornal A Batalha publicada em 23 de Junho de 1940	26
Figura 9- Manchete do jornal O Imparcial, datada de 15 de janeiro de 1941, intitulada "Pé de mulher não foi feito para se meter em shooteiras!"	27
Figura 10- Manchete do jornal Diário de Notícias (RJ), 04 set. 1941.....	28
Figura 11- Ingresso para partida entre vedetes	29
Figura 12- Cirene Portugal, autora do gol da equipe carioca durante a partida realizada no Pacaembu.....	29
Figura 13- A Federação de Futebol Pernambucano se posicionou contra a exibição do futebol entre vedetes na cidade de Recife (PE)	30
Figura 14- a "desobediente" Lea Campos, primeira mulher a se tornar árbitra de futebol no mundo	32
Figura 15- Campeonato entre Sport e Santa Cruz no Centro Social Bidu Krause, Recife (PE), em 1983	34
Figura 16- jogadoras da Seleção Brasileira de 1988 a caminho do Women's Invitational Tournament.....	35
Figura 17- Ingresso da primeira Copa do mundo de Futebol Feminino, patrocinada pela M&M’s	35
Figura 18- A primeira equipe de arbitragem inteiramente feminina da FIFA, em 1991, composta pela brasileira Cláudia Vasconcelos, Linda Black, da Nova Zelândia, e Zuo Xiudi, da China.....	36
Figura 19- EUA celebram conquista do título da primeira Copa do Mundo Feminina, em 1991	37

Figura 20- Seleção Brasileira na primeira edição da primeira Copa do Mundo Feminina, em 1991	37
Figura 21- Seleção Brasileira nos Jogos Olímpicos em Atlanta nos EUA em 1996.....	38
Figura 22- Sissi carrega a bola durante partida contra a Itália, pela Copa do Mundo feminina de 1999	39
Figura 23- Seis vezes eleita a melhor jogadora do mundo - feito único na premiação da FIFA -, a alagoana Marta Vieira da Silva é o maior fenômeno do futebol feminino do século XXI.	40
Figura 24- Emily Lima, a primeira técnica da Seleção Brasileira de Futebol Feminino	41
Figura 25- Análise do Panorama dos Times de Futebol Feminino em 2019	43
Figura 26- Ao lado de Formiga, Marta protesta por igualdade de gênero em Copa do Mundo de 2019	44
Figura 27- Estádio cheio para a final entre Corinthians e São Paulo no Campeonato Paulista Feminino de 2019.	45
Figura 28- Seleção brasileira feminina estreia na Copa do Mundo 2023, contra o Panamá ...	47
Figura 29- Presidente da CBF, Ednaldo Rodrigues, discursa após Brasil ser escolhido sede da Copa do Mundo Feminina de futebol de 2027	48
Figura 30- Sissi, considerada a melhor jogadora da primeira geração de boleiras pós-proibição.	54
Figura 31- Comparativo dos Locais de Jogos do Futebol Feminino e Masculino nos Principais Clubes Brasileiros.....	59
Figura 32- Marta publicou foto em que aparece em um treinamento da seleção brasileira....	61
Figura 33- Marta com a chuteira da Go Equal, uma campanha criada para defender a equidade de gênero no futebol.....	62
Figura 34- Anúncio publicitário divulgado pelo governo federal como parte da campanha da Estratégia Nacional para o Futebol Feminino	72
Figura 35- Julia Gelli durante visita ao Clube Botafogo	75
Figura 36- Registro do torcedor mirim nas Olimpíadas de 2016	76

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	A HISTÓRIA DO FUTEBOL FEMININO NO BRASIL	17
2.1	O lugar das mulheres na história do futebol feminino brasileiro	17
2.2	O nascimento do futebol no país do futebol	18
2.3	História das mulheres no país do futebol (de homens).....	21
2.4	O futebol feminino no Brasil após a (des)proibição: entre 1983-2018	34
2.5	O cenário atual do futebol de mulheres no Brasil (2019-2024)	42
3	REFLEXOS DO MACHISMO NO FUTEBOL BRASILEIRO: BRASIL O PAÍS DO FUTEBOL... MASCULINO	50
3.1	Diferença de visibilidade	53
3.2	Desigualdade de Estrutura	56
3.3	Desigualdade financeira	59
4	O PAPEL DA COMUNICAÇÃO E DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NO DESENVOLVIMENTO DO FUTEBOL FEMININO BRASILEIRO	68
4.1	O futebol é de TODAS, a torcida é do Brasil: ações do governo brasileiro para valorização do futebol feminino no Brasil	71
4.2	Brasil, uma escolha natural: Brasil como Sede da Copa do Mundo Feminina de 2027, uma Conquista para a Valorização do Futebol Feminino.....	75
4.3	Neoenergia: Primeira Empresa a patrocinar exclusivamente o futebol feminino no Brasil	81
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	84
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88

1 INTRODUÇÃO

Sempre fui a menina que deixava as bonecas de lado para correr atrás da bola com meus primos e adorava jogar futebol com os meninos na educação física. Embora não fosse comum ver meninas tão interessadas no futebol, isso nunca me impediu. Um dos meus primeiros atos de "rebeldia" e "empoderamento" envolvia o futebol: desafiando a tradição corintiana da minha família, declarei meu amor pelo São Paulo, um grande rival.

Esse espírito contestador me levou a questionar a invisibilidade do futebol feminino e a absurda ideia de que "futebol não é coisa de menina", uma frase que ouvi incontáveis vezes na infância. E aqui estamos falando dos anos 2000, não do século passado. Naquela época, o futebol feminino quase não aparecia na televisão. Eu sabia quem eram Marta, Cristiane e Formiga, por exemplo, mas não tinha como acompanhá-las. Os campeonatos de clubes no futebol feminino eram raros; a Libertadores foi criada em 2009 e o Brasileirão em 2013. A falta de visibilidade e as ideias machistas sobre o futebol feminino sempre me pareceram absurdas, e eu nunca entendi por que havia tanta resistência contra as mulheres no futebol. Esse questionamento cresceu comigo.

Se antes para a mulher era proibido por lei a prática do futebol, hoje em dia esse direito é assegurado. No entanto, apenas garantir o direito não é suficiente. É necessário implementar iniciativas que incentivem e promovam a prática esportiva feminina, criando condições reais de participação e valorização. Como afirma a Lei nº 14.597, de 14 de junho de 2023:

§3º É direito da mulher, em qualquer idade, ter oportunidades iguais de participar em todos os níveis e em todas as funções de direção, de supervisão e de decisão na educação física, na atividade física e no esporte, para fins recreativos, para a promoção da saúde ou para o alto rendimento esportivo. (BRASIL, 2023)

Essa premissa fundamental orienta este estudo sobre o impacto do Estado brasileiro, da mídia e das grandes empresas na promoção da visibilidade do futebol feminino no Brasil.

O futebol feminino no Brasil tem uma trajetória repleta de desafios e conquistas, refletindo questões maiores de gênero, cultura e políticas sociais. Desde os primórdios, as mulheres enfrentaram inúmeras barreiras, tanto estruturais quanto culturais, para se afirmarem no cenário esportivo. Durante décadas, mulheres foram formalmente proibidas de praticar esportes considerados masculinos, como o futebol, até a década de 70. Esse cenário reflete uma sociedade patriarcal, onde o esporte perpetuava as desigualdades de gênero. No entanto, a luta das jogadoras por espaço e reconhecimento trouxe à tona questões importantes sobre a representação feminina e a igualdade de oportunidades. Com isso em mente, este trabalho busca compreender como o Estado brasileiro, a mídia e grandes empresas estão promovendo a visibilidade do futebol feminino no Brasil.

O papel do Estado brasileiro é essencial para mudar essa realidade e políticas públicas, como a Estratégia Nacional para o Futebol Feminino, têm sido desenvolvidas para criar um ambiente sustentável e inclusivo para o esporte. Essas políticas incentivam a prática do futebol entre mulheres, valorizando e profissionalizando a modalidade, criando condições para que atletas e equipes possam se desenvolver e competir em igualdade de condições. Além disso, é necessário promover campanhas educacionais que desafiem os estereótipos de gênero e incentivem a participação das mulheres no esporte desde a infância.

A mídia também desempenha um papel fundamental na construção da imagem do futebol feminino. A cobertura midiática pode sensibilizar e conscientizar a sociedade sobre a importância do esporte feminino, além de engajar o público e gerar maior visibilidade para as atletas. Este trabalho analisa como estratégias de comunicação eficazes podem ser utilizadas para promover uma maior valorização das mulheres no futebol, destacando casos de sucesso e identificando áreas de melhoria. A inclusão de narrativas inspiradoras e a cobertura de competições femininas em horários de destaque são algumas das estratégias que podem ser adotadas.

O envolvimento de grandes empresas e marcas patrocinadoras é outro aspecto vital nesse ecossistema. O apoio financeiro e institucional do setor privado pode impulsionar o desenvolvimento do futebol feminino, fornecendo os recursos necessários para infraestrutura, treinamento e competições. Ao associarem suas imagens ao futebol feminino, as marcas contribuem não apenas para o crescimento do esporte, mas também para a mudança de percepção sobre o papel das mulheres no esporte e na sociedade. Programas de patrocínio que incluam suporte financeiro e ações de marketing que destaquem as atletas e suas histórias são essenciais para esse desenvolvimento.

A escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo Feminina de 2027 representa uma oportunidade única para consolidar os avanços obtidos até agora. Este evento global pode servir como uma plataforma para mostrar o desenvolvimento do futebol feminino no país, além de impulsionar novas políticas e investimentos. A Copa do Mundo de 2027 tem o potencial de reforçar o futebol feminino como uma ferramenta poderosa de inclusão social e desenvolvimento econômico, gerando benefícios duradouros para o esporte e para a sociedade brasileira como um todo. O evento pode atrair investimentos em infraestrutura esportiva e turística, além de aumentar o interesse e a participação de novas gerações de jogadoras.

Portanto, este estudo não apenas traça um panorama histórico e social do futebol feminino no Brasil, mas também enfatiza a importância das estratégias de comunicação e do apoio institucional e corporativo para transformar esse cenário. Ao analisar o impacto

combinado das políticas públicas, da mídia e do setor privado, este trabalho busca oferecer uma compreensão abrangente e multifacetada do ecossistema do futebol feminino no Brasil, apontando caminhos para seu fortalecimento e valorização contínua. Além disso, destaca-se a necessidade de uma abordagem integrada que envolva todos os setores da sociedade para garantir um desenvolvimento sustentável e inclusivo do futebol feminino no país.

2 A HISTÓRIA DO FUTEBOL FEMININO NO BRASIL

2.1 O lugar das mulheres na história do futebol feminino brasileiro

Refletindo a persistente desigualdade de gênero na sociedade, as mulheres são rotineiramente deixadas de fora da narrativa histórica, relegadas a papéis secundários em comparação aos homens, que ocupam o centro do palco. Segundo Michelle Perrot (2017), os historiadores, majoritariamente homens, tendem a escrever a história de uma perspectiva masculina, deixando de lado a contribuição e o papel das mulheres.

Essa exclusão histórica das mulheres também se manifesta no contexto do futebol, onde normas de gênero estabeleceram diferenças claras entre a prática feminina e masculina do esporte. Para as mulheres, a experiência esportiva foi significativamente distinta da dos homens, com o futebol se consolidando como um domínio exclusivamente masculino, refletindo os valores socioculturais da época.

Enquanto o futebol foi praticado por homens desde sua chegada no Brasil, por volta de 1894, as mulheres não tinham permissão para participar do esporte. Isso contribui para a lacuna na história do futebol feminino no Brasil, pois há escassez de registros e evidências documentadas.

Um exemplo disso é a declaração oficial do Conselho Nacional de Desportos em 1941. Em 14 de abril de 1941, durante o Estado Novo varguista, foi emitido um decreto que proibia as mulheres de participar de esportes considerados "incompatíveis com as condições de sua natureza", dentre eles o futebol, como pode ser visto na Figura 1.

Figura 1- Decreto-Lei foi publicado no governo Getúlio Vargas



Fonte: Reprodução/ Twitter/ Museu do Futebol

A história do futebol feminino é uma narrativa intrinsecamente ligada à persistente luta contra o preconceito, à quebra de estigmas e à busca por reconhecimento, destacando-se a resistência das mulheres jogadoras em períodos nos quais sua participação era proibida. Esse cenário reflete diretamente a desigualdade de gênero na prática esportiva. Afinal, por quase 40 anos, as mulheres foram proibidas de jogar futebol no Brasil, um fato carregado de simbolismo que ilustra essa realidade.

Através desta proibição criou-se um grande estigma de preconceito contra as mulheres que desejavam jogar futebol, estigma este que persiste até os dias atuais. No entanto, para entender completamente essa história, é melhor começar do início.

2.2 O nascimento do futebol no país do futebol

A introdução do futebol no Brasil é alvo de diferentes relatos. Alguns afirmam que marinheiros estrangeiros trouxeram o esporte em 1864. Outros citam os anos de 1874 e 1878, com partidas em frente à residência da Princesa Isabel. Além disso, há registros do futebol "caipira", praticado por volta de 1867 no interior de São Paulo. No entanto, a versão mais aceita é a de que Charles Miller, filho de um engenheiro escocês e de uma brasileira de ascendência inglesa, trouxe a versão organizada do futebol para São Paulo.¹

Nascido no bairro do Brás em 1874, Charles Miller partiu para a Inglaterra aos nove anos para se dedicar aos estudos. Em 1894, ao retornar, trouxe consigo não apenas conhecimento, mas também equipamentos de futebol. Com isso, ele desempenhou um papel crucial na disseminação do futebol entre os residentes ingleses de São Paulo. Cabe dizer que o caso de Miller se demonstra de maneira simbólica, considerando o fato de que assim como ele, diversos outros jovens que também estudavam na Inglaterra, traziam consigo o esporte, não retratando, desta forma, a gênese de sua prática na realidade.

O futebol brasileiro nasceu e se desenvolveu como um esporte elitizado. A mestre em história, Marina Broch (2020), ressalta que, no contexto da prática do futebol, é importante considerar os altos custos dos equipamentos esportivos e a manutenção de campos de qualidade, fatores que contribuíram para a conotação elitista do esporte. Apenas aqueles com poder econômico podiam arcar com tais despesas, o que restringia o acesso ao futebol a uma parcela privilegiada da sociedade. Nesse período, o futebol estava intrinsecamente ligado a uma interseção específica de gênero, classe e raça, sendo restrito aos homens ricos e brancos das

¹ Exposição Virtual - **Futebol no Brasil:** das origens à popularização. Disponível em: <https://www.arquivoestado.sp.gov.br/exposicao_futebol/introducao_futebol_brasil.php>. Acesso em 2 fev. de 2024.

elites sociais. Broch (2020) destaca que, para os pobres, negros e mulheres, a participação no esporte não era permitida, evidenciando as barreiras sociais e econômicas que moldaram profundamente a dinâmica do futebol no Brasil.

Naquela época, o futebol era praticado principalmente como forma de recreação e entretenimento, sendo uma parte das atividades de lazer em colégios frequentados pelos filhos das elites locais, especialmente em São Paulo e no Rio de Janeiro.

A primeira partida de futebol registrada aconteceu em 1895, em um terreno cedido por uma empresa de transporte da época, na Várzea do Carmo, próxima ao bairro do Brás. Este jogo aconteceu entre altos funcionários de duas empresas: *a San Paulo Gas Company e a The São Paulo Railway Company*.²

Os primeiros clubes de futebol na cidade de São Paulo começaram a surgir na última década do século XIX. O São Paulo Atlethic Club, fundado em 1888 para a prática do críquete, adotou o futebol como esporte em 1896. Em seguida, em 1898, surgiu a Associação Atlética Mackenzie College, o Sport Club Internacional e o Sport Club Gêrmania, e em 1899 o Club Atlético Paulistano. Esses clubes, juntamente com outros, formaram a Liga Paulista de Futebol em 1901.

Somente em 1901, o Velódromo Paulistano, originalmente construído em 1892 para corridas de ciclismo, passou por adaptações e se tornou o primeiro estádio de São Paulo. No mesmo ano, 1901, surgiu a primeira federação de futebol no país. Contudo, as disparidades raciais, de gênero e sociais se manifestam de tal forma que os principais clubes eram frequentados apenas por uma pequena elite, enquanto a maioria da população não teve acesso significativo ao esporte, especialmente no âmbito profissional.³

No contexto da história do futebol, a questão da desigualdade racial também emerge de maneira significativa. Em 1921, a recomendação do presidente Epitácio Pessoa para que não fossem incluídos jogadores mulatos na Seleção Brasileira em uma partida internacional evidencia como a segregação racial permeava até mesmo o esporte, em prol de uma suposta imagem positiva nacional. Esse episódio, citado por Máximo (1999 *apud* Broch, 2021), ilustra como as questões de raça eram consideradas na seleção de jogadores, refletindo a estratificação social da época.

² CÂMARA DOS DEPUTADOS. Em 1895 foi disputada a primeira partida de futebol oficial no Brasil. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/radio/programas/431278-em-1895-foi-disputada-a-primeira-partida-de-futebol-oficial-no-brasil/>. Acesso em: 2 fev. 2024.

³ PERES, Fábio. A origem do futebol na cidade de São Paulo: de Miller ao The São Paulo Athletic Club. Disponível em: <https://ludopedia.org.br/arquibancada/a-origem-do-futebol-na-cidade-de-sao-paulo-de-miller-ao-the-sao-paulo-athletic-club/>. Acesso em: 2 fev. 2024.

Broch (2020) destaca que, inicialmente, apenas homens brancos e ricos tinham acesso ao futebol profissional, evidenciando as características exclusivistas do esporte. No entanto, ao longo do tempo, essa exclusão foi sendo gradualmente desafiada, com a inclusão de outros grupos sociais. Empresas inglesas formavam times de futebol e, na falta de jogadores das classes altas, recorriam a operários, demonstrando uma mudança nas dinâmicas de acesso ao esporte.

Essa evolução do cenário do futebol, conforme observado por Broch, reflete não apenas as mudanças na estrutura do esporte, mas também os movimentos sociais que desafiaram as barreiras de classe e raça, permitindo uma maior inclusão de diferentes grupos na prática esportiva profissional.

A inclusão de jogadores de origem mais humilde no futebol, embora representasse um avanço em termos de diversidade, não significou necessariamente uma igualdade de condições. Como aponta Marina Broch (2021), esses jogadores não recebiam salário, o que refletia a resistência das elites em reconhecer o esporte como uma profissão legítima, em consonância com os ideais do olimpismo (Abal, 2016 *apud* Broch, 2021). Isso evidencia como o interesse da elite se concentrava no lazer, relegando ao restante da população as atividades mais árduas.

De acordo com o Arquivo do Senado, divulgado em agosto de 2023, Ricardo Westin observa que essa realidade perdurou por muitos anos, até que durante a Era Vargas (1930-1945), o cenário político acentuou ainda mais a segregação no esporte. Nesse período, os jogadores passaram a ser reconhecidos como profissionais, e o presidente Getúlio Vargas enxergou uma oportunidade para ampliar sua popularidade. A Copa do Mundo de 1938, em particular, estabeleceu uma forte associação entre a figura presidencial e o futebol.⁴

Esses embates sobre a profissionalização do futebol refletiam uma mudança de paradigma, transformando o esporte em um negócio. No desenvolvimento do futebol, os avanços rumo à profissionalização revelam uma complexa dinâmica social, refletindo os recortes de classe e gênero presentes na sociedade. Inicialmente, o esporte era predominantemente reservado à elite branca, mas ao longo do tempo, medidas como o pagamento de salários possibilitaram a participação de indivíduos de origens mais humildes no campo de jogo. No entanto, enquanto os homens pobres e negros eram gradualmente incorporados, a questão da inclusão das mulheres permanecia em aberto (Broch, 2021, p. 699).

⁴ Senado Federal. **Futebol feminino já foi proibido no Brasil e CPI pediu legalização**. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/arquivo-s/futebol-feminino-ja-foi-proibido-no-brasil-e-cpi-pediu-legalizacao>>. Acesso em: 5 de fev. de 2024

2.3 História das mulheres no país do futebol (de homens)

Ao examinarmos não apenas a prática esportiva em si, mas também as associações que a envolvem, torna-se evidente que a presença feminina permeia o desenvolvimento do futebol no Brasil desde seus primeiros anos. No entanto, a experiência esportiva das mulheres foi significativamente distinta daquela vivida pelos homens. O futebol acabou por ser percebido e limitado como um espaço exclusivamente masculino, refletindo os aspectos socioculturais, valores e dinâmicas sociais da época, como mostra a Figura 2.

Figura 2- Torcedoras dos grandes clubes paulistas nos anos 1920



Fonte: Acervo Museu do Futebol

Nas primeiras décadas do futebol, era frequente a presença de mulheres da alta sociedade nas arquibancadas. Elas compareciam aos jogos como espectadoras entusiastas, como mostra a Figura 3. Aderindo às normas sociais da *belle époque*, as moças utilizavam o ambiente como uma forma de se exibirem a fim de serem cortejadas pelos rapazes. Durante os intervalos, era comum a interação entre os jogadores e as espectadoras, assemelhando-se aos momentos de cortejo em bailes aristocráticos, evidenciando o papel social das mulheres no futebol naquele período:

O futebol prolongava aquele momento delicioso de depois da missa. As moças, mais bonitas ainda. Tinham ido em casa, demorando-se diante do espelho, ajeitando o cabelo penteado para cima, encacheado. Na arquibancada, sentadas, abrindo e fechando os leques, sérias, sorridentes, quietas, nervosas, como que ficavam em exposição ... No intervalo, o campo e a arquibancada tornavam-se uma coisa só. Jogadores e torcedores no bar. Jogadores e torcedores nas arquibancadas. Os jogadores gostavam de aparecer um instante, suados, cansados, na arquibancada, para cumprimentar as moças. Não se demoravam muito, vinham e iam, as travas das chuteiras rangendo no cimento. As moças ficavam mais nervosas, aí é que não paravam de abrir e fechar os leques. Belos leques, uns grandes, de babados de renda, outros pequenos, de madrepérola. E os pais e as mães perto, achando tudo aquilo muito certo, muito direito. (Filho, 1964, p.23-24 *apud* Franzini, 2005)

Figura 3- Torcida Uniformizada do Cambuci no primeiro campo de futebol do clube Associação Portuguesa de Desportos, no bairro paulistano do Cambuci. São Paulo, 1935.



Fonte: Reprodução/ Facebook/ Museu do Futebol

Essas complexas interações tiveram um impacto significativo no desenvolvimento do esporte no Brasil desde o seu início. Como destacado por Jean Lauand (2016), na revista "Revelando a Linguagem", as mulheres desempenharam um papel fundamental na formação de um dos termos mais emblemáticos do universo esportivo: "torcedor". Lauand relata que o cronista Coelho Neto, no início do século XX, referia-se às mulheres que, literalmente, torciam suas luvas e lenços encharcados de suor devido ao calor e nervosismo durante as partidas de futebol como "torcedoras". Dessa forma, ele cunhou um termo que transcende o futebol, tornando-se um símbolo da paixão fervorosa por um clube ou atleta nos mais diversos esportes.⁵

Não demorou muito para que as mulheres ultrapassassem as barreiras das arquibancadas e começassem a ocupar espaço nos próprios campos de jogo. De acordo com o portal Última Divisão, dedicado a narrativas alternativas do futebol brasileiro, há registros de partidas mistas, envolvendo homens e mulheres, nos anos de 1908 e 1909. Além disso, as primeiras menções a partidas de futebol disputadas exclusivamente por mulheres datam dos anos 20. Os registros de jornais documentam essa prática, ainda incipiente, no Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Norte.⁶

⁵ LAUAND, J. **Revelando a Linguagem** 50 estudos na revista Língua Portuguesa (2005-2015). p. 95–98, [s.d.]. Disponível em: <http://www2.fe.usp.br/~cemoroc/RevelandoaLingPort.p>

⁶ OLIVEIRA, Sérgio. **Futebol feminino no Brasil:** a história. Última Divisão, [s.l.], [s.d.]. Disponível em: <https://www.ultimadivisao.com.br/futebol-feminino-no-brasil-a-historia/>. Acesso em: 16 fev. 2024

Na sua obra, Aira Bonfim (2019), revela que em 14 de junho de 1919, o jornal Jornal *Theatro & Sports* destacou uma festa esportiva organizada pelo C.R. do Flamengo, incluindo a exibição pioneira de uma equipe feminina, composta por filhas de associados do clube, jogando futebol em público, confrontando-se com um time infantil masculino, apresentada na figura 4.

