

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO – CRP

LUANA DE OLIVEIRA TORRES

As mulheres entram em campo:

Reflexões sobre os impactos da Copa do Mundo de 2019 na visibilidade do futebol
feminino no Brasil

SÃO PAULO
2020

LUANA DE OLIVEIRA TORRES

As mulheres entram em campo:

Reflexões sobre os impactos da Copa do Mundo de 2019 na visibilidade do futebol feminino no Brasil

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito para formação no Bacharelado em Comunicação Social - Relações Públicas, na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Alberto de Farias.

SÃO PAULO

2020

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.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Torres, Luana de Oliveira

As mulheres entram em campo:: Reflexões sobre os impactos da Copa do Mundo de 2019 na visibilidade do futebol feminino no Brasil / Luana de Oliveira Torres ; orientador, Luiz Alberto Beserra de Farias. -- São Paulo, 2020.

53 p.: il.

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

Bibliografia

Versão corrigida

1. Comunicação e igualdade de