Figura 4- Anúncio do certame entre equipes femininas do C.R. Flamengo durante a ‘festa sportiva’ realizada em 1919.

Um festival no Flamengo

O Flamengo organizará brevemente um grande festival sportivo, que terá o grande attractivo da presença de um quadro de senhoritas, disputando uma partida de foot-ball com o 2º quadro infantil do mesmo club. Sendo a primeira vez que em nossos campos pisará uma equipe de moças, e ainda mais, da melhor sociedade, facil é prever o entusiasmo que despertari essa pugna.

O quadro que se apresentará de calça bombacha de linho branco, gandola branca com cabeça azul e shooteiras amarellas, será composto das stas. Olinda Lacerda, Jassice Carvalho, Stela Lacerda, Helena Laroque, May Neil, Silvian Neil, Ruth Junqueiro, Luiza Kramer, Dora Netto Machado, Silvia Penido e Dagmar Braga.

Fonte: [revista] Jornal de Theatro, & Sport, Rio de Janeiro, p. 24. apud Bonfim, 2019, p.63

No ano seguinte, em outra parte da cidade do Rio de Janeiro, o Helios *Athletic Club* reconheceu os esforços das torcedoras ao organizar dois times femininos para um inédito jogo de futebol feminino, oferecendo-lhes chocolate como forma de gratidão. Esse episódio, ocorrido no mesmo ano de fundação do clube, em 1920, é considerado um dos marcos iniciais do futebol feminino no Brasil, antes mesmo do episódio apresentado em São Paulo, entre Tremembenses e Cantareirenses, em 1921, segundo Bonfim (2019).

Aira também revela que entre as décadas de 1920 e 1930, o futebol feminino também se destacava como uma atração nos espetáculos circenses pelo Brasil:

Através dos jornais da década de 1920 e 1930, conseguimos acompanhar locais de itinerância do Circo Irmãos Queirolo e outras troupes que passaram a apresentar o “Football Feminino” entre as atrações de suas programações. Assim como a maioria das performances circenses, houve trocas, apropriações e reinvenções da maioria dos atos encenados na época - atributos comuns da elaboração dos espetáculos entre esses grupos de artistas. Em outras palavras, o futebol feminino - assim como outras atrações relacionadas ao futebol - foram repetidamente encontrados em diferentes companhias de circos do Brasil. (Bonfim, 2019, p.84)

Os primeiros registros do termo "Futebol Feminino" foram identificados em panfletos circenses, nos quais a modalidade não era apenas apresentada como uma partida esportiva

comum, mas sim como um autêntico espetáculo, Figuras 5 e 6. Em 1926, por exemplo, documentos das famílias circenses Queirolo e Seyssel, em Minas Gerais, comprovam a presença de mulheres devidamente uniformizadas em uma dessas partidas espetacularizadas.

Figura 5- Propaganda do Circo Irmãos Queirolo com atrações de futebol feminino



Fonte: Reprodução/Site/ Museu do Futebol

Figura 6- Atrizes das famílias circenses Queirolo e Seyssel em Minas Gerais, 1926.



Fonte: Reprodução/Site/ Museu do Futebol

Até a década de 1930, o futebol feminino era praticado de forma marginalizada, distante dos clubes e das principais ligas, concentrando-se principalmente em áreas periféricas. Não existiam registros de seleções femininas nesse período, e embora não houvesse uma proibição

oficial, a modalidade era encarada como violenta e reservada exclusivamente aos homens. Somente no final da década de 1930, surgiram os primeiros clubes femininos competitivos em vários estados brasileiros, com uma presença significativa nas regiões suburbanas do Rio de Janeiro (BONFIM, 2006).

O destaque dessas equipes começou a ganhar gradualmente espaço na imprensa, que passou a promover os principais eventos esportivos, expondo publicamente a participação das mulheres no futebol, divulgando os calendários de jogos e reconhecendo a seriedade desse movimento. Alguns jornais enfatizavam as habilidades técnicas das atletas, além de fazer comentários sobre suas aparências físicas.

Em 1940, um marco histórico para o futebol feminino ocorreu no recém-inaugurado Estádio do Pacaembu, com a realização do primeiro jogo entre times femininos, como preliminar de uma partida entre Flamengo e São Paulo, como traz a Figura 7. Paralelamente, um artigo publicado na Folha da Manhã, jornal de São Paulo, reconheceu a presença de dez equipes de futebol feminino ativas na capital federal, demonstrando a crescente popularidade do esporte entre as mulheres. Importante ressaltar que essas equipes, como Eva F.C., E.C. Brasileiro, Cassino Realengo e Benfica F.C., surgiram nos subúrbios cariocas e estavam distantes, em todos os aspectos, dos grandes e tradicionais clubes da cidade, como Flamengo, Fluminense, Botafogo e Vasco (FRANZINI, 2005).

Figura 7- Sport Club Brasileiro e Casino Realengo Futebol Clube, dois times de futebol feminino, disputaram a primeira partida de futebol feminino no país em 1940



Fonte: Reprodução/ Site/ Revista Galileu

Com o aumento da visibilidade das mulheres no esporte, surgiram resistências por parte dos setores conservadores da sociedade (FRANZINI, 2005). Na imprensa, colunas e cartas de leitores defendendo a proibição do futebol feminino ganharam espaço, muitas vezes sendo

supostamente embasadas em argumentos científicos que destacavam os supostos perigos da prática esportiva para o corpo feminino, rotulando-a como "incompatível com a natureza feminina", ver a Figura 8.

Figura 8- Trecho da matéria do jornal A Batalha publicada em 23 de Junho de 1940



Fonte: Reprodução/ Site/ Revista Galileu

No dia 7 de maio de 1940, uma carta redigida por José Fuzeira, autor de obras sobre normas e condutas sociais, ganhou notoriedade ao ser enviada diretamente a Getúlio Vargas, então presidente do Brasil. Em trechos marcantes desse documento, Fuzeira expressa (1940):

(...) uma calamidade que está prestes a desabar em cima da juventude feminina do Brasil. Refiro-me, Sr. Presidente, ao movimento entusiasta que está empolgando centenas de moças, atraindo-as para se transformarem em jogadoras de futebol, sem se levar em conta que a mulher não poderá praticar esse esporte violento sem afetar, seriamente, o equilíbrio psicológico das funções orgânicas, devido à natureza que a dispôs a "ser mãe".

(...) dentro de um ano é provável que em todo o Brasil estejam organizados uns 200 clubes femininos de futebol, ou seja, 200 núcleos destroçadores da saúde de 2200 futuras mães que, além do mais, ficarão presas de uma mentalidade depressiva e propensa aos exibicionismos rudes e extravagantes, pois desde que já se chegou à insensatez inqualificável de organizar-se pugnas de futebol (...).

(...) para evitar que as suas primícias venham a degenerar em uma calamidade contra a saúde e a compostura esportiva do belo sexo, venho apelar para que um aceno do reconhecido e elevado bom senso de V. Excelência (...).

(...) acuda e salve essas futuras mães do risco de destruírem a sua preciosa saúde, e ainda a saúde dos futuros filhos delas... e do Brasil. Este é o apelo que vem dirigir-lhe o signatário. (FUZEIRA, 1940)

A carta de José Fuzeira⁷ é um reflexo do machismo predominante na sociedade da época em que foi escrita. Nesse período, havia uma forte crença na superioridade masculina e na ideia de que as mulheres deviam se restringir a papéis tradicionalmente femininos, como cuidar da casa e da família. O discurso de Fuzeira reflete esses valores, ao considerar o futebol como um

⁷ CONTRA-ATAQUE - MUSEU DO FUTEBOL. Quem será esse senhor José Fuzeira? Disponível em: <https://contraataque.museudofutebol.org.br/quem-sera-esse-senhor-jose-fuzeira/>. Acesso em: 16 de fev. 2024.

esporte inadequado para mulheres, pois supostamente comprometeria sua saúde e sua capacidade reprodutiva, como mostra a Figura 9.

Em paralelo a essa manifestação, uma grande campanha contra a prática do futebol feminino começou a se formar no Brasil, contando com a participação de pessoas comuns, da imprensa e até mesmo de esportistas da época. Uma manchete do jornal O Imparcial, publicada em janeiro de 1941, ilustra bem a tal mobilização.

Figura 9- Manchete do jornal O Imparcial, datada de 15 de janeiro de 1941, intitulada "Pé de mulher não foi feito para se meter em shooteiras!"



Fonte: Reprodução/Site/ Museu do Futebol

Franzini (2005) destaca que as preocupações aparentemente voltadas para o bem-estar das mulheres no contexto do futebol revelam, na verdade, uma problemática mais profunda relacionada à subversão de papéis de gênero. Nesse sentido, o debate não se restringe ao esporte em si, mas à resistência das mulheres em ocupar espaços historicamente destinados aos homens, o que é interpretado como uma ameaça às "funções naturais" atribuídas a elas. Assim, é possível perceber que o cerne da questão reside na percepção social dos usos que as mulheres fazem de seus corpos, especialmente em relação à maternidade, reforçando padrões patriarcais e moralistas.

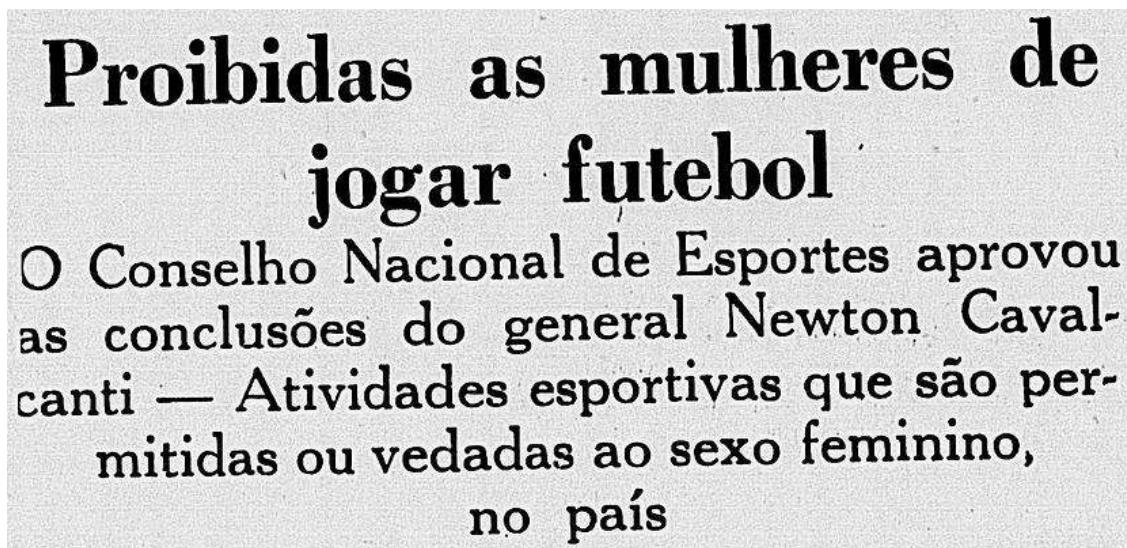
Não demorou muito tempo para que os protestos e manifestações resultassem em medidas mais severas. De acordo com Franzini (2005), as críticas sensibilizaram a comunidade científica e receberam apoio da Divisão de Educação Física do Ministério da Educação e Saúde. Isso ocorreu em um contexto nacionalista que via na mulher a responsabilidade de gerar filhos fortes e saudáveis para a pátria, levando o governo a controlar atividades que pudessem ameaçar esse papel.

A carta de Fuzeira foi enviada à Subdivisão de Medicina Especializada, que concordou com seu conteúdo. Como resultado, em abril de 1941, Getúlio Vargas assinou um decreto

proibindo mulheres de praticarem esportes considerados violentos e "contra sua natureza", ver a Figura 10:

Art. 54. Às mulheres não se permitirá a prática de desportos incompatíveis com as condições de sua natureza, devendo, para este efeito, o Conselho Nacional de Desportos baixar as necessárias instruções às entidades desportivas do país (BRASIL, 1941).

Figura 10- Manchete do jornal Diário de Notícias (RJ), 04 set. 1941



Fonte: Reprodução/ Acervo Fundação Biblioteca Nacional

A proibição do futebol para mulheres, embora não especificada nominalmente no decreto, refletia a crença de que esse esporte era inapropriado devido ao contato físico e à violência associada ao jogo, considerando-o exclusivamente masculino. Esse contexto evidencia a atuação do Estado na definição dos papéis de gênero, como observado por Bonfim (2019), que destaca o papel ativo do Estado na categorização dos gêneros em diversos aspectos da vida. Isso inclui desde educação até responsabilidades familiares e comportamento sexual.

Nesse sentido, Franzini (2005) argumenta que as preocupações aparentemente voltadas para o bem-estar das mulheres no contexto do futebol mascaram, na verdade, uma resistência à subversão de papéis de gênero. Essa resistência se manifesta na visão das mulheres desafiando as "funções naturais" atribuídas a elas ao participarem do futebol, o que é percebido como uma invasão do espaço tradicionalmente masculino. Dessa forma, o debate sobre o futebol feminino se torna central nos usos do corpo das mulheres, especialmente em relação à maternidade, refletindo assim padrões machistas e moralistas que permearam as décadas de 30 e 40, em que o corpo era uma questão de Estado, associado ao autoritarismo político e às ideias eugênicas.

Após a proibição do futebol feminino, as informações sobre essa modalidade tornaram-se escassas, ressurgindo notavelmente apenas em 1959, quando o esporte voltou a ser praticado

no gramado do Pacaembu, em um evento conhecido como o "Jogo das Vedetes"⁸, ver a Figura 11. As vedetes, figuras influentes nos anos 1950, utilizaram sua popularidade para apoiar o Retiro dos Artistas, que enfrentava dificuldades financeiras na época. A partida entre atrizes do teatro de revista de São Paulo e Rio de Janeiro, realizada em 17 de agosto de 1959, foi autorizada pela justiça devido ao caráter benéfico em prol da Casa do Ator.

Figura 11- Ingresso para partida entre vedetes



Fonte: Reprodução/Site/ Museu do Futebol

O evento também ocorreu no Maracanã e se estendeu para outros estados, como Bahia e Sergipe. O sucesso dessas partidas pode ser observado pela arrecadação conseguida. Segundo informações do Museu do Futebol, o jogo em São Paulo rendeu 1.320.500,00 cruzeiros, cifra inferior apenas ao confronto Corinthians x Palmeiras pelo Campeonato Paulista de 1959. Já o jogo no Maracanã rendeu 1.130.838,00 cruzeiros, superando a receita do clássico entre Botafogo x América-RJ no mesmo período, que gerou 953.668 cruzeiros.

Figura 12- Cirene Portugal, autora do gol da equipe carioca durante a partida realizada no Pacaembu.



Fonte: Reprodução/Site/ Museu do Futebol

⁸ MEMÓRIA GLOBO. **Como vedetes jogaram bola em 1959 quando o futebol feminino era proibido.** Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/reportagens/noticia/como-vedetes-jogaram-bola-em-1959-quando-o-futebol-feminino-era-proibido.ghtml>. Acesso em: 20 de fev. 2024

Apesar do sucesso financeiro dessas partidas, a iniciativa foi abertamente criticada. José Augusto Cavalcanti, presidente do diretório acadêmico da Escola Nacional de Educação Física e Desportos da Universidade do Brasil em 1959, expressou preocupações sobre o potencial impacto do evento na normalização do futebol feminino, argumentando que poderia dificultar futuras tentativas de reprimir a prática. A dualidade entre espetáculo e competição esportiva gerou conflitos com as autoridades, que viram o anúncio do jogo como uma manobra para contornar a proibição existente, segundo a Figura 13.

Figura 13- A Federação de Futebol Pernambucano se posicionou contra a exibição do futebol entre vedetes na cidade de Recife (PE)



Fonte: Reprodução/Site/ Museu do Futebol

De acordo com o que foi reportado pela Agência Senado, diante da persistência de muitas mulheres em ignorar a proibição velada, o Conselho Nacional de Desportos (CND) tornou sua decisão mais explícita durante a Ditadura Militar ao listar nominalmente os esportes proibidos, que incluíam "lutas de qualquer natureza, futebol, futebol de salão, futebol de praia, polo-aquático, *rugby*, halterofilismo e beisebol. Esta proibição se aplicava especificamente às disputas realizadas em estádios, abertas ao público e organizadas profissionalmente por clubes ou federações, enquanto jogos informais de várzea ou de rua, embora não fossem incentivados, não estavam sujeitos a restrições.⁹

A historiadora Giovana Capucim e Silva (2019), ressalta que essa proibição estava intrinsecamente ligada ao nacionalismo que Getúlio Vargas impunha ao país como parte do esforço para legitimar a ditadura do Estado Novo. Segundo a historiadora, no Brasil, o futebol

⁹ Senado Federal. **Futebol feminino já foi proibido no Brasil e CPI pediu legalização.** Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/arquivo-s/futebol-feminino-ja-foi-proibido-no-brasil-e-cpi-pediu-legalizacao>. Acesso em: 5 de fev. de 2024

sempre esteve vinculado à ideia de masculinidade e poder, e para reforçar sua posição como esporte nacional e símbolo de identidade, era crucial torná-lo ainda mais masculino, o que foi realizado por Vargas. Isso resultou na exclusão das mulheres do futebol, mantendo assim o monopólio e o poder nas mãos dos homens.

Além disso, Capucim e Silva (2019) destacam que essa exclusão das mulheres dos esportes nacionais não é um fenômeno exclusivo do Brasil. Em diversos países, como Estados Unidos, Austrália, Nova Zelândia e Índia, as mulheres enfrentam barreiras similares em esportes considerados tradicionalmente masculinos, como futebol americano, *rugby*, críquete e hóquei sobre a grama. Giovana enfatiza que a percepção de um esporte como masculino ou feminino é uma construção cultural e que, portanto, pode ser desconstruída à medida que a sociedade evolui e reavalia seus valores e normas.

Durante o período de proibição do futebol feminino no Brasil, muitas mulheres continuaram praticando o esporte de forma amadora e clandestina (Costa, 2017). Essas "mulheres desobedientes" foram fundamentais para manter viva a prática do futebol feminino, mesmo diante das restrições impostas. No entanto, a modalidade permaneceu desorganizada e carente de estrutura adequada.

Nesse sentido, Capucim e Silva (2015) aponta que a várzea foi um dos espaços onde as mulheres encontraram oportunidades para praticar o futebol, muitas vezes sem enfrentar as restrições impostas pelo Conselho Nacional de Desportos (CND). No entanto, isso não significa que elas estivessem isentas de resistências ou que recebessem o mesmo reconhecimento nos jornais e na sociedade que os homens recebiam pela prática do esporte. Frequentemente, o futebol feminino era representado de forma estereotipada, com termos como "beldades na passarela do estádio" ou como uma atividade própria "entre o sexo-frágil". Além disso, a autora também argumenta que, conforme Foucault, o poder não se manifesta apenas por meio de proibições estatais, mas também através de discursos que buscam moldar as práticas corporais de acordo com os interesses dos detentores do poder.

Asaléa de Campos Fornero Medina, mais conhecida como Léa Campos, é um grande exemplo de "mulher desobediente" de sua época. Formada em educação física e jornalismo, Léa, mostrada na figura 14 abaixo, é reconhecida pela FIFA como a primeira mulher árbitra de futebol profissional do mundo. Em 1971, enquanto as mulheres ainda eram proibidas de jogar futebol no Brasil, ela se tornou a primeira mulher a apitar um jogo de futebol entre seleções masculinas, em uma partida entre Itália e Uruguai, durante um torneio amistoso no México. Essa conquista marcou um momento histórico, onde uma brasileira enfrentava de frente o machismo no esporte para exercer sua profissão.

Figura 14- a "desobediente" Lea Campos, primeira mulher a se tornar árbitra de futebol no mundo



Fonte: Reprodução/Site/ Revista Marie Claire

Léa nasceu em 1945, em Abaeté, Minas Gerais, e foi criada em Belo Horizonte. Seu interesse pelo futebol começou cedo, um ato já considerado ousado naquela época, já que as mulheres eram proibidas de jogar. Antes dos sete anos, ela já jogava bola na escola primária. Léa lembra que via os meninos jogando e queria participar, mas não era permitida por ser mulher. Seu pai fez uma bola de meia para ela, que levou para a escola. Quando os meninos pegaram a bola e a deixaram de fora, Léa pegou a bola de volta e disse: "Se não me deixar jogar, não tem bola". Foi assim que passaram a incluí-la nas partidas.¹⁰

Durante o ensino secundário, Léa começou a jogar futebol clandestinamente como centroavante e criou seu próprio time de futebol feminino, o Equipe Futebol Clube. Os treinos eram realizados às escondidas, em terrenos baldios, com bolas de pano ou de vôlei. Segundo Léa, todos se uniram em torno de um só objetivo: liberar o futebol feminino (Cetrone, 2023).

Sua liderança a colocou na mira do Departamento de Ordem Política e Social (DOPS), órgão de repressão da Ditadura Militar no Brasil. Léa conta que, toda vez que jogava, acabava presa. Para contornar essa situação, ela decidiu fazer o curso de árbitro, pois a Constituição não mencionava nada sobre apitar, apenas sobre jogar futebol. Mesmo assim, Léa precisou de uma autorização do então presidente militar Emílio Garrastazu Médici. Após concluir o curso de árbitros em 1967, ela conseguiu apitar um torneio amistoso e, quatro anos depois, o Mundial de Futebol Feminino no México.

¹⁰ CETRONE, Camila. **Lea Campos: 1ª árbitra mulher brasileira de futebol feminino.** Revista Marie Claire, Rio de Janeiro, 10 jul. 2023. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/esporte/noticia/2023/07/lea-campos-1-a-arbitra-mulher-brasileira-futebol-feminino.ghtml>. Acesso em: 6 jul. 2024.

Apesar do medo de ser acusada de subversão durante a Ditadura Militar, Léa pôde se tornar a primeira árbitra de futebol do mundo. Ela foi presa 15 vezes por causa do futebol feminino, mas não se arrepende, afirmando que faria tudo de novo, pois muitas jogadoras, como Marta e Formiga, se realizaram graças às suas conquistas e lutas.

Na década de 1970, enquanto o Brasil ainda proibia o futebol feminino, os Estados Unidos implementaram o *Title IX*, uma lei federal sancionada pelo presidente Richard Nixon em 1972. Essa legislação, inicialmente voltada para combater a discriminação de gênero na educação, teve um impacto significativo nos esportes, incluindo o futebol feminino. Escolas e universidades foram obrigadas a eliminar disparidades de gênero e garantir igualdade de oportunidades para meninas e mulheres na prática esportiva. O futebol se destacou nesse cenário devido à sua capacidade de inclusão, com equipes compostas por 11 jogadores e reservas, e por ser uma opção de baixo custo, exigindo apenas um campo, uma bola e balizas.¹¹

Enquanto isso, na Europa, o cenário começava a dar indícios de mudanças com a realização do primeiro mundial feminino, ocorrido na Itália em 1970 de forma independente. Sem o apoio da Federação Internacional de Futebol (FIFA) e da União das Associações Europeias de Futebol (UEFA), o torneio teve a participação de sete seleções (Áustria, Dinamarca, Inglaterra, Alemanha, Itália, México e Suíça) e foi patrocinado pela Federação Independente do Futebol Europeu Feminino (FIEFF).¹²

Apenas em 1979, o decreto-lei 3.199, que proibia as mulheres de praticarem exercícios considerados "não condizentes com sua natureza", foi revogado. Segundo Victoria Salemi (2018), esse evento ocorreu devido à participação da equipe de judô no Campeonato Sul-Americano daquele ano. As atletas voltaram ao país com medalhas no peito, marcando o início de uma nova era para as mulheres no cenário esportivo. No entanto, isso teve um impacto limitado na realidade do esporte no país. Mesmo após a revogação, as mulheres continuaram e continuam enfrentando barreiras para a prática do futebol no dito país do futebol.

A tão aguardada regulamentação do futebol feminino só se concretizou em março de 1983. Esse marco foi influenciado pelo desgaste do regime militar e pelos avanços dos movimentos sociais, incluindo os movimentos feministas, que lutaram por essa conquista. Com

¹¹ CORRÊA, Alessandra. **O que explica o futebol ser um dos esportes mais populares entre mulheres nos EUA. BBC, 13 jul. 2019.** Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-48919891>. Acesso em: 22 fev. de 2024

¹² LANCE!. **Quando foi disputada a primeira Copa do Mundo Feminina? Quem ganhou?.** Disponível em: <https://www.lance.com.br/copa-do-mundo-feminina/quando-foi-disputada-a-primeira-copa-do-mundo-feminina-quem-ganhou.html>. Acesso em: 22 fev. 2024

a regulamentação, clubes e campeonatos começaram a surgir em todas as regiões do país, atendendo a uma demanda represada por mais de 40 anos, ver a figura 14.

Figura 15- Campeonato entre Sport e Santa Cruz no Centro Social Bidu Krause, Recife (PE), em 1983



Fonte: Reprodução/Site/ Coleção Museu da Cidade do Recife

2.4 O futebol feminino no Brasil após a (des)proibição: entre 1983-2018

A regulamentação do futebol feminino em 1983 marcou o início de uma jornada transformadora para o esporte no Brasil. A partir desse marco histórico, uma série de eventos e conquistas moldaram a trajetória do futebol feminino no país.

A participação da Seleção Brasileira feminina em seu primeiro confronto amistoso contra os Estados Unidos, em 1986, não apenas marcou o início da representação internacional para as jogadoras brasileiras, mas também simbolizou uma quebra de barreiras históricas que limitavam a participação feminina no futebol.¹³

Em 1988, a FIFA realizou um torneio experimental na China, o *Women's Invitational Tournament*, onde o Brasil conquistou a medalha de bronze nos pênaltis, marcando um pontapé inicial para o desenvolvimento da modalidade feminina em todo o mundo, como traz a Figura 15. É relevante notar que, na ocasião, não foram produzidas roupas específicas para as jogadoras, que viajaram para o torneio utilizando as sobras de roupas dos uniformes masculinos.¹⁴

¹³ GLOBO. **Linha do tempo do futebol feminino.** Disponível em: <https://gente.globo.com/linha-do-tempo-do-futebol-feminino>. Acesso em: 26 mar. 2024

¹⁴ GE. **História do Futebol Feminino.** Disponível em: <https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino#content-1979>. Acesso em: 25 mar. 2024

Figura 16- jogadoras da Seleção Brasileira de 1988 a caminho do *Women's Invitational Tournament*



Fonte: Reprodução/Site/ Globo

No ano de 1991, a FIFA organizou a primeira Copa do Mundo de Futebol Feminino. A competição levava o nome de *Copa M&M's* em função do único patrocinador do torneio: a marca de chocolates *M&M's*, ver Figura 16. O evento ocorreu entre 16 e 30 de novembro de 1991, com a participação de 12 países. Inicialmente, os jogos tinham a duração de 80 minutos e as vitórias valiam dois pontos, fatores que mudaram a partir de 1995 para seguir os padrões das competições masculinas.¹⁵

Figura 17- Ingresso da primeira Copa do mundo de Futebol Feminino, patrocinada pela *M&M's*



Fonte: Reprodução/Site/ Máquina do Esporte

¹⁵ GE. História do Futebol Feminino. Disponível em: <https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino#content-1979>. Acesso em: 26 mar. 2024

É relevante ressaltar que a primeira Copa do Mundo Feminina foi considerada um sucesso, recebendo elogios, inclusive de Pelé, e desempenhando um papel significativo na inclusão do futebol feminino nos Jogos Olímpicos, a partir de Atlanta 1996¹⁶. Ou seja, esse evento não apenas demonstrou o potencial das mulheres no esporte, mas também evidenciou a necessidade de investimentos e políticas para promover a igualdade de oportunidades no futebol.

Nesta edição, seis árbitras fizeram sua estreia em competições da FIFA, sendo que cinco delas atuaram como assistentes e Cláudia Vasconcelos, do Brasil, tornou-se a primeira mulher a arbitrar uma partida oficial da entidade, arbitrando o jogo de disputa pelo terceiro lugar, como mostra a Figura 17.

Figura 18- A primeira equipe de arbitragem inteiramente feminina da FIFA, em 1991, composta pela brasileira Cláudia Vasconcelos, Linda Black, da Nova Zelândia, e Zuo Xiudi, da China.



Fonte: Reprodução/Site/ Museu do Futebol

Os Estados Unidos sagraram-se campeões da primeira Copa do Mundo Feminina ao vencer a Noruega por 2 a 1 na final. A partida foi transmitida exclusivamente na República Popular da China e contou com a presença de 65 mil espectadores, ver Figura 18. Esta conquista marcou o primeiro de quatro títulos conquistados pelas estadunidenses até o momento atual.¹⁷

¹⁶ ZALCMAN, Fernanda. **Copa do Mundo Feminina: primeira edição, quem ganhou?** Olympics.com, [s.d.]. Disponível em: <https://olympics.com/pt/noticias/copa-mundo-feminina-primeira-edicao-quem-ganhou>. Acesso em: 26 mar. 2024

¹⁷ ZALCMAN, Fernanda. **Copa do Mundo Feminina: primeira edição, quem ganhou?** Olympics.com, [s.d.]. Disponível em: <https://olympics.com/pt/noticias/copa-mundo-feminina-primeira-edicao-quem-ganhou>. Acesso em: 26 mar. 2024

Figura 19- EUA celebram conquista do título da primeira Copa do Mundo Feminina, em 1991



Fonte: Reprodução/Site/ Olympics

Em contrapartida, a participação brasileira na competição foi encerrada ainda na fase de grupos, com a estreia do Brasil em 17 de novembro de 1991, contra o Japão, diante de 14 mil espectadores. O único gol da seleção brasileira nesta edição foi marcado por Elane, resultando em uma vitória por 1 a 0. No entanto, a equipe brasileira teve um desempenho declinante nos jogos subsequentes, sofrendo derrotas para os Estados Unidos por 5 a 0 e para a Suécia por 2 a 0.

Figura 20- Seleção Brasileira na primeira edição da primeira Copa do Mundo Feminina, em 1991



Fonte: Reprodução/Site/ Globo

Em 1996, o futebol feminino brasileiro fez sua estreia olímpica nos Jogos de Atlanta, nos Estados Unidos. Com jogadoras como Meg, Marisa, Fanta, Suzy, Sissi, Pretinha, Roseli e outras, a equipe perdeu a disputa pelo bronze para a Noruega, com um placar de 2 a 0, ver Figura 20. No entanto, essa participação foi crucial para abrir caminho para futuras competições olímpicas, nas quais conquistaram medalhas de prata em Atenas 2004 e Pequim 2008. Essas

conquistas, porém, foram marcadas por desafios persistentes, incluindo a falta de apoio adequado e a desigualdade de recursos em comparação com o futebol masculino.¹⁸

Figura 21- Seleção Brasileira nos Jogos Olímpicos em Atlanta nos EUA em 1996



Fonte: Reprodução/Site/ Globo

A conquista histórica da primeira medalha em Copas do Mundo, em 1999, foi um marco incontestável para o futebol feminino brasileiro. Num período em que a modalidade ainda era tratada com amadorismo no país, a seleção feminina demonstrou resiliência e talento em solo estadunidense. Com uma equipe formada por veteranas e promessas de uma nova geração, o Brasil enfrentou desafios de frente.¹⁹

Na Copa do Mundo dos Estados Unidos, a seleção obteve resultados expressivos desde a fase inicial: uma vitória convincente por 7 a 1 sobre o México, seguida por um triunfo por 2 a 0 contra a Itália e um empate surpreendente com a Alemanha. O gol da vitória sobre a Nigéria nas quartas de final, marcado por Sissi, permanece como um dos momentos mais memoráveis da história dos Mundiais. Embora tenha enfrentado uma derrota na semifinal contra os EUA, o Brasil se recuperou e assegurou o terceiro lugar ao vencer a Noruega nos pênaltis na disputa pelo bronze. Sissi, figura emblemática daquela equipe, também se destacou como uma das artilheiras do torneio²⁰, como traz a Figura 21.

¹⁸ GE. História do Futebol Feminino. Disponível em: <https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino#content-1979>. Acesso em: 26 mar. 2024

¹⁹ GE. **História do Futebol Feminino.** Disponível em: <https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino#content-1979>. Acesso em: 26 mar. 2024

Figura 22- Sissi carrega a bola durante partida contra a Itália, pela Copa do Mundo feminina de 1999



Fonte: Reprodução/Site/ Olympics

O ano de 2003 ficou marcado pela ascensão de Marta Vieira da Silva, uma das maiores jogadoras da história do futebol feminino, cujo talento excepcional se destacou durante a Copa do Mundo nos Estados Unidos. Marta não só brilhou dentro de campo, mas também se tornou uma figura emblemática na luta pelos direitos das mulheres no futebol.

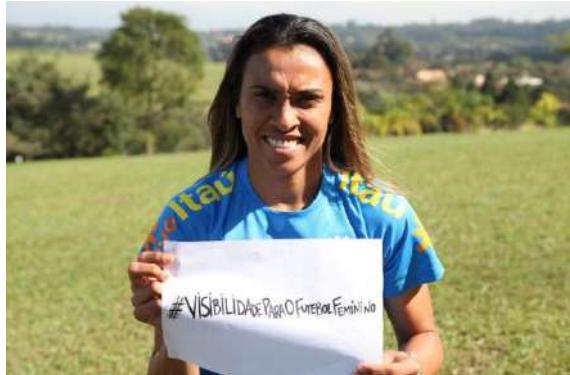
Considerada a grande referência do futebol feminino brasileiro, ela, assim como Pelé, estreou em Copas do Mundo aos 17 anos, participando de seis edições do torneio. Sua contribuição para a Seleção Brasileira foi imensa, e após sua última participação em Copas do Mundo, em 2023, ela se aposentou da equipe nacional.

Marta foi eleita pela FIFA como a melhor jogadora do mundo em seis ocasiões, sendo cinco consecutivas, e é a maior artilheira da seleção brasileira, tanto masculina quanto feminina, Figura 22.

A influência de Marta Vieira da Silva transcende suas conquistas em campo. Durante as oitavas de final da Copa do Mundo feminina de 2019, em entrevista ao SporTV, após a eliminação do Brasil por 2 a 1 para a França em um jogo emocionante, Marta, com lágrimas nos olhos, proferiu uma declaração impactante: "Não vai ter uma Formiga para sempre. Não vai ter uma Marta para sempre. Não vai ter uma Cristiane. E o futebol feminino depende de vocês para sobreviver. Pense nisso. Valorize. Chore no começo, para sorrir no fim"²¹. Essas palavras não só resumem sua própria jornada no futebol, mas também destacam sua dedicação e luta pela igualdade de oportunidades no esporte, refletindo o papel fundamental que ela desempenha como uma das maiores vozes do futebol feminino mundial.

²¹ SILVA, Ana Carolina. **Marta chora e desabafa:** 'Não vai ter Marta, Formiga e Cristiane para sempre'. UOL Esporte, 23 jun. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/06/23/marta-chora-e-desabafa-nao-vai-ter-marta-formiga-e-cristiane-pra-sempre.htm>. Acesso em: 2 abr. 2024

Figura 23- Seis vezes eleita a melhor jogadora do mundo - feito único na premiação da FIFA -, a alagoana Marta Vieira da Silva é o maior fenômeno do futebol feminino do século XXI.



Fonte: Reprodução/Site/ Museu do Futebol

Em 2004, o Brasil conquistou a medalha de prata nas Olimpíadas de Atenas, inaugurando uma geração de sucesso para a modalidade. No mesmo ano, Marta foi premiada como a melhor jogadora do mundo pela primeira vez. O ciclo de conquistas continuou em 2007, com o Brasil vencendo o Pan-Americano do Rio e ficando com o vice-campeonato na Copa do Mundo da China. Marta também foi eleita a melhor do mundo pela segunda vez.²²

Em 2008, o Brasil conquistou novamente a medalha de prata nas Olimpíadas de Pequim, enquanto Marta foi premiada como a melhor do mundo pela terceira vez. O ano de 2009 marcou a primeira edição da Libertadores feminina, com o Santos sagrando-se campeão, contando com Marta e Cristiane em sua escalação. A ascensão de Marta continuou, quando foi eleita a melhor do mundo pela quarta vez. Em 2010, ela conquistou o título pela quinta vez.²³

A criação do primeiro Campeonato Brasileiro Feminino em 2013 criou um grande marco para o futebol feminino no Brasil, ao proporcionar uma competição nacional para as atletas brasileiras. Esse avanço refletiu um reconhecimento crescente da importância do futebol feminino e da necessidade de promover a participação das mulheres no esporte. Esta primeira edição do campeonato contou com a participação das 20 equipes mais bem classificadas no ranking da Confederação Brasileira de Futebol.²⁴

Em 2015, Marta Vieira da Silva tornou-se a maior artilheira da história da Seleção Brasileira, superando a marca de 100 gols, e a maior artilheira da história da Copa do Mundo

²² GE. **História do Futebol Feminino**. Disponível em: <https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino#content-1979>. Acesso em: 26 mar. 2024

²³ GE. **História do Futebol Feminino**. Disponível em: <https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino#content-1979>. Acesso em: 26 mar. 2024

²⁴ CBF. **Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino terá 1ª edição em 2013**. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/noticias/campeonato-brasileiro-feminino/campeonato-brasileiro-de-futebol-feminino-tera-1a-edicao-em-2013>. Acesso em: 15 de abr. 2024

de futebol feminino, com 15 gols. Essas conquistas individuais destacaram não apenas o talento excepcional de Marta, mas também a capacidade das mulheres de alcançarem sucesso em um ambiente dominado por homens.

O ano de 2016 foi significativo com a nomeação de Emily Lima como técnica da seleção brasileira, tornando-a a primeira mulher a ocupar esse cargo desde o primeiro amistoso de 1986, Figura 23. Essa nomeação representou um avanço significativo na representação feminina no comando técnico do futebol brasileiro, desafiando normas de gênero tradicionalmente associadas ao esporte.

Figura 24- Emily Lima, a primeira técnica da Seleção Brasileira de Futebol Feminino



Fonte: Reprodução/Site/ CBF

A presença de mulheres em cargos de treinadoras é fundamental para promover a igualdade de gênero e inspirar futuras gerações. Além disso, as mulheres trazem novas perspectivas e abordagens ao treinamento e à gestão esportiva, enriquecendo o esporte com diversidade de ideias e estratégias. A inclusão feminina em posições de liderança no futebol pode contribuir para a quebra de estereótipos, incentivando mais mulheres a se envolverem no esporte em diferentes capacidades, desde jogadoras até dirigentes.

No entanto, a escassez de mulheres ocupando esses cargos ainda é uma realidade preocupante. A representatividade feminina em posições de comando técnico no futebol é baixa, o que reflete barreiras estruturais e culturais que dificultam o acesso das mulheres a essas funções. Essa falta de mulheres em cargos de treinadoras destaca a necessidade de políticas e iniciativas que promovam a inclusão e a igualdade de oportunidades, garantindo que mais mulheres possam alcançar e exercer com sucesso esses papéis de liderança no esporte.

Nesse contexto, em julho de 2018, houve uma grande conquista que, embora pareça individual, tem um peso enorme para o futebol feminino brasileiro. A ONU Mulheres anunciou a nomeação de Marta Vieira da Silva como Embaixadora da Boa Vontade para mulheres e meninas no esporte. Marta, que sempre foi uma figura ativa na luta contra a desigualdade de gênero no futebol, pôde "oficializar" sua dedicação à causa, comprometendo-se a apoiar a

igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres globalmente. Como Embaixadora, Marta inspira mulheres e meninas a desafiar estereótipos, superar barreiras e seguir seus sonhos, especialmente no esporte, onde ela mesma se destacou brilhantemente ao longo de sua carreira.

Marta não é apenas uma jogadora excepcional; ela é um ícone. Phumzile Mlambo-Ngcuka, diretora executiva da ONU Mulheres na época da nomeação da jogadora, destacou Marta como um exemplo excepcional do poder transformador do esporte. A trajetória de Marta é uma poderosa história de resistência e capacidade de transformação, mostrando que o esporte também é uma ferramenta estratégica para alcançar a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres.²⁵

2.5 O cenário atual do futebol de mulheres no Brasil (2019-2024)

O ano de 2019 foi indiscutivelmente marcante para o futebol feminino, destacando-se não apenas pela histórica Copa do Mundo na França, mas também pelas transformações significativas e avanços notáveis presenciados no cenário do futebol feminino brasileiro.

Quarenta anos após a permissão para o futebol feminino, a modalidade deu um passo significativo no Brasil em 2019. Naquele ano, entrou em vigor a obrigatoriedade, imposta pela Conmebol e pela CBF, dos clubes da elite do futebol masculino investirem também no futebol feminino. Todos os clubes da Série A do Campeonato Brasileiro foram obrigados pela CBF a terem uma equipe feminina adulta e uma de base, que deveriam disputar ao menos um campeonato oficial. Como resultado, testemunhamos a maior edição da história do torneio, com 16 equipes na primeira divisão (A1) e 36 na segunda (A2). Isso contribuiu para uma competição do Brasileiro Feminino mais robusta e competitiva, refletindo o crescente interesse e investimento na modalidade em todo o país.²⁶

Das 20 equipes que disputaram a Série A de 2019, 13 clubes precisaram se adaptar para atender às novas regras, representando um total de 65%, ver figura 24. Isso ocorreu porque apenas sete clubes já mantinham a modalidade estruturada anteriormente, cada um sob diferentes condições, desde a montagem de forma independente até parcerias que exigiam do clube apenas a liberação do estádio para jogos.²⁷

²⁵ ONU Mulheres. **ONU Mulheres anuncia Marta Vieira da Silva como Embaixadora da Boa Vontade.** Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/noticias/onu-mulheres-anuncia-marta-vieira-da-silva-como-embaixadora-da-boa-vontade/>. Acesso em: 8 jul. 2024.

²⁶ MAGRI, Diogo. **Da proibição à obrigação, o futebol feminino desafia os clubes brasileiros em 2019.** El País Brasil, [s.d.]. Disponível em:

https://brasil.elpais.com/brasil/2019/04/11/deportes/1555012178_170838.html. Acesso em: 20 abr. 2024

²⁷ ALVES, Camila. **Montar time feminino é exigência para equipes da Série A 2019.** Globo.com, [s.d.]. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/noticia/montar-time-feminino-e-exigencia-para-equipes-da-serie-a-2019-veja-situacao-dos-clubes.ghtml>. Acesso em: 31 mar. 2024

Figura 25- Análise do Panorama dos Times de Futebol Feminino em 2019



Fonte: Reprodução/Site/Globo Esporte

A medida fez parte do Licenciamento de Clubes, documento que regula a temporada de competições profissionais no Brasil, e seguiu a orientação da Conmebol, que adotou a mesma regra para clubes participantes da Libertadores e da Sul-Americana. Os times que não se adequassem às exigências ficariam de fora das principais competições nacionais e sul-americanas, como o Brasileirão, a Libertadores e a Sul-Americana. Ao mesmo tempo em que visava aumentar a visibilidade da modalidade, trazendo os clubes mais populares do país para a categoria, a medida também colocou diante da maioria dos dirigentes brasileiros o desafio de tornar rentável um departamento de futebol que, até então, havia trazido mais déficits do que lucros.

Outro marco histórico foi estabelecido quando todos os jogos da seleção feminina brasileira na Copa do Mundo de Futebol Feminino da França foram exibidos na TV aberta pela Rede Globo pela primeira vez. A maior emissora do país anunciou no início do ano que transmitiria uma Copa do Mundo feminina, decidindo passar todos os jogos da seleção brasileira e preparando uma programação especial nos meses que antecederam o Mundial, incluindo matérias sobre as jogadoras nos jornais da casa e programas de entretenimento. O resultado foi impressionante, com a Copa do Mundo feminina batendo recordes de audiência

no Brasil, culminando na transmissão até mesmo da final entre Estados Unidos e Holanda, mesmo sem a seleção brasileira em campo.²⁸

Além do sucesso de transmissão, outro grande feito em 2019 foi alcançado por Marta. Ao marcar um gol de pênalti contra a Itália no último jogo da primeira fase da Copa do Mundo, ela se tornou a maior artilheira da história das Copas, entre homens e mulheres, reforçando a visibilidade e importância do futebol feminino no cenário internacional, ver Figura 25.

Figura 26- Ao lado de Formiga, Marta protesta por igualdade de gênero em Copa do Mundo de 2019



Fonte: Reprodução/Site/ Brasil de Fato

No mesmo ano, o Campeonato Paulista feminino também ganhou destaque. Transmitido pela Rede Vida, com os jogos decisivos na fase final também exibidos na TV Cultura e SporTV, o torneio atingiu recordes de audiência. O SporTV liderou a audiência, superando até mesmo a transmissão da Premier League que ocorria ao mesmo tempo na ESPN. A final entre São Paulo e Corinthians alcançou mais de 700 mil visualizações no YouTube da Federação Paulista de Futebol (FPF), demonstrando a crescente visibilidade do torneio, especialmente com a realização de vários clássicos na fase final.

Essa crescente visibilidade foi ainda mais destacada pelo recorde de público estabelecido na final do Campeonato Paulista feminino entre Corinthians e São Paulo. A partida, realizada na Arena Corinthians, contou com 28.609 torcedores, outro grande feito para o futebol feminino entre clubes no Brasil, como mostra Figura 26.

²⁸ GE. **História do Futebol Feminino.** Disponível em: <https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino#content-1979>. Acesso em: 26 mar. 2024

Figura 27- Estadio cheio para a final entre Corinthians e São Paulo no Campeonato Paulista Feminino de 2019.



Fonte: Reprodução/Site/ Globo Esporte

Após o sucesso da Copa do Mundo, a Rede Globo deu mais um passo importante ao transmitir pela primeira vez na história um amistoso da seleção feminina de futebol, a final do Torneio Amistoso da China, entre Brasil e as donas da casa. O jogo, transmitido em um domingo de manhã, registrou alto índice de audiência, evidenciando que quanto mais se divulga e fala da seleção feminina, mais o público se engaja com a modalidade.

Em junho de 2021, a Neoenergia se tornou a primeira patrocinadora exclusiva das Seleções Brasileiras Femininas. O anúncio, realizado na sede da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) pelo então presidente Rogério Caboclo e pelo CEO da Neoenergia, Mario Ruiz-Tagle, marcou um passo significativo no fomento do futebol feminino no Brasil, evidenciando o reconhecimento do desempenho das mulheres no esporte.

Além de patrocinar as Seleções Brasileiras Femininas, a Neoenergia também passou a estampar sua marca na principal competição nacional entre clubes, que foi renomeada para Brasileirão Feminino Neoenergia. Esta parceria representou um importante incentivo ao futebol feminino, reafirmando o compromisso de ambas as organizações em proporcionar às atletas das Seleções Femininas e do Brasileirão Feminino melhores oportunidades para sua formação profissional.²⁹

O ano de 2023 foi mais um importante ponto de virada para o futebol feminino no Brasil. A Copa do Mundo Feminina de 2023 superou as expectativas, marcando um avanço significativo para o desenvolvimento da modalidade nacionalmente. Pela primeira vez, o

²⁹ CBF. CBF anuncia primeiro patrocinador exclusivo da Seleção Brasileira Feminina. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/a-cbf/informes/index/cbf-anuncia-primeiro-patrocinador-exclusivo-da-selecao-brasileira-femi>. Acesso em: 2 mai. 2024

governo decretou ponto facultativo em dias de jogos da Seleção na competição, seguindo a tradição estabelecida no futebol masculino.³⁰

A portaria emitida em 18 de julho de 2023 pelo Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos formalizou essa medida, cujo objetivo, segundo a então ministra do Esporte, Ana Moser, foi equiparar a importância dada ao futebol feminino àquela concedida ao masculino, representando um novo marco no cenário esportivo brasileiro, especialmente sob a gestão do presidente Lula.

A visibilidade alcançada durante a Copa do Mundo Feminina de 2023 desempenhou um papel crucial no desenvolvimento da modalidade, impulsionando a indústria do futebol a realizar um dos maiores investimentos já registrados em sua história. Essa percepção é compartilhada por Marília Bonas (2023), historiadora e diretora técnica do Museu do Futebol, em entrevista à revista Carta Capital. Para Bonas (2023), a competição foi fundamental para proporcionar a visibilidade merecida ao futebol feminino, destacando a importância da torcida e do alcance midiático na atração de espectadores.

O sucesso da Copa do Mundo Feminina de 2023 também se refletiu nos números de audiência, com mais de 1,2 milhão de espectadores presentes nos estádios durante a fase de grupos, representando um aumento significativo em comparação com a edição de 2019 na França. O alcance midiático foi igualmente impressionante, com a TV Globo registrando a maior audiência na faixa desde agosto de 2008 no dia de estreia da seleção feminina na competição.

Além dos recordes de audiência na televisão, a Copa do Mundo Feminina de 2023 também se destacou no YouTube. O canal CazéTV, do streamer Casimiro Miguel, transmitiu todos os 64 jogos do Mundial ao vivo e de forma gratuita, somando mais de 69 milhões de visualizações, segundo a revista Exame. A estreia da seleção brasileira registrou mais de 5 milhões de dispositivos conectados, com 1 milhão de espectadores simultâneos, estabelecendo um recorde mundial de maior audiência de futebol feminino na plataforma. O jogo entre Brasil e Jamaica, que resultou na eliminação das brasileiras, foi o mais assistido, com 7,6 milhões de acessos.

Iniciativas como essa ajudam a democratizar o acesso ao esporte, proporcionando uma plataforma alternativa às tradicionais emissoras de televisão. Além disso, esse tipo de apoio é essencial para dar visibilidade às mulheres no esporte, promovendo a igualdade de gênero e

³⁰ BRASIL. Ministério da Cidadania. **Governo decreta ponto facultativo em jogos da seleção na Copa do Mundo Feminina.** Disponível em: <https://www.gov.br/esporte/pt-br/noticias-e-conteudos/esporte/governo-decreta-ponto-facultativo-em-jogos-da-selecao-na-copa-do-mundo-feminina>. Acesso em: 2 mai. 2024

combatendo a desigualdade enraizada que persiste há gerações. A maior visibilidade não apenas inspira novas gerações de atletas, mas também atrai mais investimentos e atenção para o futebol feminino, impulsionando seu crescimento e desenvolvimento contínuos.

Além disso, a ampliação da participação de 32 seleções na Copa de 2023 evidenciou a crescente importância do evento, impulsionando uma maior movimentação da publicidade em torno do esporte. Esse aumento de espaço não apenas consolidou a presença das mulheres no futebol como também estimulou discussões sobre questões técnicas da profissão, abandonando a visão limitada do futebol feminino como mero cumprimento de uma agenda social.

Bonas (2023) ressalta que a visibilidade alcançada durante a Copa do Mundo Feminina não apenas ampliou a discussão sobre a qualidade das atletas, mas também aumentou a pressão sobre técnicos e técnicas, como evidenciado no caso da seleção brasileira comandada por Pia Sundhage, que fez história como a primeira mulher a liderar a equipe nacional em uma Copa do Mundo. Essa mudança de cenário reflete um progresso significativo na percepção do futebol feminino, transcendendo a noção de uma mera modalidade de resistência para se tornar uma prática atlética esportiva amplamente reconhecida.

Neste ano, a Seleção Feminina alcançou outro feito inédito ao competir com um uniforme exclusivamente projetado para elas, ver Figura 27. Até então, as jogadoras brasileiras vestiam o uniforme concebido para a equipe masculina de futebol, o qual incluía até mesmo as cinco estrelas representando as conquistas masculinas.³¹

Figura 28- Seleção brasileira feminina estreia na Copa do Mundo 2023, contra o Panamá



Fonte: Reprodução/Site/ Globo Esporte

³¹ MÍDIA NINJA. Pela primeira vez, seleção feminina joga uma Copa sem estrelas no brasão de suas camisas. Disponível em: <https://midianinja.org/pela-primeira-vez-selecao-feminina-joga-uma-copa-sem-estrelas-no-brasao-de-suas-camisas/>. Acesso em: 10 abr. 2024

Paralelamente, o sucesso do Brasileirão Feminino também foi notável. Segundo dados da revista Exame, em 2023, o futebol feminino alcançou diversos marcos importantes em termos de público nos estádios e audiência nas partidas. Um exemplo emblemático foi a final do último Campeonato Brasileiro Feminino, disputada entre Corinthians e Ferroviária, na *Neo Química Arena*, que registrou o recorde inédito de 42.566 torcedores presentes, marcando um momento histórico para a categoria no continente Sul-Americano.

Além disso, o Internacional, clube que conquistou o título do Campeonato Brasileiro Feminino em todas as divisões de base, também se destacou pelos impressionantes públicos no principal torneio da modalidade. O Colorado atraiu mais de 36 mil torcedores ao Beira-Rio para o primeiro jogo da final do último ano e, na partida de volta, enfrentou o Corinthians em um confronto que contou com a presença de mais de 41 mil espectadores. Esses números reforçam o crescente interesse e apoio ao futebol feminino no país.³²

Em 2024, no dia 17 de maio, o futebol feminino brasileiro alcançou mais uma grande conquista. O Brasil foi escolhido pela FIFA como sede da Copa do Mundo Feminina de 2027, marcando a primeira vez que a competição será realizada na América do Sul, ver Figura 28. Embora o país já tenha recebido duas Copas do Mundo masculinas, em 1950, quando o futebol feminino era proibido, e em 2014, essa escolha é especialmente significativa. Dada a desvalorização histórica e social do futebol feminino no Brasil, essa vitória representa um avanço importante para o esporte, trazendo mais investimento e visibilidade para a modalidade.³³

Figura 29- Presidente da CBF, Ednaldo Rodrigues, discursa após Brasil ser escolhido sede da Copa do Mundo Feminina de futebol de 2027



Fonte: Reprodução/Site/ *Info Money*

³² EXAME. Com novos recordes em 2023, futebol feminino encerra o ano em alta. Disponível em: <https://exame.com/esporte/com-novos-recordes-em-2023-futebol-feminino-encerra-o-ano-em-alta/>. Acesso em: 5 mai. 2024

³³ G1 GLOBO. Brasil é escolhido para ser a sede da Copa do Mundo Feminina de 2027. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2024/05/17/brasil-e-escolhido-para-ser-a-sede-da-copa-do-mundo-feminina-de-2027.ghtml>>. Acesso em: 17 mai. 2024

A história do futebol feminino no Brasil é um reflexo claro da desvalorização do esporte no país, evidenciando uma desigualdade profundamente enraizada e marcada por gerações. Desde a proibição do futebol feminino em 1941 até 1979, as mulheres foram sistematicamente excluídas e marginalizadas das principais arenas esportivas, o que gerou um impacto duradouro na percepção e no desenvolvimento da modalidade. Este longo período de negligência institucional contribuiu para a falta de apoio, infraestrutura e visibilidade que ainda se fazem sentir hoje. No entanto, as conquistas recentes, como a escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo Feminina de 2027 e o aumento recorde de público nas partidas, representam passos significativos para o crescimento do futebol feminino. Essas vitórias não apenas destacam a resistência e o talento das jogadoras brasileiras, mas também simbolizam uma mudança cultural e social importante, que promete transformar a modalidade em uma força cada vez mais respeitada e valorizada no cenário esportivo nacional e internacional.

3 REFLEXOS DO MACHISMO NO FUTEBOL BRASILEIRO: BRASIL O PAÍS DO FUTEBOL... MASCULINO

Segundo o conceito expresso pela historiadora Joan Scott, gênero é um elemento constitutivo das relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos... o gênero é uma forma primária de dar significado às relações de poder (*apud* GUEDES, 1995).

A construção social das diferenças entre os gêneros, conforme descrito por Scott, reflete-se nas relações de poder presentes no esporte. No futebol brasileiro, essas relações se manifestam de diversas formas, incluindo a disparidade de investimento, a visibilidade midiática e as oportunidades oferecidas a homens e mulheres. Essas diferenças contribuem para a manutenção de um sistema em que as mulheres enfrentam barreiras significativas para alcançar a mesma projeção e reconhecimento que os homens no futebol.

Ana Luiza Baccin Carvalho (2022) observa que, no último século, a pauta feminista tem adentrado diversos âmbitos da sociedade brasileira e mundial. Além de questões trabalhistas, políticas e educacionais, ela aponta a grande necessidade de implementação dessa perspectiva no meio esportivo, dado que a desigualdade de gênero ainda é bastante acentuada nesse campo. Os privilégios masculinos no esporte não afetam apenas as atletas, mas também todas as mulheres envolvidas no desenvolvimento e organização da prática esportiva.

Ainda de acordo com Ana Luiza (2022), as reivindicações feministas relacionadas ao meio esportivo podem ser contextualizadas na segunda onda feminista, na qual o movimento, na década de 60, concentrou-se nos aspectos sociais, econômicos e políticos do Ocidente. Diversas mulheres perceberam o sexism e a hierarquia de gênero no esporte, o que tornou a busca pela promoção da igualdade entre homens e mulheres neste campo altamente promissora (ADAMS, 2017, *apud* CARVALHO, 2022). Apesar de mais de 60 anos terem se passado desde então, a desigualdade no mundo dos esportes de alto rendimento ainda são significativas quando consideramos a perspectiva de gênero.

Nesse sentido, segundo o antropólogo Édison Gastaldo (2005), o futebol transcende as simples linhas do campo de jogo, tornando-se um fenômeno cultural que ritualiza questões simbólicas profundas sobre nossa sociedade. Além disso, o também antropólogo Roberto DaMatta (1982), aponta que o futebol brasileiro emerge como um "drama da vida social", revelando as complexidades estruturais e hierárquicas da sociedade, de maneira análoga a outros eventos ritualizados como o carnaval. Ou seja, a subvalorização das mulheres no futebol brasileiro reflete um padrão histórico mais amplo de desvalorização feminina em todas as esferas sociais, culturais e econômicas no país.

Assim, o Brasil, reconhecido como o “país do futebol” e com conquistas notáveis no futebol masculino, manteve as mulheres proibidas de praticar a modalidade por quase quatro décadas, regulamentando o futebol feminino apenas em 1983. Esse longo período de exclusão e marginalização das mulheres deixou marcas profundas no esporte até os dias de hoje, evidenciando desafios persistentes no caminho da igualdade de gênero no futebol.

Essa proibição e marginalização, além de excluírem diretamente as mulheres da prática esportiva, contribuíram para a construção de um imaginário coletivo onde o futebol é um território essencialmente masculino. O futebol brasileiro, historicamente dominado por homens, é um campo fértil para a análise da violência simbólica e da dominação masculina.

A obra de Pierre Bourdieu nos fornece as ferramentas necessárias para desvendar como essas estruturas de poder se perpetuam. No futebol, a violência simbólica se manifesta através da valorização de características consideradas "masculinas", como força e agressividade, enquanto habilidades associadas ao "feminino", como gentileza e cooperação, são desvalorizadas. Essa desvalorização não só marginaliza as mulheres no esporte, mas também reforça estereótipos de gênero que limitam o potencial de todos os atletas. Por exemplo, quando observamos a menor visibilidade e reconhecimento das atletas femininas em comparação aos homens, percebemos como a dominação masculina é reforçada. Este fenômeno é exacerbado pela falta de cobertura midiática e apoio financeiro ao futebol feminino, criando um ciclo de invisibilidade e desvalorização.

Com isso, pode-se dizer que o corpo feminino sofreu uma violência ao mesmo tempo direta e simbólica que foi refletida através da prática do futebol. Chega até a ser irônico pensar que essa violência proibitória teve como justificativa a proteção do corpo feminino, alegando que corpos destinados à maternidade, não poderiam estar expostos a danos físicos e a sua feminilidade.

Segundo o que é trazido por Leila Salvini, Juliano de Souza e Wanderley Marchi Junior (2012), ao aplicar a Teoria dos Campos de Bourdieu ao futebol brasileiro, podemos observar como as posições de poder e prestígio são mantidas e reproduzidas. No campo esportivo, a dominação masculina é mantida por meio de práticas e discursos que naturalizam a superioridade dos homens e a inferioridade das mulheres. Por exemplo, a cobertura midiática tende a focar mais nos feitos dos jogadores homens, enquanto as conquistas das mulheres são frequentemente ignoradas ou minimizadas.

Além disso, a infraestrutura e os recursos destinados ao futebol feminino são significativamente menores, refletindo e perpetuando a ideia de que o esporte é um território masculino. Essa disparidade é evidenciada pela diferença nos salários, na qualidade dos

treinamentos e nas condições dos estádios. A dominação masculina no futebol não é apenas uma questão de representação, mas também de acesso e oportunidades, onde as mulheres enfrentam barreiras sistêmicas que limitam seu desenvolvimento e sucesso no esporte.

Simoni Lahud Guedes (2019) enfatiza que são reconhecíveis, até com uma certa clareza, fundamentos simbólicos que estruturam as relações de poder entre homens e mulheres nessa concepção. Desde o surgimento do futebol no Brasil, foi dado às mulheres um lugar canônico no futebol: mulheres refinadas, de camadas altas, podiam ficar na arquibancada como torcedoras, ou seja, nos primórdios, torcendo os seus lencinhos bordados na emoção do jogo.

Nesse sentido, gostaria de adicionar mais uma camada de reflexão a essa discussão: a interseccionalidade. Sirma Bilge define esse conceito como uma teoria transdisciplinar que visa apreender a complexidade das identidades e das desigualdades sociais por intermédio de um enfoque integrado. Ela refuta o enclausuramento e a hierarquização dos grandes eixos da diferenciação social, como sexo/gênero, classe, raça, etnicidade, idade, deficiência e orientação sexual. O enfoque interseccional vai além do simples reconhecimento da multiplicidade dos sistemas de opressão que operam a partir dessas categorias e postula sua interação na produção e reprodução das desigualdades sociais.³⁴

Para fazer essa análise interseccional, é importante lembrar que, como já mencionado anteriormente neste trabalho, o futebol no Brasil surgiu como um esporte elitizado e restrito a homens brancos e ricos. Mulheres, negros e pobres foram excluídos desse cenário inicial. Embora tenha havido uma gradual inserção desses grupos, as mulheres foram particularmente mais excluídas, resultando em um atraso significativo na sua participação e reconhecimento no futebol.

Ao analisar o perfil e as origens das jogadoras de futebol no Brasil, observa-se a presença marcante de mulheres que integram grupos minorizados. Isso é especialmente evidente em termos de classe, raça e orientação sexual. Muitas das jogadoras vêm de contextos socioeconômicos desfavorecidos e enfrentam barreiras adicionais devido à sua raça e identidade sexual. Um exemplo notável é Formiga, grande nome da história do futebol brasileiro: uma mulher negra, de origem humilde e casada com uma mulher. Sua trajetória reflete as múltiplas camadas de opressão que enfrentou e superou para alcançar o sucesso no esporte.

³⁴ HIRATA, Helena. **Gênero, classe e raça: interseccionalidade e consubstancialidade das relações sociais.**, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ts/a/LhNLNH6YJB5HVJ6vnGpLgHz/?form>. Acesso em: 9 jul. 2024.

Evidentemente, essa discussão carece de uma análise mais aprofundada, mas já em um primeiro momento nos oferece um grande ponto de reflexão: além das questões de gênero, a falta de apoio ao futebol feminino no Brasil também é influenciada pela interseccionalidade que perpassa as mulheres praticantes do esporte no país? Considerando a origem elitista do esporte no Brasil e as questões apontadas por Galtaldo e DaMatta, que colocam a subvalorização das mulheres no futebol brasileiro como um reflexo de um padrão histórico mais amplo de desvalorização feminina em todas as esferas sociais, culturais e econômicas no país.

A análise interseccional, portanto, permite compreender como essas diversas formas de opressão se sobrepõem e se entrelaçam, ampliando a compreensão das barreiras enfrentadas pelas mulheres no futebol. Assim, ao incluir a interseccionalidade na análise da dominação masculina no futebol brasileiro, podemos vislumbrar um panorama mais completo das desigualdades e trabalhar para superá-las de maneira mais eficaz.

3.1 Diferença de visibilidade

A subvalorização das mulheres no futebol brasileiro é perceptível em aspectos cotidianos, como nos marcadores sociais da linguagem. O uso exclusivo do termo "futebol" para se referir ao futebol masculino, enquanto o futebol feminino frequentemente requer a especificação do gênero, sugere uma menor importância atribuída ao futebol praticado por mulheres e alimenta a percepção de sua menor relevância em comparação com o futebol masculino. Essa disparidade linguística é apenas um pequeno reflexo das discrepâncias de oportunidades e reconhecimento enfrentadas pelas mulheres no esporte, evidenciando a marginalização do futebol feminino.

Além disso, o apagamento das mulheres na história do futebol é um dos sinais mais evidentes da desigualdade gênero neste esporte. Apesar da contribuição feminina para o desenvolvimento do futebol, há uma gritante falta de reconhecimento e representação adequada de seus papéis. As mulheres sempre estiveram presentes e resistiram até mesmo durante os períodos de proibição, mas a história tende a ignorá-las.

Quando analisamos a história do futebol masculino, facilmente lembramos de inúmeros ídolos de diferentes épocas, como Pelé, Garrincha, Rivelino e Zagallo. Esses nomes são celebrados e reconhecidos mundialmente. Porém, no futebol feminino, a realidade é bem diferente. Por exemplo, Sisleide do Amor Lima, conhecida como Sissi, foi uma das maiores jogadoras do Brasil antes do surgimento de Marta. Sissi é uma lenda do futebol feminino e uma das pioneiras da modalidade no país. Apesar de sua genialidade e de suas contribuições inestimáveis, ela se despediu dos gramados com pouquíssimo reconhecimento público.

Sissi, apresentada na Figura 29, nasceu em Esplanada, interior da Bahia, em 1967, durante a Ditadura Militar no Brasil, quando o futebol feminino era proibido. Ela cresceu

enfrentando o desafio de jogar futebol, mesmo com a desaprovação do pai e do irmão, que consideravam o esporte uma atividade exclusiva para meninos. Saber chutar a bola, ainda criança, era um ato de resistência para Sissi, especialmente porque nessa época a prática do futebol era proibida para mulheres. Mesmo diante das dificuldades e das normas sociais restritivas, ela sempre nutriu a sua paixão pelo futebol, chegando ao ponto de transformar as cabeças das bonecas em bolas para jogar.³⁵

Figura 30- Sissi, considerada a melhor jogadora da primeira geração de boleiras pós-proibição.



Fonte: Reprodução/ Site/ Museu do Futebol

Mesmo após a revogação da proibição do futebol feminino, Sissi continuou enfrentando o estigma social ao longo de sua carreira. Iniciou sua trajetória no Flamengo de Feira de Santana, antes de se destacar no Bahia, onde atuava no campo e no salão. Em 1988, representou o Brasil na *Invitations Cup*, antecessora da Copa do Mundo, conquistando o 3º lugar. Participou das Copas de 1995 e 1999, na qual foi artilheira e bola de ouro. No Brasil, jogou no Saad e no São Paulo, conquistando títulos importantes. Encerrou sua carreira nos EUA, atuando pelo *San Jose CyberRybes, California Storm e Gold Pride*.³⁶

Nos anos 1990, enquanto Sissi brilhava defendendo a camisa verde e amarela, a atenção da mídia e do público estava quase exclusivamente voltada para jogadores masculinos como Ronaldo, Romário, Taffarel e Cafu. Enquanto eles

³⁵ KESTELMAN, Amanda. **Maior nome antes de Marta, Sissi carrega história de preconceito e pouco reconhecimento.** Globo.com, [s.d.]. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/maior-nome-antes-de-marta-sissi-carrega-historia-de-preconceito-e-pouco-reconhecimento.ghtml>. Acesso em: 18 mai. 2024

³⁶ MÍDIA NINJA. **Sissi:** conheça a história da primeira grande referência do futebol feminino brasileiro. Disponível em: <https://midia.ninja/sissi-conheca-a-historia-da-primeira-grande-referencia-do-futebol-feminino-brasileiro/>. Acesso em: 18 mai. 2024

ganhavam salários milionários, Sissi, apesar de seu destaque na Seleção, ainda enfrentava dificuldades financeiras e não conseguia se sustentar apenas com o futebol. Essa disparidade na visibilidade e no reconhecimento não é apenas uma questão de falta de representação, mas também reflete as profundas desigualdades estruturais que permeiam o esporte.

Após a eliminação do Brasil na fase de grupos da Copa do Mundo Feminina de 2023, a “rainha” Marta compartilhou sua reflexão em uma entrevista coletiva, destacando essa disparidade histórica e a importância do progresso do futebol feminino ao longo dos anos³⁷:

Ao começar a jogar, eu não tinha um ídolo no feminino. Vocês não mostravam o jogo do feminino. Como eu ia ver? Como eu ia entender que eu poderia chegar em uma seleção e me tornar uma referência? Hoje a gente sai na rua e as pessoas param, os pais falam: a minha filha te adora, ela quer ser igual você. E não é só com a Marta, é com outras atletas também. Então, hoje a gente tem as nossas próprias referências. Isso não teria acontecido se a gente tivesse parado nos primeiros obstáculos (GLOBO, 2023)

A reflexão de Marta ressalta a importância da representatividade e visibilidade para as futuras gerações de jogadoras. Seu testemunho evidencia os desafios enfrentados por ela no início de sua carreira, quando a falta de ídolos e a pouca exposição midiática limitavam as aspirações das jovens atletas. O progresso desde então mostra como o aumento da visibilidade e o reconhecimento das jogadoras como referências têm o poder de inspirar e capacitar a próxima geração de talentos.

A visibilidade do futebol feminino no Brasil tem passado por transformações significativas nos últimos anos, refletindo um crescimento constante, apesar dos desafios históricos. Em 2019, o Campeonato Brasileiro Feminino A1 começou sem transmissão televisiva, mas com uma importante novidade: o Twitter, em parceria com a CBF, viabilizou a transmissão de pelo menos um jogo por rodada pela internet. Dois meses depois do início do campeonato, a TV Bandeirantes fechou um acordo para transmitir o restante da competição, exibindo um jogo por rodada na TV aberta aos domingos.

Desde 2017, os jogos do Brasileiro Feminino não eram exibidos por nenhuma televisão devido à perda de patrocinadores que bancavam os custos de transmissão. Muitos clubes, então, passaram a exibir os próprios jogos pela internet, uma prática que continuou nos anos seguintes. Em 2018, as semifinais e finais do Campeonato Paulista foram exibidas pela *ESPN*, aproveitando a geração de imagens da Federação Paulista de Futebol.

Em 2023, o cenário de transmissões evoluiu significativamente. O Grupo Globo adquiriu os direitos exclusivos de transmissão do Campeonato Brasileiro Feminino até 2024.

³⁷ G1 GLOBO. **Marta mostra confiança inabalável na vitória sobre a Jamaica para manter a seleção brasileira na Copa Feminina.** Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2023/08/01/marta-mostra-confianca-inabalavel-na-vitoria-sobre-a-jamaica-para-manter-a-selecao-brasileira-na-copa-feminina.ghtml>. Acesso em: 10 mai. 2024

Neste ano, a emissora optou por exibir dois jogos por rodada da primeira fase do campeonato no *SporTV* e transmitir a fase eliminatória na TV aberta. A final do Brasileiro 2022, disputada entre Corinthians e Internacional, alcançou a vice-liderança de audiência na Grande São Paulo, com 3,8 pontos no *Kantar Ibope Media*, atingindo mais de um milhão de espectadores.

O público nos estádios que recebem jogos de futebol feminino também tem crescido de forma notável. Em 2019, a Ferroviária se sagrou bicampeã nacional diante de aproximadamente 8 mil torcedores no Parque São Jorge. Naquele mesmo ano, o Corinthians estabeleceu um recorde de público em jogos de clubes femininos no Paulistão, com 28.862 presentes na Arena Corinthians para a final contra o São Paulo.

Desde então, os recordes de público continuaram a ser quebrados. Em 2022, as finais do Brasileirão Feminino registraram novos recordes: no jogo de ida, 36.330 torcedores assistiram a Internacional e Corinthians no Beira-Rio, enquanto no jogo de volta, 41.070 torcedores lotaram a *Neo Química Arena*, estabelecendo um recorde sul-americano de público para um jogo feminino de clubes.³⁸

O crescente interesse pelo futebol feminino se refletiu também nas finais do Campeonato Paulista de 2023, onde mais de 20 mil torcedores compareceram ao *Allianz Parque* para ver o Palmeiras ser campeão sobre o Santos, marcando o melhor público das Palestrinas em jogos de futebol feminino.

Esses avanços na visibilidade e no engajamento do público são passos importantes para a consolidação e o crescimento do futebol feminino no Brasil. A continuidade desses esforços é crucial para garantir que a modalidade possa alcançar novos patamares e inspirar futuras gerações de atletas.

3.2 Desigualdade de Estrutura

Em 2023, o ‘*Dibradoras*’, o maior portal de conteúdo de esportes femininos do Brasil, fez um levantamento com o panorama das estruturas que os principais clubes da elite do futebol brasileiro masculino oferecem às suas equipes femininas. E pode-se afirmar que um ponto crítico para o desenvolvimento do futebol feminino é a infraestrutura oferecida aos times. A realidade para muitas jogadoras ainda é marcada pela falta de acesso às instalações usadas pelas equipes masculinas.

³⁸ NUNES, Maíra. **O que mudou no futebol feminino do Brasil desde a última Copa.** Dibradoras, [s.d.]. Disponível em: <https://dibradoras.com.br/2023/03/22/o-que-mudou-no-futebol-feminino-do-brasil-desde-a-ultima-copa/>. Acesso em: 22 mai. 2024

Palmeiras e Flamengo são exemplos emblemáticos dessa disparidade. No caso do Flamengo, as jogadoras treinam no Centro de Treinamento da Marinha (CEFAN), localizado na zona norte do Rio de Janeiro, enquanto o restante do departamento de futebol masculino treina no Ninho do Urubu, na zona oeste da cidade. A atacante Cristiane, contratada pelo Flamengo para a temporada 2024, destacou a importância de se integrar ao CT do masculino para uma melhor inserção e reconhecimento dentro do clube. Ela mencionou em entrevista que há promessas para que a estrutura do feminino seja montada no Ninho do Urubu a partir de 2025 (*Dibradoras*, 2024)

No Palmeiras, o cenário é semelhante. O time feminino, reativado em 2019, treina em Vinhedo, a 80 km de São Paulo, utilizando uma academia terceirizada. O clube está em processo de montar uma academia própria, mas, até agora, as Palestrinas continuam a usar instalações distantes da sede principal do clube. Bia Zaneratto, ex-jogadora do Palmeiras, já havia criticado a falta de uma estrutura unificada, apontando a necessidade de se proporcionar uma infraestrutura digna para as campeãs, em linha com o que é oferecido aos homens.

Alguns clubes se destacam por oferecerem a mesma estrutura para ambos os gêneros. Santos, Cruzeiro e Corinthians são exemplos notáveis. As jogadoras do Santos, conhecidas como Sereias da Vila, treinam no CT Rei Pelé, utilizado também pelo time masculino. O Cruzeiro oferece a estrutura das Tocas da Raposa I e II para suas equipes femininas, enquanto o Corinthians permite que suas jogadoras utilizem o centro de treinamento ao lado do CT Joaquim Grava, com academias e horários exclusivos para cada categoria. Além disso, o Santos utiliza seu principal estádio, a Vila Belmiro, para os jogos das Sereias da Vila, promovendo uma gestão integrada das infraestruturas do clube.

Em 2019, o São Paulo reativou o time feminino e ainda contratou a Cristiane como estrela do novo projeto. A então atacante da seleção brasileira tinha acabado de voltar a jogar no Brasil e ajudou a equipe a ser campeã da Série A2, conquistando o acesso à elite. Cristiane, porém, se despediu do São Paulo no fim daquele ano com muitas reclamações da falta de estrutura e profissionalismo com o futebol feminino.

Quatro anos depois, é a vez de a Formiga repetir as críticas ao São Paulo. A eterna camisa 8 da seleção deixou o *Paris Saint-Germain* em 2021 para se aposentar no time do coração que a revelou para o futebol mundial. Duas temporadas depois, porém, ela disse ter se arrependido do retorno ao São Paulo. As queixas são inacreditavelmente extensas para o tamanho do clube e incluem gramado sintético usados para os treinos do feminino, horário

limitado para uso da academia, quantidade limitada também de uniformes disponibilizados às jogadoras e disponibilidade de apenas um turno para fisioterapia.³⁹

Formiga estava entre as 12 jogadoras do profissional e da base que se desligaram do São Paulo no fim do ano passado, além do treinador Lucas Piccinato. “A gente juntava a galera para conversar e debochavam quando eu sugeria melhorias. A estrutura que dão até hoje para o futebol feminino não é boa. Não é bacana”, contou Formiga, em entrevista ao Uol.

Cristiane divulgou solidariedade à Formiga e às demais atletas por meio das redes sociais:⁴⁰

Quando falamos algo que o clube pode fazer de melhor pelo futebol feminino, é porque vivenciamos de tudo nessa vida profissional, altos e baixos, por isso temos propriedade de falar sobre aquilo que estamos sugerindo”, desabafou a atual atacante do Santos. “Enquanto tratarem um assunto tão sério com deboche e amadorismo, sempre iremos retornar às obscuridades do passado”, completou. E olha que as autoras das críticas são a Formiga e a Cristiane. Duas jogadoras históricas do Brasil! (Dibradoras, 2023)

É preciso respeitar e reconhecer os espaços conquistados pelas mulheres. O futebol feminino evoluiu em muitos aspectos no Brasil, mas ainda há muitos dirigentes ultrapassados em clubes de futebol que travam um avanço maior. Um exemplo gritante neste ano é a maneira como o Ceará vem lidando com a equipe feminina no primeiro ano na elite após ter sido campeão da Série A2 no ano passado.

Mesmo clubes que fazem investimentos mais robustos, como Palmeiras, Flamengo e o próprio São Paulo, cometem deslizes, como a escolha do mando de campo de jogos decisivos, que inibem todo o potencial que poderiam apresentar na modalidade.

A questão dos estádios é outro aspecto extremamente importante na estrutura do futebol feminino. Santos é um exemplo positivo, onde as Sereias da Vila jogam na Vila Belmiro, o principal estádio do clube, utilizado também pelo time masculino. Botafogo adotou uma política semelhante, estreando na Série A1 do Brasileiro Feminino no Estádio Nilton Santos desde a primeira fase da competição. Esta abordagem de compartilhamento visa otimizar o uso dos espaços e recursos disponíveis, promovendo uma gestão eficiente e integrada das infraestruturas do clube.

Por outro lado, muitos clubes ainda relutam em utilizar seus principais estádios para os jogos das equipes femininas. Flamengo e Fluminense, por exemplo, preferem que a CBF reduza a capacidade mínima dos estádios para jogos da Série A1 do Brasileiro feminino para que

³⁹ NUNES, Maíra. **O que mudou no futebol feminino do Brasil desde a última Copa.** Dibradoras, [s.d.]. Disponível em: <https://dibradoras.com.br/2023/03/22/o-que-mudou-no-futebol-feminino-do-brasil-desde-a-ultima-copa/>. Acesso em: 22 mai. 2024

⁴⁰ NUNES, Maíra. **O que mudou no futebol feminino do Brasil desde a última Copa.** Dibradoras, [s.d.]. Disponível em: <https://dibradoras.com.br/2023/03/22/o-que-mudou-no-futebol-feminino-do-brasil-desde-a-ultima-copa/>. Acesso em: 22 mai. 2024

possam usar locais menores, como o Luso Brasileiro, onde atualmente realizam suas partidas. Essa postura indica uma resistência em colocar as partidas femininas em estádios maiores, o que poderia aumentar o engajamento da torcida e a visibilidade do esporte, ver Figura 30.⁴¹

Figura 31- Comparativo dos Locais de Jogos do Futebol Feminino e Masculino nos Principais Clubes Brasileiros

ONDE OS CLUBES MANDAM OS JOGOS		
	FEMININO	MASCULINO
ATLÉTICO-MG	Sesc Venda Nova Estádio Castor Cifuentes Arena MRV	Arena MRV
BOTAFOGO	Estádio Nilton Santos Estádio Ronaldo Nazário	Estádio Nilton Santos
CORINTHIANS	Estádio Alfredo Schürig (Pq. São Jorge/Fazendinha) Neo Química Arena	Neo Química Arena
CRUZEIRO	Estádio Castor Cifuentes (em Nova Lima-MG)	Mineirão
FLAMENGO	Luso Brasileiro Estádio da Gávea	Maracanã
FLUMINENSE	Luso Brasileiro	Maracanã
GRÊMIO	Ailton Ferreira da Silva (fica no CT Hebe Dourado - base masculina) e Arena do Grêmio	Arena do Grêmio
INTERNACIONAL	Sesc Protásio Alves Beira Rio	Beira Rio
PALMEIRAS	Estádio Jayme Cintra Arena Barueri Allianz Parque	Allianz Parque Arena Barueri
SANTOS	Vila Belmiro	Vila Belmiro
SÃO PAULO	CFA Laudo Natel (Cotia) Estádio do Morumbi	Estádio do Morumbi

Fonte: Reprodução/ Site/ Dibradoras

Apesar dos exemplos positivos, muitos clubes ainda não oferecem suas principais estruturas para o futebol feminino. A falta de planejamento estratégico para integrar o futebol feminino de maneira mais ampla é evidente. A continuidade do investimento e o apoio estrutural são essenciais para o desenvolvimento sustentável e igualitário do futebol feminino no país. Nesse contexto, é fundamental reconhecer e respeitar os espaços conquistados pelas mulheres no esporte. Embora tenha havido avanços significativos, especialmente com a profissionalização e regulamentação do futebol feminino, ainda persistem obstáculos que precisam ser superados para garantir condições adequadas de trabalho e desenvolvimento para as atletas.

3.3 Desigualdade financeira

⁴¹ ALVES, Camila. **Montar time feminino é exigência para equipes da Série A 2019.** Globo.com, [s.d.].

Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/noticia/montar-time-feminino-e-exigencia-para-equipes-da-serie-a-2019-veja-situacao-dos-clubes.ghtml>. Acesso em: 31 mar. 2024

Ser jogadora de futebol no Brasil ainda hoje não é uma tarefa fácil. Além da falta de reconhecimento e estrutura adequada, as jogadoras precisam superar preconceitos, discriminação e desvalorização salarial.

Em teoria, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) proíbe essa diferença salarial se a atividade exercida é a mesma. No entanto, na prática, essa regra nem sempre é seguida. Muitas pessoas ainda atuam fora das normas estabelecidas. No Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as mulheres recebem em média 22% menos do que os homens. Uma mulher ganha, em média, 78% do salário de um homem no país. Essa desigualdade de gênero ocorre tanto fora quanto dentro de campo, ou seja, é uma realidade que afeta também a maior paixão nacional: o futebol.

Um exemplo claro dessa disparidade é que as jogadoras ainda não são remuneradas e patrocinadas da mesma forma que os jogadores. Marta, por exemplo, eleita seis vezes a melhor jogadora do mundo pela FIFA, possui ganhos anuais de aproximadamente US\$ 400 mil, segundo levantamento do jornal espanhol *Marca*. Em contraste, Neymar, outro ícone do futebol brasileiro que nunca foi eleito melhor jogador do mundo, teve ganhos anuais estimados em cerca de US\$ 50 milhões, conforme levantamento da *Forbes*.⁴²

Essa diferença salarial foi inclusive tema de uma questão do ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio) em 2020, e foi alvo de críticas do então presidente da República, Jair Bolsonaro. Na saída do Palácio da Alvorada, Bolsonaro criticou a questão do ENEM, classificando-a como "ridícula" e argumentando que o "futebol feminino ainda não é uma realidade no Brasil". Ele justificou a diferença salarial como resultado das ações da iniciativa privada:⁴³

O banco de questões do ENEM não é do meu governo ainda, é dos governos anteriores. Têm questões ali ridículas, ainda. Ridículas, tratando do assunto. Comparando mulher jogando futebol, mulher e homem, por que que a Marta ganha menos que o Neymar... Não tem que ter comparação, o futebol feminino ainda não é uma realidade no Brasil. O que o Neymar ganha por ano, todos os times de futebol juntos no Brasil não faturam por ano. Como que vai pagar para a Marta o mesmo salário? Isso chama-se iniciativa privada. Ela que faz o salário. Ela que mostra para onde o mercado deve ir. Então, [o exame] faz umas questões absurdas sempre pregando a igualdade, mas por baixo. (UOL, 2021).

As declarações de Jair Bolsonaro são um exemplo claro de um pensamento retrógrado e insensível em relação às questões de gênero e equidade. Ao minimizar a relevância do futebol

⁴² ALVES, Martha. **Marta ganha menos de 1% que Neymar; disparidade salarial nos gramados volta ao debate com Copa Feminina**. InfoMoney, [s.d.]. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/carreira/marta-ganha-menos-de-1-que-neymar-disparidade-salarial-nos-gramados-volta-ao-debate-com-copa-feminina/>. Acesso em: 10 mai. 2024

⁴³ UOL. **Questão do Enem sobre salário de Neymar e Marta é 'ridícula', diz Bolsonaro**. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2021/01/18/questao-do-enem-sobre-salario-de-neymar-e-marta-e-ridicula-diz-bolsonaro.htm>. Acesso em: 27 mai. 2024

feminino e justificar a disparidade como uma questão de mercado, ele perpetua a desigualdade e desvaloriza os esforços das mulheres no esporte. Bolsonaro demonstra uma visão limitada, ignorando o progresso significativo feito por atletas como Marta e falhando em reconhecer o papel do estado em promover a igualdade de gênero. Essa postura reflete uma falta de compreensão sobre a importância de políticas públicas inclusivas que influenciam a iniciativa privada e a cultura da sociedade.

A resposta de Marta, conforme a Figura 31, postada de forma enigmática em seu Instagram, ressaltando que "uns serão lembrados como os melhores da história, já outros...", sublinha a necessidade de reconhecer e valorizar o esforço e talento das mulheres no esporte. Este episódio ilustra a luta contínua por reconhecimento e igualdade que atletas femininas enfrentam.

Figura 32- Marta publicou foto em que aparece em um treinamento da seleção brasileira



Fonte: Reprodução/ Site/ UOL

Nesse sentido, Marta sempre foi uma grande ativista e porta-voz quando se trata na luta contra a desigualdade de gênero no futebol brasileiro e mundial. Na Copa do Mundo de Futebol Feminino, em 2019, um momento histórico foi registrado quando Marta se tornou a maior goleadora de todas as Copas, tanto masculinas quanto femininas, com um gol marcado contra a Itália. Curiosamente, as chuteiras que ela usava para marcar esse gol não exibiam nenhuma marca conhecida. Em vez disso, apresentavam duas faixas com um degradê de rosa e azul,

representando a campanha *Go Equal*, que busca promover a equidade de gênero no esporte⁴⁴, ver Figura 32.

Figura 33- Marta com a chuteira da *Go Equal*, uma campanha criada para defender a equidade de gênero no futebol



Fonte: Reprodução/ Site/ Época Negócios

Essa iniciativa, reflete uma realidade desafiadora: Marta, reconhecida seis vezes como a melhor jogadora de futebol do mundo, encontrava-se sem nenhum patrocinador de material esportivo. Até julho de 2018, a artilheira brasileira usava chuteiras da marca Puma. Entretanto, com o término iminente do contrato, a marca ofereceu, segundo Marta, um valor consideravelmente abaixo do que costumava pagar à atleta, resultando em sua recusa para renovar o contrato.⁴⁵

Nesse período, em 2019, a disparidade nos vínculos empregatícios e salários das jogadoras de futebol no Brasil evidenciou-se de forma marcante, apesar dos avanços na modalidade. Naquele ano, o Campeonato Brasileiro Feminino contou com a participação de 52 equipes, incluindo 17 que também estavam na elite do futebol masculino. Essa edição foi vista como um divisor de águas para o futebol feminino, tanto por atletas quanto por dirigentes, mas o cenário ainda estava aquém das expectativas das jogadoras.

Um levantamento da Folha apontou que apenas 8 dos 52 times, cerca de 15%, tinham todas as jogadoras registradas com carteira profissional. Esses times incluíam Inter e Santos, da Série A do Brasileiro feminino, além de América-MG, Atlético-MG, Ceará, Chapecoense, Cruzeiro e Grêmio, da segunda divisão. Para essas equipes, o registro em carteira proporcionava

⁴⁴ GONSALVES, Wesley. **GO EQUAL:** Marta lança marca de roupa na Copa para incentivar mulheres no esporte. CNN BRASIL, [s.d.]. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/go-equal-marta-lanca-marca-de-roupa-na-copa-para-incentivar-mulheres-no-esporte/>. Acesso em: 21 mai. 2024

⁴⁵ GONSALVES, Wesley. GO EQUAL: Marta lança marca de roupa na Copa para incentivar mulheres no esporte. CNN BRASIL, [s.d.]. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/go-equal-marta-lanca-marca-de-roupa-na-copa-para-incentivar-mulheres-no-esporte/>. Acesso em:

maior segurança trabalhista às atletas, garantindo-lhes direitos trabalhistas e previdenciários conforme a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

Por outro lado, a maioria dos clubes apresentava realidades bastante distintas. Algumas equipes, como a *Esmac* (Escola Superior Madre Celeste) do Pará, ofereciam bolsas de estudos em faculdades como forma de incentivo, enquanto outras apenas concediam ajudas de custo. Em alguns casos, as atletas precisavam conciliar o futebol com outros empregos devido à falta de remuneração adequada. Jogadoras de clubes como Santa Quitéria (MA), Cruzeiro (RN) e Porto Velho (RO) treinavam menos de três vezes por semana para poderem trabalhar fora do esporte.

Ademais, parcerias com instituições como a Marinha do Brasil permitiam a clubes como Flamengo, Avaí e Athletico-PR oferecer contratos às jogadoras que se tornavam 3º Sargentos, garantindo-lhes direitos trabalhistas e uma remuneração estável. Já o *Kindermann* utilizava projetos de Lei de Incentivo para custear outras despesas, sem poder financiar diretamente os salários das atletas.

Outros clubes, como Ponte Preta, Ferroviária, São José e Taubaté, dependiam de bolsas-auxílio fornecidas pelas prefeituras para manter suas jogadoras. Essas bolsas eram essenciais para a sustentabilidade das equipes, que enfrentavam orçamentos limitados.⁴⁶

A profissionalização das jogadoras representava um desafio financeiro significativo para os clubes. Por exemplo, o Santos foi pioneiro nesse processo em 2016, enquanto Inter e Grêmio iniciaram o registro em carteira em 2018 e 2019, respectivamente, com o Grêmio investindo aproximadamente R\$ 2 milhões na modalidade. O Cruzeiro, ao formar uma equipe própria, destacou que a profissionalização seria um caminho irreversível, trazendo benefícios como segurança para as atletas e potencial geração de receitas futuras através da negociação de contratos mais longos.

Todavia, mesmo entre os times com maiores investimentos, a situação era desigual. O Corinthians, atual campeão na época, possuía uma folha salarial de cerca de R\$ 170 mil, mas não tinha todo o elenco registrado em carteira. Iranduba, Palmeiras e São Paulo também não tinham todas as jogadoras sob o regime da CLT, com porcentagens variáveis de registro.

Essas discrepâncias refletiam a necessidade de maior apoio e estruturação do futebol feminino no Brasil, uma vez que as regras impostas pela CBF e Conmebol, além do Profut (Programa de Modernização da Gestão e de Responsabilidade Fiscal do Futebol Brasileiro),

⁴⁶ FOLHA DE S.PAULO. **Só minoria no brasileiro feminino tem atletas com carteira assinada.** Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/03/so-minoria-no-brasileiro-feminino-tem-atletas-com-carteira-assinada.shtml>. Acesso em: 28 mai. 2024.

exigiam um "apoio mínimo" à modalidade. No entanto, a profissionalização completa e equitativa das jogadoras continuava sendo um desafio significativo a ser superado.

Em 2022, a disparidade nos vínculos empregatícios e salários das jogadoras de futebol no Brasil continuava a refletir as desigualdades de gênero no esporte. Embora o Brasil considerasse o futebol feminino um esporte profissional, ainda havia equipes com atletas em vínculos não profissionais. De acordo com o guia da edição 2022 do Brasileirão Feminino, produzido pelo Planeta Futebol Feminino, nove das 16 equipes tinham vínculos profissionais (CLT) com suas atletas, ver Figura 37. Essas equipes garantiam às jogadoras direitos trabalhistas, proporcionando segurança e estabilidade necessárias para o desenvolvimento profissional no esporte. Entretanto, duas equipes, Flamengo e Palmeiras, eram consideradas semiprofissionais, enquanto Cruzeiro, São José, ESMAC, Avaí/Kindermann e Cresspom mantinham vínculos amadores com suas jogadoras.⁴⁷

Figura 37 - Vínculos Profissionais dos Clubes do Brasileirão Feminino em 2022



A existência dessas diversas formas de contratação evidenciava a falta de uniformidade na profissionalização do futebol feminino no Brasil. O contraste entre equipes com diferentes níveis de profissionalização impacta diretamente a vida das atletas. Jogadoras em equipes profissionais (CLT) desfrutavam de maior segurança trabalhista e financeira, permitindo-lhes focar plenamente em suas carreiras esportivas. Por outro lado, atletas em equipes semiprofissionais ou amadoras enfrentam desafios adicionais, como a necessidade de conciliar a carreira esportiva com outras fontes de renda e a falta de direitos trabalhistas, o que compromete sua estabilidade e desenvolvimento profissional.

A profissionalização e regulamentação completa do futebol feminino são essenciais para assegurar garantias de calendário, condições mínimas de estrutura, como bolas, vestiários, uniformes, salários e direitos trabalhistas. Estes processos são fundamentais para que a modalidade continue crescendo, sem perder os avanços conquistados ao longo das últimas décadas.

⁴⁷ PLANETA FUTEBOL FEMININO. **Guia do Futebol Feminino - Brasil.** [S.I.], 2022. Disponível em: https://planetafutebolfeminino.com.br/wp-content/uploads/2022/03/GUIA-BRA1_2022-4.pdf. Acesso em: 21 mai. 2024

Em 2023, segundo informações do Portal *GE*, dos 16 times que disputaram o Brasileirão Feminino, 14 declararam que pagavam salários às jogadoras por meio de contratos profissionais. Por exemplo, o Internacional afirmou que realizava pagamentos integralmente sob o regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), enquanto o Cruzeiro adotava uma abordagem híbrida, pagando 60% dos vencimentos em CLT e 40% em direitos de imagem. A única exceção notável era o Real Ariquemes, que utilizava uma combinação de salários e ajudas de custo para remunerar suas atletas.

Além disso, 14 clubes possuíam um orçamento específico para o futebol feminino, com 12 deles aumentando o investimento na modalidade para 2023. No entanto, nem todos os clubes seguiram essa tendência de incremento nos recursos. Ceará e Avaí/*Kindermann*, por exemplo, reduziram o orçamento destinado ao futebol feminino devido ao rebaixamento de seus clubes no futebol masculino. Essa diminuição de recursos para o futebol feminino é preocupante, pois evidencia a dependência da modalidade feminina em relação aos desempenhos e decisões financeiras dos departamentos masculinos.

Em julho de 2023, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) sancionou uma lei que prevê a igualdade salarial e de critérios remuneratórios entre homens e mulheres. Esta medida reforça a determinação já presente na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), que estabelece que homens e mulheres não podem ter salários diferentes se exercem a mesma função. A implementação dessa lei é um passo crucial para corrigir as disparidades salariais e assegurar condições equitativas para as jogadoras de futebol.

A regulamentação adequada e o apoio financeiro contínuo são essenciais para garantir que o futebol feminino no Brasil possa prosperar. A profissionalização, combinada com uma legislação que promove a igualdade salarial, contribui para um ambiente mais justo e competitivo, onde as atletas podem desenvolver plenamente suas carreiras e contribuir para o crescimento sustentável da modalidade.

A desigualdade de gênero no futebol brasileiro também se reflete na diferença de reconhecimento financeiro entre as equipes femininas e masculinas na principal competição nacional de clubes, o Brasileirão. Segundo o jornal esportivo *O Lance* (2023), ao conquistar o pentacampeonato do Brasileirão Feminino em 2023, o Corinthians recebeu uma premiação recorde de R\$ 1,2 milhão. Enquanto isso, a Ferroviária, vice-campeã, recebeu da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) um prêmio de R\$ 600 mil. Os R\$ 1,8 milhão distribuídos pela CBF entre os finalistas de 2023 representam um aumento de 20% em relação ao ano anterior, quando o Corinthians recebeu R\$ 1 milhão pela conquista e o Internacional, R\$ 500 mil pelo vice-

campeonato. Entre 2017 e 2020, o prêmio para o campeão era de apenas R\$ 120 mil, mostrando um aumento significativo nos últimos anos.

Embora esse valor represente uma valorização do torneio, ainda está distante da premiação oferecida aos vencedores do campeonato masculino. Ainda de acordo com *O Lance*, em 2022, o Palmeiras, campeão masculino, recebeu um prêmio de R\$ 45 milhões da CBF, enquanto os R\$ 1,8 milhão destinados ao Corinthians feminino representam apenas 2,7% desse montante. Até mesmo o Cuiabá, que ficou na 16^a posição do Brasileirão masculino em 2022, levou cerca de R\$ 15,2 milhões para casa, ilustrando ainda mais a diferença entre os valores destinados às competições femininas e masculinas.⁴⁸

Estamos lidando aqui com um efeito cascata. Essa diferença, entre outros fatores, é resultado da considerável discrepância de faturamento entre os dois torneios, uma vez que o Brasileirão masculino gera consideravelmente mais receita para a CBF através da venda de direitos de transmissão e cotas de patrocínio. Essa maior geração de receita, por sua vez, tem suas raízes na longa história de desvalorização e invisibilidade do futebol feminino.

Dessa forma, podemos afirmar que esse cenário não apenas reflete a desigualdade de gênero presente no futebol, mas também a perpetua, tornando-se um obstáculo significativo para o crescimento e a valorização do futebol feminino. Por isso, enfrentar essa questão e buscar formas de equiparar o reconhecimento e os recursos entre o futebol feminino e masculino é essencial para promover a igualdade de oportunidades e o desenvolvimento do esporte como um todo.

Nos últimos anos, o futebol feminino no Brasil tem experimentado um crescimento significativo, tanto em termos de visibilidade quanto de investimentos. Em 2023, vários indicadores apontaram para um cenário de expansão e desenvolvimento contínuo, apesar dos desafios ainda presentes.

Nesse sentido, a antropóloga Simoni Lahud Guedes (2019) destaca que o futebol feminino no Brasil está deixando de ser "agramatical" ou um fenômeno "fora do lugar". Guedes ressalta que eventos inéditos no contexto brasileiro, como a transmissão ao vivo de jogos e o lançamento de álbuns de figurinhas, são sinais de uma mudança importante na forma como o futebol feminino é compreendido e representado no país, começando a ser "normalizado" como esporte.

⁴⁸ LANCE. Qual é a diferença da premiação entre os campeões do Brasileirão masculino e feminino? Disponível em: <https://www.lance.com.br/lancebiz/financas/qual-e-a-diferenca-da-premiacao-entre-os-campeoes-do-brasileirao-masculino-e-feminino.html>. Acesso em: 10 mai. 2024

'No contexto de seleções, embora não tenha vencido nenhuma Copa do Mundo, a seleção feminina coleciona títulos sul-americanos e pan-americanos. Isso significa que a seleção feminina assumiu o mesmo potencial da seleção masculina de futebol – outrora só seleção de futebol – de representar a nação dentro das quatro linhas nas suas mazelas e glórias? Certamente que não. Contudo, não é irrelevante o que vemos agora. (Guedes, 2019, p.15)

Uma das principais mudanças observadas foi o aumento do número de clubes investindo em suas equipes femininas. Muitos times tradicionais do futebol masculino passaram a enxergar no futebol feminino uma oportunidade de diversificação e inclusão, contribuindo para o fortalecimento da modalidade. Além disso, houve um aumento no número de competições e campeonatos, proporcionando mais visibilidade e oportunidades para as jogadoras.

Em 2023, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) intensificou suas ações para promover o futebol feminino, incluindo a criação de novas competições e a melhoria da estrutura das existentes. A CBF também trabalhou na capacitação de treinadores e na formação de novas atletas, buscando garantir um desenvolvimento sustentável a longo prazo (Confederação Brasileira de Futebol, 2023).

Os dados de audiência televisiva e participação do público em jogos ao vivo também indicaram um crescimento considerável. Em grandes competições como a Liga Brasileira de Futebol Feminino, os estádios registraram um aumento no número de torcedores, refletindo um maior interesse do público pelo esporte. Esse crescimento na audiência foi acompanhado por um aumento no número de transmissões de jogos em canais de televisão e plataformas de streaming, facilitando o acesso dos fãs às partidas.

Os avanços no cenário do futebol feminino refletem uma significativa evolução. A visibilidade crescente e os eventos inéditos no futebol feminino são passos importantes, mas ainda há um longo caminho a percorrer para alcançar a mesma valorização e respeito que o futebol masculino. A cobertura midiática, os investimentos e o apoio institucional ao futebol feminino ainda são insuficientes, evidenciando a necessidade de uma mudança cultural profunda e de políticas públicas eficazes que promovam a igualdade no esporte.

4 O PAPEL DA COMUNICAÇÃO E DAS RELAÇÕES PÚBLICAS NO DESENVOLVIMENTO DO FUTEBOL FEMININO BRASILEIRO

No Brasil, a literatura sobre comunicação, relações públicas e esporte, especialmente no que tange ao futebol, ainda é escassa. Diante disso, para investigar o papel da comunicação e das relações públicas no desenvolvimento do futebol feminino brasileiro, será necessário recorrer aos principais teóricos dessas áreas, cujos conceitos irão embasar esta análise aplicada.

França e Ferrari (2006) definem as Relações Públicas como a atividade responsável por administrar os relacionamentos de uma organização com seus públicos, com o objetivo de manter um diálogo duradouro e eficaz, que permita a possibilidade de simetria entre ambos os protagonistas de uma determinada ação. Esse entendimento destaca a importância do planejamento e da gestão contínua das políticas corporativas e dos relacionamentos com os públicos estratégicos.

A prática das Relações Públicas visa estabelecer, desenvolver e manter, de forma planejada, conexões e relacionamentos diretos, gerais ou especializados entre pessoas e organizações, sejam públicas ou privadas. Esses relacionamentos geram benefícios mútuos e contribuem para a eficácia organizacional.

Nesse contexto, as Relações Públicas têm duas funções básicas que operam simultaneamente e de forma complementar: a comunicacional e a estratégica/gerencial. O processo de relacionamento da organização com seus públicos estratégicos é essencial para criar uma imagem positiva e duradoura, influenciando a opinião, atitude e comportamento das pessoas. Além disso, essa relação deve agregar valor tanto para os públicos quanto para a organização.

Segundo Ferrari (2003), para serem eficazes, as Relações Públicas devem ser reconhecidas em quatro níveis da estrutura organizacional: alta administração, especialistas, nível funcional ou de apoio, e nível institucional. Ferrari destaca que o quarto nível é o mais crucial do ponto de vista das Relações Públicas, pois não só se ocupa da manutenção da normalidade e do desenvolvimento de ações para legitimação da marca e identidade corporativa, mas também da gestão de crises que frequentemente se transformam em problemas institucionais graves quando a alta administração as encara apenas do ponto de vista técnico, ignorando a percepção dos públicos.

Historicamente, no Brasil, as Relações Públicas desempenharam um papel secundário na comunicação, perdendo espaço para o marketing. Isso resultou em profissionais de Relações Públicas com pouca influência na formulação dos objetivos estratégicos. Kotler e Andreasen (2003) consideravam apenas o Marketing como estratégico para a organização, relegando as

Relações Públicas a um segundo plano. No entanto, Al e Laura Ries, em “A Queda da Propaganda: Da Mídia Paga à Mídia Espontânea” (*apud*. Ferrari, 2006), propõem uma inversão na importância dessas áreas, afirmando que uma marca forte depende mais de uma campanha de Relações Públicas do que de Publicidade.

Ferrari (2006) argumenta que a qualidade publicitária perdeu apelo, uma vez que quase todos os setores de produção atingiram um nível elevado. Diante disso, é necessário incorporar novas abordagens para atrair os mercados globais. Profissionais de Relações Públicas, capacitados para formular campanhas que promovam mudanças de comportamento e atitudes, podem desempenhar essa tarefa de maneira mais eficaz. Esses profissionais desenvolvem programas direcionados à opinião dos públicos estratégicos e elaboram mensagens específicas para diferentes audiências.

No contexto da valorização do futebol feminino no Brasil, esses conceitos são especialmente relevantes. Não se trata apenas de dar visibilidade à modalidade, mas também de melhorar a imagem do futebol feminino perante o grande público. A aplicação estratégica de comunicação pode ajudar a transformar a percepção pública, aumentar o reconhecimento e o apoio ao futebol feminino, além de legitimar a modalidade.

Para atingir esse objetivo, podemos nos basear na lógica de inversão de papéis proposta por Al e Laura Ries. A comunicação institucional do futebol feminino, através das relações públicas, visa aumentar a visibilidade da modalidade e consolidar sua imagem. Isso atrai mais patrocinadores e angaria maior apoio, essencial para o crescimento e a sustentabilidade da modalidade. Além disso, a gestão de crises e a promoção de uma identidade corporativa forte são essenciais para enfrentar os desafios e estigmas associados ao futebol feminino, criando uma base sólida para seu crescimento e valorização no cenário esportivo nacional e internacional.

Construir uma reputação que promova uma conexão emocional com os brasileiros é fundamental. O papel das relações públicas é planejar, estruturar, gerir e promover a modalidade, garantindo que todos os *stakeholders* compreendam seu valor. Isso aumenta a relevância do futebol feminino no mercado, potencializa sua visibilidade e assegura uma boa reputação junto ao público. Essas estratégias são essenciais para que a modalidade cresça de maneira sustentável do ponto de vista da comunicação.

Afinal, a identificação do povo brasileiro com o futebol é profunda, a ponto de o país ser conhecido como "o país do futebol", embora tradicionalmente o foco tenha sido o futebol masculino. Agora, é necessário que o público reconheça que esse espaço também pertence às mulheres e que a valorização delas é essencial e inegociável. O futebol feminino é tão

importante quanto o masculino, e essa igualdade precisa ser refletida na percepção e no apoio da sociedade.

Historicamente, o futebol feminino no Brasil foi desvalorizado e estigmatizado, em parte devido ao apoio insuficiente da mídia e à proibição legal da modalidade pelo Estado brasileiro. A desconstrução desse cenário negativo deve se apoiar nos mesmos pilares. Por isso, a comunicação desempenha um papel crucial para "naturalizar" e popularizar o futebol feminino, tornando-o um produto atraente e rentável.

Além disso, as relações públicas assumem uma função educacional na sociedade brasileira e são uma ferramenta estratégica para quebrar o estigma construído sobre o futebol feminino no país. Nesse sentido, os conceitos trazidos por Betteke Van Ruler e Dejan Vercic no texto "Perspectivas europeias das relações públicas" podem ser facilmente aplicados à realidade brasileira neste contexto. Eles conceitualizam quatro características das relações públicas europeias: gerencial, operacional, reflexiva e educacional. Aqui, é relevante focar nas duas últimas.

Na função reflexiva, as relações públicas têm o papel de analisar mudanças de padrões, valores e pontos de vista da sociedade e promover debates dentro da organização, com o objetivo de ajustar os padrões, valores e pontos de vista organizacionais. Esta característica está orientada para padrões, valores e visões organizacionais e dirigida ao desenvolvimento da missão e das estratégias organizacionais (Van Ruler e Vercic, 2003). No contexto do futebol feminino, isso significa que as organizações esportivas e clubes devem refletir continuamente sobre as percepções e atitudes sociais em relação às mulheres no esporte. Ao identificar e questionar padrões machistas e preconceitos arraigados, as organizações podem promover uma cultura mais inclusiva e equitativa. Por exemplo, campanhas de comunicação que destacam as conquistas e habilidades das jogadoras de futebol podem ajudar a mudar a visão do público, desafiando a noção de que o futebol é um esporte exclusivamente masculino.

Na característica educacional, as relações públicas ajudam todos os membros da organização a se tornarem competentes comunicacionalmente, com o objetivo de responder melhor às mudanças das demandas da sociedade. Esta característica está orientada para a mentalidade e o comportamento dos membros da organização e dirigida aos grupos de público interno e à esfera pública (Van Ruler e Vercic, 2003). No combate à desigualdade de gênero no futebol, essa função educacional é crucial. As organizações precisam educar seus membros – desde jogadores e treinadores até diretores e funcionários administrativos – sobre a importância da igualdade de gênero e sobre como seus comportamentos e atitudes podem influenciar a percepção pública. Treinamentos, workshops e campanhas internas podem ser utilizados para sensibilizar e capacitar todos os envolvidos, incentivando uma mentalidade de respeito e apoio ao futebol feminino. Isso é ainda mais importante em tempos de crise, quando as jogadoras muitas vezes são as primeiras a sofrer cortes de investimento, como aconteceu com o Avaí, conforme mencionado anteriormente.

Além disso, a linguagem utilizada nas campanhas de sensibilização deve ser inclusiva, respeitosa e empática, mas também combativa e vigorosa. É importante que a comunicação evite termos e expressões que possam perpetuar estereótipos de gênero ou minimizar a importância das mulheres no futebol. A linguagem deve valorizar e celebrar as conquistas femininas, destacando exemplos positivos e histórias de jogadoras e equipes femininas. Utilizar

um tom de igualdade e paridade é essencial para criar uma narrativa que promova a aceitação e o apoio ao futebol feminino. O uso de figuras de linguagem que evoquem esse empoderamento pode ajudar a engajar e conscientizar o público contribuindo com a mudança de mentalidade e atitudes. Ao mesmo tempo, a comunicação deve ser firme e decidida, sublinhando a força e a resiliência das jogadoras de futebol e deixando claro que a luta pela igualdade de gênero no esporte é uma causa urgente e inegociável.

Ao aplicar essas características reflexivas e educacionais, e utilizando uma linguagem apropriada, as relações públicas podem ajudar a desconstruir ideias machistas profundamente enraizadas na sociedade brasileira. Por exemplo, a comunicação estratégica pode destacar histórias de sucesso de mulheres no futebol, promover debates públicos sobre igualdade de gênero no esporte e envolver influenciadores e figuras públicas para apoiar a causa. Além disso, a promoção de políticas internas que incentivem a participação feminina em todos os níveis da organização esportiva pode servir como exemplo para outras instituições, amplificando o impacto positivo.

Portanto, a colaboração entre o Estado e a iniciativa privada, apoiada por estratégias eficazes de comunicação e relações públicas, é vital para o crescimento e valorização do futebol feminino no Brasil. Essa abordagem integrada pode promover a igualdade de oportunidades, melhorar a infraestrutura e garantir um futuro promissor para o futebol feminino no país. Ao desafiar e transformar os preconceitos existentes, as relações públicas podem desempenhar um papel fundamental na construção de uma sociedade mais justa e igualitária, onde o futebol feminino seja tão respeitado e valorizado quanto o masculino.

4.1 O futebol é de TODAS, a torcida é do Brasil: ações do governo brasileiro para valorização do futebol feminino no Brasil

Se durante o Estado Novo Varguista o Estado brasileiro se posicionou como um grande vilão na desvalorização do futebol feminino no Brasil, proibindo sua prática, em 2023, o atual governo se coloca como um aliado estratégico para mitigar os prejuízos históricos causados por essa proibição.

O Ministério do Esporte, por meio da Secretaria Nacional de Futebol e Defesa dos Direitos do Torcedor, lançou em 2023 a Estratégia Nacional para o Futebol Feminino, conforme mostra Figura 38. Instituída pelo Decreto nº 11.458, a estratégia completou um ano de vigência em 30 de março de 2024.

Figura 34- Anúncio publicitário divulgado pelo governo federal como parte da campanha da Estratégia Nacional para o Futebol Feminino



Fonte: Divulgação Secom

Assinada pela então ministra do Esporte, Ana Moser, e pelo presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, durante o *Tour* da Taça da Copa do Mundo Feminina da FIFA, realizado de 20 de julho a 20 de agosto na Austrália e Nova Zelândia, a iniciativa visa transformar os rumos da história de meninas e mulheres no esporte no Brasil. O objetivo é estabelecer bases favoráveis ao desenvolvimento do futebol feminino, democratizando oportunidades, competições, apoio e respeito. O presidente Lula, em seu discurso, enfatizou a importância de combater a discriminação contra as mulheres no esporte e destacou a assinatura do decreto como um passo crucial para a valorização do esporte feminino.

Entre os desafios que a Estratégia busca enfrentar estão a falta de apoio à profissionalização das atletas, bem como questões de discriminação sexual e assédio. A Estratégia pretende construir um futuro mais inclusivo para meninas e mulheres no futebol, diminuindo a desigualdade de oportunidades e valorizando a participação feminina, visando tornar o Brasil o país do futebol para todos, sem distinções.

O Ministério do Esporte (MEsp) é responsável pela gestão da Estratégia, realizando diagnósticos e planos de ação, em colaboração com a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), federações, clubes de futebol, atletas, estados, municípios e o Distrito Federal. O texto da estratégia inclui um diagnóstico detalhado da situação atual do futebol feminino no país e um Plano de Ações até 2025. Este plano aborda a equidade de gênero, o combate ao racismo, à misoginia e a redução das desigualdades sociais.

Os temas discutidos incluem o calendário de jogos, contratos, número de atletas profissionais e não profissionais por equipe, estrutura mínima nos estádios e parâmetros para a

formação da modalidade no país. A Estratégia Nacional para o Futebol Feminino baseia-se em cinco eixos de atuação:

- Capacitação – Criação de programas e suporte técnico para atletas, treinadoras, árbitras e gestoras, visando a qualificação de mulheres e aumentando sua presença em posições de liderança no futebol. Meta: alcançar 1,5 mil beneficiárias.
- Comunicação – Campanhas de conscientização e combate à discriminação de mulheres no esporte, incluindo manuais, guias e comunicação digital, focando na desmobilização de comportamentos intolerantes e violentos dentro e fora dos estádios.
- Fomento e Incentivos – Incentivos fiscais para empresas e pessoas que investirem no desenvolvimento do futebol feminino, criação de núcleos de prática e centros de desenvolvimento específico para mulheres, e promoção da internacionalização do futebol feminino brasileiro. Meta: criação de 600 núcleos de base e centros de formação.
- Competições – Apoio e incentivo a competições para o crescimento de campeonatos, torneios e festivais de categorias de base e profissionais, em parceria com estados, municípios, Distrito Federal e federações.
- Ações Diretas – Apoio a centros regionais de treinamento voltados ao futebol feminino e ações relacionadas pela Rede de Desenvolvimento do Esporte. Meta: criação de dois centros de formação por região do Brasil.

A implementação da Estratégia Nacional para o Futebol Feminino representa um marco significativo na luta pela igualdade de gênero no esporte no Brasil. Com o apoio do governo e da CBF, espera-se que o futebol feminino alcance um novo patamar de desenvolvimento e reconhecimento, contribuindo para a valorização e popularização da modalidade entre meninas e mulheres em todo o país.

Após um ano de implementação, já é possível observar impactos positivos. Em agosto de 2023, por exemplo, foi firmada uma parceria entre o Ministério do Esporte (MEsp) e o Serviço Social da Indústria (Sesi), com a assinatura de um acordo de cooperação para o desenvolvimento do futebol feminino. Onze núcleos foram estabelecidos em unidades do Sesisp em diversas cidades, oferecendo a prática do esporte gratuitamente para meninas e adolescentes. Atualmente, o programa atende 1.519 alunas, sendo 1.271 no programa de iniciação esportiva e 248 nas equipes sub-12 e sub-14, com idades entre 12 e 16 anos.

Em novembro de 2023, ocorreu o 1º Campeonato Brasileiro de Futsal Escolar Sub-17 em Salvador, com a participação de divisões femininas. Organizado pelo Mesp, em colaboração com a Superintendência dos Desportos do Estado da Bahia (Sudesb), a

Confederação Brasileira de Futebol de Salão (CBFS) e a Federação Baiana de Futebol de Salão (FBFS), este evento marcou um avanço significativo na promoção do futebol feminino a nível nacional.

Em 2024, foi inaugurado o primeiro Centro de Desenvolvimento do Futebol Feminino (CDFF) do Brasil, em Porto Alegre. Com um aporte financeiro de R\$ 200 mil do Governo Federal e uma contribuição adicional de R\$ 2 mil da prefeitura, o CDFF atende 120 meninas, oferecendo equipamentos e um ambiente esportivo adequado para adolescentes entre 13 e 17 anos.⁴⁹

Essas ações demonstram o compromisso do governo em promover a igualdade de oportunidades no esporte. Oferecer infraestrutura e suporte para o desenvolvimento do futebol feminino não só contribui para a formação de atletas profissionais, mas também fortalece a autoestima e o senso de pertencimento entre meninas e mulheres. Ao investir em programas de base e competições escolares, cria-se um ambiente propício para a naturalização da presença das mulheres no esporte desde cedo, contribuindo para a construção de uma sociedade mais inclusiva e equitativa.

Um aspecto fundamental para o fortalecimento da Estratégia Nacional para o Futebol Feminino tem sido a comunicação eficaz e a construção de relacionamentos com *stakeholders*. Visitas realizadas pela diretora de Políticas de Futebol e de Promoção do Futebol Feminino, Julia Gelli, e a coordenadora-geral de Futebol Feminino, Christhiane Souza, a clubes e entidades têm sido essenciais. O objetivo dessas visitas é estabelecer parcerias sólidas e dialogar sobre iniciativas conjuntas que possam impulsionar o desenvolvimento da modalidade no país. Através dessas conversas, buscam-se oportunidades para implementar ações práticas que vão além das quatro linhas, incluindo capacitação e palestras sobre temas transversais.

Clubes de grande relevância, como Palmeiras, Corinthians, Vasco da Gama e Botafogo, além do Sindicato dos Atletas e a Federação Paulista, já foram visitados, ver Figura 34. Essas interações permitem entender o funcionamento dos departamentos de futebol feminino e propor parcerias que maximizem o impacto positivo das iniciativas. Segundo a coordenadora Christhiane Souza (2024), a busca é por estabelecer parcerias duradouras com os clubes, com o objetivo de criar sinergias e maximizar o impacto positivo das iniciativas em prol da

⁴⁹ BRASIL. Ministério da Cidadania. **Estratégia Nacional para o Futebol Feminino comemora um ano com ações importantes.** Disponível em: <https://www.gov.br/esporte/pt-br/noticias-e-conteudos/esporte/estrategia-nacional-para-o-futebol-feminino-comemora-um-ano-com-acoes-importantes>. Acesso em: 25 mais. 2024

modalidade.⁵⁰ O foco está na implementação dos princípios e objetivos da Estratégia Nacional para o Futebol Feminino em ações concretas e eficazes.

Figura 35- Julia Gelli durante visita ao Clube Botafogo



Fonte: Divulgação Governo Federal

4.2 Brasil, uma escolha natural: Brasil como Sede da Copa do Mundo Feminina de 2027, uma Conquista para a Valorização do Futebol Feminino

A escolha do Brasil como sede da 10ª edição da Copa do Mundo Feminina da FIFA em 2027 é um marco histórico para o futebol feminino brasileiro. O anúncio, feito na madrugada de 17 de maio de 2024 durante o 74º congresso da FIFA em Bangkok, marca a primeira vez que o evento será realizado na América do Sul. A candidatura brasileira prevaleceu sobre a proposta unificada de Alemanha, Holanda e Bélgica, destacando o país como uma escolha natural e estratégica.

O governo brasileiro e a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) receberam o anúncio com entusiasmo, visto que era uma das principais metas da Estratégia Nacional para o Futebol Feminino. O atual ministro do Esporte, André Fufuca, destacou a importância do evento para promover a igualdade de gênero e o desenvolvimento do futebol feminino no Brasil, afirmando que esta será a Copa de toda a América do Sul, inspirando futuras gerações e promovendo inclusão, diversidade e igualdade no esporte.

Julia Gelli, diretora de Promoção do Futebol Feminino do Ministério do Esporte, ressaltou que a Copa de 2027 deixará um legado significativo, impactando não apenas o campo esportivo, mas também as esferas social, econômica e cultural. Gelli lembrou que, se no passado

⁵⁰ BRASIL. Ministério da Cidadania. **MESP visita clubes e entidades ligadas ao futebol feminino para propor parcerias.** Disponível em: <https://www.gov.br/esporte/pt-br/noticias-e-conteudos/esporte/mesp-visita-clubes-e-entidades-ligadas-ao-futebol-feminino-para-propor-parcerias>. Acesso em: 25 mai. 2024

as mulheres eram proibidas de praticar futebol, hoje elas conquistam espaço e diminuem a desigualdade de oportunidades entre homens e mulheres.⁵¹

A jornalista Maíra Nunes, colunista do portal “Dibradoras”, destaca que o último grande evento de futebol feminino no Brasil ocorreu durante os Jogos Olímpicos de 2016. Naquela ocasião, os estádios estavam lotados tanto no Rio de Janeiro quanto em outras cinco cidades-sede.

A seleção masculina começou com um desempenho fraco, e uma imagem de um pequeno torcedor com o nome "Marta" sobreposto ao de "Neymar" chamou atenção, conforme mostrado na Figura 35. A seleção feminina, embora tenha terminado em quarto lugar, conquistou o entusiasmo dos torcedores, que aplaudiram as jogadoras mesmo nas derrotas e se reuniram em praças e bares para assistir aos jogos em telões e televisores.⁵²

Figura 36- Registro do torcedor mirim nas Olimpíadas de 2016



Fonte: Reprodução/ Site/ *Dibradoras*

Naquela ocasião, ao final dos Jogos, Marta expressou sua emoção com o apoio dos torcedores e fez um pedido para que o povo brasileiro continuasse apoiando o futebol feminino, ressaltando que o maior prêmio foi conquistar vários fãs durante as Olimpíadas e encher os estádios, mesmo que o pódio não tenha sido alcançado (*Dibradoras*, 2024).

Nesse sentido, a experiência da Inglaterra após sediar a Eurocopa Feminina de 2022 oferece um exemplo valioso para o Brasil. A jornalista Maíra Nunes destaca como a Inglaterra aproveitou o grande evento para impulsionar o futebol feminino. A reformulação da FA Women's Super League (WSL) em 2011, seguida pelo sucesso dos Jogos Olímpicos de 2012,

⁵¹ EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. A Copa do Mundo Feminina de Futebol 2027 vai ser no Brasil. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202405/a-copa-do-mundo-feminina-de-futebol-2027-vai-ser-no-brasil-1>. Acesso em: 25 mai. 2024

⁵² NUNES, Maíra. Se Brasil sediar a Copa, terá a chance de mudar de vez o patamar do futebol feminino no país. Dibradoras, [s.d.]. Disponível em: <https://dibradoras.com.br/2024/05/16/se-brasil-sediar-a-copa-tera-a-chance-de-mudar-de-vez-o-patamar-do-futebol-feminino-no-pais/>. Acesso em: 25 mai. 2024

onde 70 mil pessoas assistiram à partida entre Grã-Bretanha e Brasil, aumentou a visibilidade do esporte e atraiu investimentos significativos.

Com a FA WSL se tornando uma das ligas mais fortes do mundo, a seleção inglesa alcançou novos patamares, culminando na vitória histórica da Euro 2022 diante de um público recorde. Esse sucesso levou a federação inglesa a continuar ampliando a audiência e melhorando as condições para as jogadoras.⁵³

O impacto dos Jogos Olímpicos de 2016 no Brasil foi significativo para o futebol feminino, mostrando a capacidade das atletas de mobilizar e cativar a torcida. A resposta positiva do público, que permaneceu fiel mesmo diante das derrotas, sublinha a necessidade de maior apoio e investimento no esporte. As palavras de Marta no encerramento do evento não só agradecem o apoio recebido, mas também fazem um apelo crucial para a continuidade do suporte ao futebol feminino, ressaltando a importância de manter o interesse e o engajamento dos torcedores para o crescimento da modalidade.

A realização da Copa do Mundo Feminina de 2027 no Brasil é essencial para o desenvolvimento da modalidade. As edições de 2019 e 2023, realizadas no exterior, já trouxeram avanços significativos para o futebol feminino brasileiro. Com a competição sendo sediada no Brasil, espera-se que esses progressos sejam ainda mais expressivos, consolidando o país como uma referência mundial no futebol feminino.

Já em 2023, o Google é um dos principais espaços para buscas na Internet e divulgou a retrospectiva dos termos que mais cresceram em seu buscador ao longo de 2023. Entre os principais acontecimentos esteve a Copa do Mundo de Futebol Feminina, em primeiro lugar. Isso mostra o real interesse da população brasileira no esporte e a importância de dar visibilidade para o evento e o seu impacto na modalidade como um todo e a influência na opinião pública.⁵⁴

Esse sucesso se justifica nos dados, já que o público tem demonstrado mais interesse pela modalidade feminina. Segundo dados do portal Meio e Mensagem, uma pesquisa recente do instituto *Women 's Sport Trust*, do Reino Unido, revelou que as pessoas estão comprando

⁵³ NUNES, Maíra. **Se Brasil sediar a Copa, terá a chance de mudar de vez o patamar do futebol feminino no país.** Dibradoras, [s.d.]. Disponível em: <https://dibradoras.com.br/2024/05/16/se-brasil-sediar-a-copa-tera-a-chance-de-mudar-de-vez-o-patamar-do-futebol-feminino-no-pais/>. Acesso em: 25 mai. 2024

⁵⁴ MEIO & MENSAGEM. **Retrospectiva: os termos que mais cresceram no Google em 2023.** Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/retrospectiva-os-termos-que-mais-cresceram-no-google-em-2023/>. Acesso em: 27 mai. 2024

mais de marcas que patrocinam mulheres. Para 60% dos entrevistados, as empresas deveriam investir tanto no esporte feminino como masculino.⁵⁵

É inegável que as marcas estão atentas a essa tendência. A nona edição da Copa do Mundo Feminina destacou ainda mais o interesse das empresas em investir em áreas de grande visibilidade. Com o crescimento do futebol feminino, espera-se um aumento no volume de patrocínios. As empresas têm visto nos eventos ligados ao futebol feminino uma oportunidade para se conectar com o público e, simultaneamente, promoverem um impacto positivo.

A Claro, por exemplo, operadora oficial no Brasil da Copa do Mundo Feminina FIFA 2023TM, tem patrocinou projetos de transmissão e promoveu recursos de audiodescrição e tradução em Libras, garantindo acessibilidade e aumentando a audiência dos jogos da seleção brasileira.

Outras marcas também inovaram em suas iniciativas. A *Nike* atendeu aos pedidos das jogadoras e desenvolveu um novo uniforme, incluindo um short avulso com revestimento absorvente para maior proteção durante os ciclos menstruais. O número de atletas parceiras da *Nike* triplicou este ano, com 13 das 26 convocadas. A *Ambev* estampou suas latas com empresas que investem no futebol feminino, influenciando outras marcas a seguirem o exemplo. O aplicativo *Rappi*, patrocinador das seleções, fez uma parceria com grafiteiras para resgatar a história do futebol feminino, personalizando a fachada de suas lojas. Essas ações, muitas vezes inéditas, mostram uma tendência de engajamento das marcas com eventos além dos patrocínios, aumentando suas oportunidades de destaque.

De acordo com o Meio e Mensagem, uma pesquisa recente das empresas *Macfor* e *BringMeData* indicou um aumento significativo no interesse pelo futebol feminino. Segundo o estudo, 78% dos entrevistados têm a intenção de assistir aos jogos, mostrando um alto índice de engajamento e uma expectativa positiva em relação ao torneio. Além disso, os dados mostram que o público vê as marcas envolvidas na Copa do Mundo Feminina de maneira positiva, reconhecendo a importância de apoiar a inclusão das mulheres e dar visibilidade às suas histórias.⁵⁶

⁵⁵ COSTA, Camila M. **Copa do Mundo Feminina: marcas ainda estão míopes em relação às oportunidades.** Meio & Mensagem, [s.d.]. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/proxima/pxx-opiniao/copa-do-mundo-feminina-marcas-ainda-estao-miopes-em-relacao-as-oportunidades>. Acesso em: 25 mai. 2024

⁵⁶ COSTA, Camila M. **Copa do Mundo Feminina: marcas ainda estão míopes em relação às oportunidades.** Meio & Mensagem, [s.d.]. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/proxima/pxx-opiniao/copa-do-mundo-feminina-marcas-ainda-estao-miopes-em-relacao-as-oportunidades>. Acesso em: Acesso em: 25 mai. 2024

Nesse sentido, voltando a Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2027, a candidatura do Brasil destacou não apenas a capacidade técnica do país em sediar grandes eventos, mas também a utilização do futebol feminino como ferramenta de inclusão social. Com o anúncio da sede, recursos antes inacessíveis, como investimentos públicos na modalidade, foram gerados, permitindo um desenvolvimento mais qualitativo do futebol feminino e beneficiando a sociedade como um todo.

Além disso, o futebol feminino passa a ter um planejamento de longo prazo, atraindo anunciantes e possibilitando a criação de narrativas a longo prazo, que vão além dos eventos pontuais. Um evento mundial no país movimenta diferentes frentes da economia e questões sociais, culturais, educacionais e ambientais. Esta é uma oportunidade de reforçar a identidade do Brasil para o mundo, amplificar a visibilidade da cultura brasileira e os esforços por diversidade, inclusão e igualdade de gênero, fomentar o esporte local e aproximar a comunidade da modalidade.

A realização da Copa no Brasil poderá trazer ainda mais popularidade para a modalidade entre a população brasileira, atraindo mais mulheres tanto nas arquibancadas quanto nos campos. A expectativa é que o evento fortaleça ainda mais a modalidade, inspirando mais meninas a praticarem o esporte e consolidando o futebol feminino como uma força crescente no país e no mundo.

Sob o ponto de vista da comunicação, essa conquista reforça a importância do relacionamento estratégico com *stakeholders* e a promoção de uma imagem positiva do Brasil como líder na promoção da igualdade de gênero e do desenvolvimento esportivo. A escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo Feminina de 2027 é um passo decisivo para consolidar o futebol feminino no cenário nacional e internacional, promovendo uma cultura de respeito, inclusão e diversidade.

Essa ação também atrai os olhares do público e da opinião pública para a modalidade, tornando-a um espaço atrativo para investimento de marcas, potencializando ainda mais o crescimento e fortalecimento do futebol feminino. Quando marcas se associam a eventos de grande visibilidade e impacto social, como a Copa do Mundo Feminina, elas não apenas beneficiam o esporte, mas também agregam valor às suas próprias identidades. O apoio a iniciativas que promovem a igualdade de gênero e o empoderamento feminino fortalece a percepção positiva dessas marcas junto ao público, criando uma relação de confiança e lealdade com os consumidores.

Ademais, a crescente visibilidade e o apoio institucional ao futebol feminino incentivam outras empresas a investirem no esporte, criando um ciclo virtuoso de investimentos e

desenvolvimento. A exposição proporcionada pela Copa do Mundo Feminina oferece uma plataforma poderosa para campanhas de *marketing* criativas e impactantes, que podem contar histórias inspiradoras e autênticas sobre as jogadoras e suas trajetórias. Esse engajamento contínuo não só eleva o perfil do futebol feminino, mas também contribui para mudanças culturais significativas, promovendo uma sociedade mais igualitária e inclusiva.

Com a Copa do Mundo Feminina de 2027 sendo realizada no Brasil, o país tem a oportunidade de se posicionar como um líder global na promoção do futebol feminino e na luta pela igualdade de gênero. A combinação de esforços governamentais, apoio corporativo e engajamento comunitário pode transformar o cenário esportivo e social, inspirando futuras gerações de meninas a perseguirem seus sonhos no futebol e em outras áreas. Esta é uma chance de construir um legado duradouro que transcende o esporte, deixando um impacto positivo na sociedade como um todo.

4.3 Neoenergia: Primeira Empresa a patrocinar exclusivamente o futebol feminino no Brasil

Quando se fala em iniciativas da iniciativa privada no futebol feminino no Brasil, a Neoenergia se destaca como um exemplo notável. Em 2021, a empresa firmou um contrato histórico com a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), tornando-se a primeira empresa no país a patrocinar exclusivamente a Seleção Brasileira Feminina de Futebol. Este acordo, inicialmente assinado até 2024, também incluiu o patrocínio à competição nacional de clubes, que passou a ser conhecida como Brasileirão Feminino Neoenergia.

A premissa central da Neoenergia ao firmar este contrato foi a ampliação da participação feminina no contexto social e profissional, reforçando seu compromisso com a equidade de gênero. A empresa não só patrocinou a Seleção Feminina, mas também garantiu a exibição da sua marca nos uniformes de treino, ações promocionais, e ativações nas redes sociais das Guerreiras do Brasil. A Neoenergia acompanhou as Seleções Brasileiras Femininas, tanto adultas quanto de base, em momentos importantes como a preparação para os Jogos Olímpicos de Tóquio, a Copa América Feminina 2022, os Campeonatos Sul-Americanos de Base, a Copa do Mundo Feminina 2023 e os Jogos Olímpicos de Paris 2024.⁵⁷

O apoio da Neoenergia ao futebol feminino converteu-se em uma alavanca poderosa para a promoção da igualdade de gênero e da inclusão social. Além de fomentar a participação feminina em atividades esportivas, a empresa buscou desconstruir paradigmas e promover a inserção das mulheres em áreas tradicionalmente dominadas por homens. Em 2021, a Neoenergia contava com 43% de mulheres em suas equipes corporativas e 44% de presença feminina na Diretoria Executiva, números que refletem o compromisso da empresa com a equidade de gênero.

A edição de 2022 do Brasileirão Feminino Neoenergia demonstrou avanços significativos na popularização do esporte. A final entre Corinthians e Internacional, com um público recorde de 41.070 torcedores na Neo Química Arena, São Paulo, evidenciou o crescente interesse pelo futebol feminino no país. Este número superou o recorde anterior, registrado na

⁵⁷ NEOENERGIA. Neoenergia é a primeira empresa no país a patrocinar exclusivamente a Seleção Brasileira Feminina de Futebol. Disponível em: <https://www.neoenergia.com/web/sp/w/neoenergia-e-a-primeira-empresa-no-pais-a-patrocinar-exclusivamente-a-selecao-brasileira-feminina-de-futebol>. Acesso em: 28 mai. 2024

primeira partida da decisão no Estádio Beira Rio, no Rio Grande do Sul. Além disso, a liga foi a que mais cresceu em número de seguidores nas redes sociais em todo o mundo em 2022.⁵⁸

Em 2023, ano de Copa do Mundo, a Neoenergia lançou a campanha #NossaVez, com a participação do jogador Rodrygo e da atacante Geyse Ferreira, visando promover a igualdade de gênero e engajar a torcida brasileira na competição mundial.⁵⁹ A final do Brasileirão Feminino Neoenergia 2023 novamente quebrou recordes de público, com 42.556 torcedores presentes na Neo Química Arena, reafirmando o impacto positivo do patrocínio na visibilidade e valorização do futebol feminino.⁶⁰

Já em 2024, Entre as novidades anunciadas pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF) para a realização do campeonato deste ano, destacam-se o investimento recorde de R\$ 25 milhões; e o aumento de 25% da premiação, em relação a 2023, com total de R\$ 2,3 bilhões, sendo R\$ 1,5 milhão para as campeãs e R\$ 750 mil para as vice-campeãs. A temporada começa nesta sexta-feira (15/3) com 16 clubes que, ao longo de seis meses, disputarão o título até setembro. Vale lembrar que a final em 2023 atingiu uma marca histórica de público. Foram 42.556 torcedores presentes no estádio, algo inédito para o futebol feminino de clubes na América do Sul.⁶¹

Isso se deve principalmente ao marco histórico do campeonato com o maior número de patrocinadores já registrados. Esse sucesso é resultado da maior proximidade da organização com grandes marcas, como a Neoenergia e a *Binance*.

Nesse contexto, vale ressaltar que o que realmente chamou a atenção das marcas foram os clubes. As 16 equipes juntas somam 55 patrocinadores. A Ferroviária se destaca com sete parceiros, incluindo Estrella Galicia e Galera.bet. As Guerreiras Grenás e o Corinthians são exemplos de gestão no futebol feminino, e a Ferroviária recentemente lançou um plano de sócio-torcedor exclusivo para a modalidade. O Palmeiras, por sua vez, possui a camisa mais

⁵⁸ NEOENERGIA. **Brasileirão Feminino Neoenergia 2022 quebra recordes de público e reforça valorização do esporte no país.** Disponível em: <https://bit.ly/3wmumrr>. Acesso em: 28 mai. 2024.

⁵⁹ NEOENERGIA. **A dois dias da Copa do Mundo Feminina, atacante Geyse faz reflexão sobre igualdade de gênero.** Disponível em: <<https://www.neoenergia.com/web/bahia/w/campanha-publicitaria-geyse-neoenergia>>. Acesso em: 28 mai. 2024.

⁶⁰ NEOENERGIA. **Brasileirão Feminino Neoenergia 2023: final histórica reforça apoio dado pela companhia ao esporte no país.** Disponível em: <<https://www.neoenergia.com/w/neoenergia-final-campeonato-feminino-futebol-2023>>. Acesso em: 28 mai. 2024.

⁶¹ CBF. **Brasileirão Feminino Neoenergia 2024 reforça compromisso com desenvolvimento do futebol feminino.** Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/noticias/campeonato-brasileiro-feminino/brasileirao-feminino-neoenergia-2024-reforca-compromisso-com-desenvolv>>. Acesso em: 28 mai. 2024.

valiosa da América Latina, graças a um patrocínio da Esportes da Sorte que pode alcançar R\$ 20 milhões.⁶²

O apoio das marcas é essencial para o desenvolvimento do futebol feminino. Quando uma grande marca se envolve, ela atrai outras, criando um efeito cascata positivo. Esse tipo de apoio não só aumenta a visibilidade e os recursos financeiros, mas também reforça a credibilidade do esporte, incentivando mais empresas a se envolverem e investirem.

O apoio da Neoenergia ao futebol feminino vai além do patrocínio financeiro; trata-se de um compromisso com a transformação cultural e a inclusão social. A empresa continua a investir no esporte como uma ferramenta para promover a igualdade de gênero, o empoderamento feminino e a inclusão social.

A parceria entre Neoenergia e CBF é um marco no fortalecimento do futebol feminino no Brasil, proporcionando melhores oportunidades para as atletas e contribuindo para a transformação cultural necessária para reconhecer a importância da mulher no esporte e na sociedade. A Neoenergia, através do seu patrocínio e iniciativas promocionais, continua a ser um exemplo de como a iniciativa privada pode desempenhar um papel crucial na promoção da igualdade de gênero e na valorização do esporte feminino.

⁶² CONTADO, Valeria. **Brasileirão Feminino estreia com recorde de marcas em 2024**. Meio & Mensagem, [s.d.]. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/brasileirao-feminino-estreia-com-recorde-de-marcas-em-2024>. Acesso em: 27 mai. 2024

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ideia de que o futebol não era adequado para mulheres no Brasil tem raízes históricas e sociais profundas, fundamentadas em preconceitos de gênero e ideais eugenistas que prevaleceram durante grande parte do século XX, resultando na proibição formal das mulheres de praticarem futebol em 1941. Essa medida, revogada apenas em 1979, deixou marcas profundas, refletindo o machismo ainda presente no país. A jornada do futebol feminino é uma luta constante por igualdade e reconhecimento.

A longa proibição atrasou significativamente o desenvolvimento do futebol feminino no Brasil. Hoje, a batalha é por igualdade de oportunidades. Tanto o Estado quanto a iniciativa privada devem adotar medidas que incentivem e valorizem a prática do futebol entre meninas e mulheres, promovendo sua popularização e desenvolvimento. A comunicação e as relações públicas desempenham papéis cruciais nesse processo.

As relações públicas são essenciais para a gestão de crises e a promoção de uma identidade forte e positiva para o futebol feminino. Enfrentar desafios e estigmas é uma tarefa constante. Estratégias de comunicação que respondam rapidamente a crises e promovam uma imagem resiliente podem ajudar a manter a confiança do público e dos patrocinadores. Além disso, é necessário destacar as histórias inspiradoras das jogadoras, seus esforços e conquistas, para que a opinião pública se envolva e apoie a causa.

Vale ressaltar as características reflexivas e educacionais das relações públicas, que, alinhadas à criação de narrativas e ao uso de uma linguagem apropriada, ajudam a desconstruir ideias machistas profundamente enraizadas na sociedade brasileira. Essas características incluem a capacidade de analisar criticamente o contexto social e cultural, identificar preconceitos e estereótipos presentes no discurso público, e elaborar estratégias que promovam a equidade de gênero. Dessa forma, as relações públicas contribuem para a transformação social, incentivando uma mudança de mentalidade que favoreça o crescimento e a valorização do futebol feminino no Brasil.

França e Ferrari (2006) definem as relações públicas como a atividade responsável por manter um diálogo duradouro e eficaz entre uma organização e seus públicos. Aplicar esses conceitos ao futebol feminino implica em estratégias comunicacionais que aumentem a visibilidade e consolidem a imagem positiva da modalidade. A prática das relações públicas visa estabelecer conexões significativas entre o futebol feminino e seus diversos públicos, gerando benefícios mútuos e contribuindo para a eficácia organizacional.

Criar campanhas emocionais que conectem as histórias das jogadoras com o público pode ajudar a construir uma base de fãs leais e engajados. A mídia tem um papel crucial nesse

processo. Coberturas midiáticas abrangentes e positivas, que destacam as competições e as histórias das jogadoras, ajudam a mudar a narrativa e a atrair mais atenção para o esporte.

Apesar dos avanços, o futebol feminino no Brasil ainda enfrenta desafios significativos. A desigualdade salarial em comparação com o futebol masculino permanece uma questão crítica, assim como a falta de patrocínios consistentes e de longo prazo para muitas equipes. A infraestrutura, embora melhorada, ainda necessita de investimentos adicionais para garantir que as jogadoras tenham condições adequadas de treinamento e competição.

No passado, o Estado brasileiro foi um grande vilão ao criar estigmas sobre a prática de futebol pelas mulheres. Hoje, tornou-se um aliado. Programas como a Estratégia Nacional para o Futebol Feminino se empenham em reverter décadas de marginalização, criando um ambiente sustentável e inclusivo para o desenvolvimento do esporte. Da mesma forma, a mídia, que antes reforçava estereótipos de gênero, agora desempenha um papel crucial ao destacar e reconhecer as atletas e competições femininas.

O apoio de grandes empresas também é essencial nesse processo. O envolvimento do setor privado não só proporciona os recursos necessários para infraestrutura e treinamento, mas também fortalece a imagem das próprias empresas. A associação com o futebol feminino é uma via de mão dupla: enquanto as empresas contribuem para o crescimento do esporte, o futebol feminino, bem associado, ajuda a fortalecer a imagem das marcas, demonstrando um compromisso com a igualdade e a inclusão.

O envolvimento da Neoenergia no futebol feminino ilustra como o setor privado pode desempenhar um papel transformador. Patrocínios como esse não só garantem recursos vitais para a manutenção e crescimento das equipes, mas também ajudam a mudar a percepção pública sobre o futebol feminino, destacando sua importância e valor. Além disso, a associação com marcas fortes e respeitadas como a Neoenergia pode atrair mais investimentos e atenção midiática, criando um efeito multiplicador que beneficia todo o ecossistema do futebol feminino.

A presença de empresas como a Neoenergia no cenário do futebol feminino também sublinha a importância de parcerias estratégicas que vão além do mero apoio financeiro. Essas parcerias podem incluir programas de desenvolvimento de liderança para jogadoras, iniciativas de sustentabilidade e responsabilidade social, e campanhas de conscientização que reforçam a mensagem de igualdade de gênero e empoderamento feminino. Através de ações integradas e sustentáveis, a Neoenergia e outras empresas podem contribuir para um futuro mais inclusivo e promissor para o futebol feminino no Brasil.

Helena Pacheco, a primeira treinadora a ser campeã no futebol brasileiro, comprehende a importância da profissionalização do futebol feminino. Ela defende que transformar o esporte em um negócio, assim como ocorre no futebol masculino, é essencial para atrair patrocinadores e emissoras de televisão. Isso criaria um ciclo virtuoso, onde mais recursos significariam melhor infraestrutura e condições de treinamento, resultando em melhores desempenhos e maior visibilidade (Salemi, 2018).

O futebol feminino possui características distintas do masculino, e não deve ser tratado como idêntico. As diferenças naturais entre as modalidades devem ser reconhecidas, mas sem serem ampliadas por preconceitos de gênero. É essencial aprender com as experiências de equipes femininas internacionais e encontrar novas maneiras de promover o crescimento do futebol feminino no Brasil.

O apoio contínuo de entidades esportivas, do governo e da iniciativa privada é fundamental. Programas de incentivo, políticas públicas inclusivas e investimentos em infraestrutura são necessários para garantir que o futebol feminino continue a crescer. Além disso, a colaboração entre esses setores pode criar um ambiente mais favorável para o desenvolvimento do esporte. Estratégias comunicacionais efetivas, eventos promocionais e uma cobertura midiática ampla e positiva podem aumentar a visibilidade do futebol feminino, atrair patrocinadores e criar um ambiente mais favorável para seu desenvolvimento.

A influência na opinião pública é fundamental para transformar percepções e atitudes em relação ao futebol feminino. Uma opinião pública favorável pode pressionar tanto o setor privado quanto o público a investir mais na modalidade, além de aumentar o engajamento dos torcedores. Quando a mídia destaca as conquistas e os desafios das atletas, isso contribui para mudar a narrativa predominante e gera maior interesse e respeito pelo futebol feminino.

Nesse sentido, a Copa do Mundo Feminina de 2027 no Brasil representa uma oportunidade única para consolidar esses avanços. A presença de empresas apoiando o evento, juntamente com políticas como a Estratégia Nacional para o Futebol Feminino, pode catalisar mudanças profundas e duradouras. Este evento não apenas destaca a capacidade técnica do Brasil em sediar grandes competições, mas também reforça o uso do futebol feminino como uma ferramenta poderosa de inclusão social e desenvolvimento econômico.

Ademais, ao incorporar a interseccionalidade na análise do futebol feminino, reconhecemos que as barreiras enfrentadas pelas jogadoras não se limitam apenas ao gênero. A interseccionalidade nos permite compreender como outras formas de opressão, como raça, classe e orientação sexual, também impactam a trajetória dessas atletas. A presença marcante de mulheres negras e de origem humilde, como Formiga, ilustra as múltiplas camadas de

opressão superadas para alcançar o sucesso. Portanto, ao adotar uma perspectiva interseccional, podemos desenvolver estratégias mais eficazes para promover a igualdade no futebol feminino, garantindo que todas as mulheres, independentemente de suas origens, tenham a oportunidade de brilhar e contribuir para o esporte.

Olhar apenas para o gênero é o primeiro passo, mas ainda há um longo caminho a ser percorrido. As jogadoras brasileiras de futebol enfrentam questões que vão além da desigualdade de gênero, lidando com desafios ainda maiores relacionados à raça, classe social e orientação sexual. Reconhecer e abordar essas complexidades é fundamental para criar um ambiente verdadeiramente inclusivo e igualitário no futebol feminino. É preciso um compromisso contínuo e abrangente para garantir que todas as jogadoras tenham a chance de prosperar e alcançar seu pleno potencial, contribuindo para um futuro mais justo e equitativo no esporte.

Vale lembrar que tudo abordado neste trabalho trata das mulheres ocupando seu espaço principalmente no futebol feminino, espaço que já deveria ser nosso. Quando falamos da presença de mulheres no futebol masculino, a situação se agrava ainda mais. Não há mulheres técnicas em grandes clubes, e um dos poucos exemplos, se não o único de mulheres em alta liderança em grandes clubes no futebol masculino é o de Leila Pereira, atual presidente do Palmeiras. A dominação masculina persiste, criando um ambiente ainda mais desafiador para as mulheres que buscam romper essas barreiras e alcançar posições de destaque no esporte. É fundamental reconhecer e combater essa dominação para que o futebol, em todas as suas esferas, seja verdadeiramente inclusivo e equitativo.

O espaço e a visibilidade que o futebol feminino tem hoje não foram dados, mas conquistados através de muita luta ao longo do tempo. As vitórias obtidas até agora são resultado da perseverança e do esforço contínuo de muitas mulheres que enfrentaram e superaram inúmeras barreiras. Para que o futebol feminino continue avançando, é imperativo contar com mais aliados e maior apoio. É necessário que todos — desde governantes até cidadãos comuns — se comprometam a promover e valorizar o esporte feminino, garantindo que ele receba o reconhecimento e os recursos que merece. Com um esforço coletivo, podemos assegurar que o futuro do futebol feminino no Brasil seja ainda mais brilhante e promissor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- NUNES, C. F. P. **Questões De Gênero E A Proibição Do Futebol Feminino No Brasil Pelo Decreto-Lei No 3.199/1941.** Revista Direito e Sexualidade, p. 126–148, 30 jun. 2022.
- SILVA, Giovana Capucim e. **A história do futebol feminino no Brasil: um estudo de sua trajetória e das influências sociais e culturais sobre o esporte.** 2015. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.
- FRANZINI, Fabio. **Futebol é “coisa para macho”?** Pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 25, no 50, p. 315–328, [s.d.].
- BROCH, M. **Histórico do futebol feminino no Brasil:** considerações acerca da desigualdade de gênero. *Temporalidades*, v. 13, n. 1, p. 695–705, 10 jul. 2021.
- GASTALDO, Edison. **Uma arquibancada eletrônica: reflexões sobre futebol, mídia e sociabilidade no Brasil.** *Revista Antropologia Social, Paraná*, v. 6, p. 113-123, 2005.
- LERNER, Gerda. **A criação do patriarcado: história da opressão das mulheres pelos homens.** Tradução Luiza Sellera. São Paulo: Editora Cultrix, 2019.
- BONFIM, A. F. **Football Feminino entre festas esportivas, circos e campos suburbanos: uma história social do futebol praticado por mulheres da introdução à proibição (1915-1941).** repositorio.fgv.br, 6 set. 2019.
- MOURÃO, Ludmila. **As Narrativas Sobre O Futebol Feminino O Discurso Da Mídia Impressa Em Campo.** *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, v. 26, n. 2, 26 ago. 2008.
- COSTA, L. **O futebol feminino nas décadas de 1940 a 1980.** *Revista do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro*, v. 13, p. 493–507, [s.d.].
- PERROT, Michelle. **Os Excluídos da história: operários, mulheres e prisioneiros.** São Paulo: Paz e Terra, 2017, p. 197-249.
- MARIA APARECIDA FERRARI. **Gestão da comunicação intercultural nas organizações brasileiras em tempos de globalização.** *Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília*, p. 178–204, 2016.
- FERRARI, M. A. **As dimensões locais das Relações Públicas internacionais: teorias e paradigmas.** *Organicom*, v. 3, n. 5, p. 82, 13 dez. 2006.
- FIRMINO, F. H.; PORCHAT, P. **Feminismo, identidade e gênero em Judith Butler: apontamentos a partir de “problemas de gênero”.** *Doxa: Revista Brasileira de Psicologia e Educação*, v. 19, n. 1, p. 51–61, 1 jun. 2017.
- CARVALHO, A. L. B. **A desigualdade de gênero no âmbito desportivo percebida a partir de disparidades na valorização econômica de atletas no futebol.** *Revista da Defensoria Pública do Estado do Rio Grande do Sul*, v. 1, n. 32, p. 79–99, 27 jan. 2023.

SALEMI , V. Boleiras: Histórias de gerações no futebol feminino do Brasil. [s.l: s.n.].

KESSLER, C. S.; DA COSTA, L. M.; PISANI, M. DA S. As mulheres no universo do futebol brasileiro. [s.l: s.n.].

BRASIL. Decreto-lei nº 3.199, de 14 de abril de 1941. Estabelece as bases de organização dos desportos em todo o país. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/del3199.htm#:~:text=exclusivamente%20de%20amadores.-,Art.,%C3%A0s%20entidades%20desportivas%20do%20pa%C3%ADs. Acesso em: 2 fev. 2024.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Em 1895 foi disputada a primeira partida de futebol oficial no Brasil. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/radio/programas/431278-em-1895-foi-disputada-a-primeira-partida-de-futebol-oficial-no-brasil/>. Acesso em: 2 fev. 2024.

PERES, Fábio. A origem do futebol na cidade de São Paulo: de Miller ao The São Paulo Athletic Club. Disponível em: <https://ludopedia.org.br/arquibancada/a-origem-do-futebol-na-cidade-de-sao-paulo-de-miller-ao-the-sao-paulo-athletic-club/>. Acesso em: 2 fev. 2024.

Senado Federal. Futebol feminino já foi proibido no Brasil e CPI pediu legalização. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/arquivo-s/futebol-feminino-ja-foi-proibido-no-brasil-e-cpi-pediu-legalizacao>. Acesso em: 5 de fev. de 2024

LAUAND, J. Revelando a Linguagem 50 estudos na revista Língua Portuguesa (2005-2015). p. 95–98, [s.d.]. Disponível em:
<http://www2.fe.usp.br/~cemoroc/RevelandoaLingPort.p>

OLIVEIRA, Sérgio. Futebol feminino no Brasil: a história. Última Divisão, [s.l.], [s.d.]. Disponível em: <https://www.ultimadivisao.com.br/futebol-feminino-no-brasil-a-historia/>. Acesso em: 16 fev. 2024

CONTRA-ATAQUE - MUSEU DO FUTEBOL. Quem será esse senhor José Fuzeira? Disponível em: <https://contraataque.museudofutebol.org.br/quem-sera-esse-senhor-jose-fuzeira/>. Acesso em: 16 de fev. 2024.

MEMÓRIA GLOBO. Como vedetes jogaram bola em 1959 quando o futebol feminino era proibido. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/reportagens/noticia/como-vedetes-jogaram-bola-em-1959-quando-o-futebol-feminino-era-proibido.ghhtml>. Acesso em: 20 de fev. 2024

CORRÊA, Alessandra. O que explica o futebol ser um dos esportes mais populares entre mulheres nos EUA. BBC, 13 jul. 2019. Disponível em:
<https://www.bbc.com/portuguese/geral-48919891>. Acesso em: 22 fev. de 2024

LANCE!. Quando foi disputada a primeira Copa do Mundo Feminina? Quem ganhou?. Disponível em: <https://www.lance.com.br/copa-do-mundo-feminina/quando-foi-disputada-a-primeira-copa-do-mundo-feminina-quem-ganhou.html>. Acesso em: 22 fev. 2024

GE. História do Futebol Feminino. Disponível em:
<https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino#content-1979>. Acesso em: 26 mar. 2024

GLOBO. Linha do tempo do futebol feminino. Disponível em:
<https://gente.globo.com/linha-do-tempo-do-futebol-feminino> . Acesso em: 26 mar. 2024

ZALCMAN, Fernanda. Copa do Mundo Feminina: primeira edição, quem ganhou? Olympics.com, [s.d.]. Disponível em: <https://olympics.com/pt/noticias/copa-mundo-feminina-primeira-edicao-quem-ganhou>. Acesso em: 26 mar. 2024

SILVA, Ana Carolina. Marta chora e desabafa: 'Não vai ter Marta, Formiga e Cristiane para sempre'. UOL Esporte, 23 jun. 2019. Disponível em:
<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/06/23/marta-chora-e-desabafa-nao-vai-ter-marta-formiga-e-cristiane-pra-sempre.htm>. Acesso em: 2 abr. 2024

CBF. Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino terá 1ª edição em 2013. Disponível em:
<https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/noticias/campeonato-brasileiro-feminino/campeonato-brasileiro-de-futebol-feminino-tera-1a-edicao-em-2013>. Acesso em: 15 de abr. 2024

MAGRI, Diogo. Da proibição à obrigação, o futebol feminino desafia os clubes brasileiros em 2019. El País Brasil, [s.d.]. Disponível em:
https://brasil.elpais.com/brasil/2019/04/11/deportes/1555012178_170838.html. Acesso em: 20 abr. 2024

ALVES, Camila. Montar time feminino é exigência para equipes da Série A 2019. Globo.com, [s.d.]. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/noticia/montar-time-feminino-e-exigencia-para-equipes-da-serie-a-2019-veja-situacao-dos-clubes.ghtml>. Acesso em: 31 mar. 2024

BRASIL. Ministério da Cidadania. Governo decreta ponto facultativo em jogos da seleção na Copa do Mundo Feminina. Disponível em: <https://www.gov.br/esporte/pt-br/noticias-e-contudos/esporte/governo-decreta-ponto-facultativo-em-jogos-da-selecao-na-copa-do-mundo-feminina>. Acesso em: 2 mai. 2024

MÍDIA NINJA. Pela primeira vez, seleção feminina joga uma Copa sem estrelas no brasão de suas camisas. Disponível em: <https://midianinja.org/pela-primeira-vez-selecao-feminina-joga-uma-copa-sem-estrelas-no-brasao-de-suas-camisas/>. Acesso em: 10 abr. 2024
EXAME. Com novos recordes em 2023, futebol feminino encerra o ano em alta. Disponível em: <https://exame.com/esporte/com-novos-recordes-em-2023-futebol-feminino-encerra-o-ano-em-alta/>. Acesso em: 5 mai. 2024

INFOMONEY. Fifa escolhe o Brasil para sediar Copa do Mundo Feminina de 2027. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/consumo/fifa-escolhe-o-brasil-para-sediar-copa-do-mundo-feminina-de-2027/>. Acesso em: 17 mai. 2024

G1 GLOBO. Brasil é escolhido para ser a sede da Copa do Mundo Feminina de 2027. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2024/05/17/brasil-e-escolhido-para-ser-a-sede-da-copa-do-mundo-feminina-de-2027.ghtml>>. Acesso em: 17 mai. 2024
KESTELMAN, Amanda. Maior nome antes de Marta, Sissi carrega história de preconceito e pouco reconhecimento. Globo.com, [s.d.]. Disponível em:
<https://ge.globo.com/futebol/copa-do-mundo-feminina/noticia/maior-nome-antes-de-marta->

sissi-carrega-historia-de-preconceito-e-pouco-reconhecimento.ghtml. Acesso em: 18 mai. 2024

MÍDIA NINJA. Sissi: conheça a história da primeira grande referência do futebol feminino brasileiro. Disponível em: <https://midia.ninja/sissi-conheca-a-historia-da-primeira-grande-referencia-do-futebol-feminino-brasileiro/>. Acesso em: 18 mai. 2024

G1 GLOBO. Marta mostra confiança inabalável na vitória sobre a Jamaica para manter a seleção brasileira na Copa Feminina. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2023/08/01/marta-mostra-confianca-inabalavel-na-vitoria-sobre-a-jamaica-para-manter-a-selecao-brasileira-na-copa-feminina.ghtml>. Acesso em: 10 mai. 2024

NUNES, Maíra. O que mudou no futebol feminino do Brasil desde a última Copa. Dibradoras, [s.d.]. Disponível em: <https://dibradoras.com.br/2023/03/22/o-que-mudou-no-futebol-feminino-do-brasil-desde-a-ultima-copa/>. Acesso em: 22 mai. 2024

UOL. Questão do Enem sobre salário de Neymar e Marta é 'ridícula', diz Bolsonaro. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2021/01/18/questao-do-enem-sobre-salario-de-neymar-e-marta-e-ridicula-diz-bolsonaro.htm>. Acesso em: 27 mai. 2024

FOLHA DE S.PAULO. Só minoria no brasileiro feminino tem atletas com carteira assinada. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/03/so-minoria-no-brasileiro-feminino-tem-atletas-com-carteira-assinada.shtml>. Acesso em: 28 mai. 2024.

PLANETA FUTEBOL FEMININO. Guia do Futebol Feminino - Brasil. [S.l.], 2022. Disponível em: https://planetafutebolfeminino.com.br/wp-content/uploads/2022/03/GUIA-BRA1_2022-4.pdf. Acesso em: 21 mai. 2024

LANCE. Qual é a diferença da premiação entre os campeões do Brasileirão masculino e feminino? Disponível em: <https://www.lance.com.br/lancebiz/financas/qual-e-a-diferenca-da-premiacao-entre-os-campeoes-do-brasileirao-masculino-e-feminino.html>. Acesso em: 10 mai. 2024

BRASIL. Ministério da Cidadania. Doce Estratégia Nacional de Futebol Feminino. [S.l.], 2023. Disponível em: https://www.gov.br/esporte/pt-br/acoes-e-programas/futebol-feminino/doceestrategianacionalfutebolfemv5_15-08-202313.pdf. Acesso em: 20 mai. 2024

BRASIL. Ministério da Cidadania. Estratégia Nacional para o Futebol Feminino comemora um ano com ações importantes. Disponível em: <https://www.gov.br/esporte/pt-br/noticias-e-conteudos/esporte/estrategia-nacional-para-o-futebol-feminino-comemora-um-ano-com-acoes-importantes>. Acesso em: 25 mais. 2024

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. A Copa do Mundo Feminina de Futebol 2027 vai ser no Brasil. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202405/a-copa-do-mundo-feminina-de-futebol-2027-vai-ser-no-brasil-1>. Acesso em: 25 mai. 2024

NUNES, Maíra. Se Brasil sediar a Copa, terá a chance de mudar de vez o patamar do futebol feminino no país. Dibradoras, [s.d.]. Disponível em: <https://dibradoras.com.br/2024/05/16/se-brasil-sediar-a-copa-tera-a-chance-de-mudar-de-vez-o-patamar-do-futebol-feminino-no-pais/>. Acesso em: 25 mai. 2024

COSTA, Camila M. **Copa do Mundo Feminina: marcas ainda estão míopes em relação às oportunidades.** Meio & Mensagem, [s.d.]. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/proxima/pxx-opiniao/copa-do-mundo-feminina-marcas-ainda-estao-miopes-em-relacao-as-oportunidades>. Acesso em: Acesso em: 25 mai. 2024

CONTADO, Valeria. **Brasileirão Feminino estreia com recorde de marcas em 2024.** Meio & Mensagem, [s.d.]. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/brasileirao-feminino-estreia-com-recorde-de-marcas-em-2024>. Acesso em: 27 mai. 2024

NEOENERGIA. Neoenergia é a primeira empresa no país a patrocinar exclusivamente a Seleção Brasileira Feminina de Futebol. Disponível em: <https://www.neoenergia.com/web/sp/w/neoenergia-e-a-primeira-empresa-no-pais-a-patrocinar-exclusivamente-a-selecao-brasileira-feminina-de-futebol>. Acesso em: 28 mai. 2024

NEOENERGIA. **Brasileirão Feminino Neoenergia 2022 quebra recordes de público e reforça valorização do esporte no país.** Disponível em: <https://bit.ly/3wmumrr> . Acesso em: 28 mai. 2024.

NEOENERGIA. **A dois dias da Copa do Mundo Feminina, atacante Geyse faz reflexão sobre igualdade de gênero.** Disponível em: <https://www.neoenergia.com/web/bahia/w/campanha-publicitaria-geyse-neoenergia> . Acesso em: 28 mai. 2024.

NEOENERGIA. **Brasileirão Feminino Neoenergia 2023: final histórica reforça apoio dado pela companhia ao esporte no país.** Disponível em: <<https://www.neoenergia.com/w/neoenergia-final-campeonato-feminino-futebol-2023>\>. Acesso em: 28 mai. 2024.

BRASIL. Lei nº 14.597, de 22 de março de 2023. Institui a Política Nacional de Desenvolvimento do Futebol Feminino e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 23 mar. 2023. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2023-2026/2023/lei/L14597.htm. Acesso em: 28 mai. 2024.

CBF. Brasileirão Feminino Neoenergia 2024 reforça compromisso com desenvolvimento do futebol feminino. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/noticias/campeonato-brasileiro-feminino/brasileirao-feminino-neoenergia-2024-reforca-compromisso-com-desenvolv>\>. Acesso em: 28 mai. 2024.

MUSEU DO FUTEBOL. Na década de 1930, o futebol feminino tornou-se popular no Brasil, com destaque para as atrações do Circo Irmãos Queirolo. Disponível em: <https://museudofutebol.org.br/crbf/acervo/616043/#:~:text=Na%20d%C3%A9cada%20de%201930%20o,atra%C3%A7%C3%A5o%20do%20Circo%20Irm%C3%A3os%20Queirolo>. Acesso em: 5 mar. 2024.

MUSEU DO FUTEBOL. Acervo 616803. Disponível em: <https://museudofutebol.org.br/crbf/acervo/616803/>. Acesso em: 18 abr. 2024.

REVISTA GALILEU. O decreto-lei que proibiu mulheres de jogar futebol no Brasil por 40 anos. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/Historia/noticia/2021/07/o-decreto-lei-que-proibiu-mulheres-de-jogar-futebol-no-brasil-por-40-anos.html>. Acesso em: 12 mar. 2024.

LUDOPÉDIO. A primavera do futebol feminino (1940-1941): 1ª parte. Disponível em: <https://ludopedio.org.br/arquibancada/a-primavera-do-futebol-feminino-1940-19411a-part/>. Acesso em: 2 abr. 2024.

GOOGLE ARTS & CULTURE. Museu do Futebol. Disponível em: <https://artsandculture.google.com/partner/museu-do-futebol>. Acesso em: 14 abr. 2024.

MUSEU DO FUTEBOL. Acervo 619415. Disponível em: <<https://museudofutebol.org.br/crbfb/acervo/619415/>>. Acesso em: 29 mar. 2024.

DIBRADORAS. Brasileiro Feminino tem a mesma premiação há 4 anos: campeão levou 120 mil. Disponível em: <https://dibradoras.blogosfera.uol.com.br/2019/10/01/brasileiro-feminino-tem-a-mesma-premiacao-ha-4-anos-campeao-levou-120-mil/> . Acesso em: 22 abr. 2024.

CETRONE, Camila. Lea Campos: 1ª árbitra mulher brasileira de futebol feminino. Revista Marie Claire, Rio de Janeiro, 10 jul. 2023. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/esporte/noticia/2023/07/lea-campos-1a-arbitra-mulher-brasileira-futebol-feminino.html>. Acesso em: 7 jul. 2024.

ONU Mulheres. ONU Mulheres anuncia Marta Vieira da Silva como Embaixadora da Boa Vontade. Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/noticias/onu-mulheres-anuncia-marta-vieira-da-silva-como-embaixadora-da-boa-vontade/>. Acesso em: 8 jul. 2024.

Salvini, L., Souza, J., & Marchi Junior, W. (2012). **Violência simbólica e dominação masculina: a inclusão do corpo feminino no futebol.** *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 26(2), 1-15. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbefe/a/syj4xcRN9JQnrSp7F4s6CXS>. Acesso em: 9 jul. 2024.

VAN RULER, Betteke; VERCIC, Dejan. Perspectivas Europeias das Relações Públicas. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Dejan-Vercic/publication/275224708_Perspectivas_Europeias_das_Relacoes_Publicas/links/556e23a308aefcb861db98be/Perspectivas-Europeias-das-Relacoes-Publicas.pdf. Acesso em: 9 jul. 2024.

HIRATA, Helena. Gênero, classe e raça: interseccionalidade e consubstancialidade das relações sociais., 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ts/a/LhNLNH6YJB5HVJ6vnGpLgHz/?form>. Acesso em: 9 jul. 2024.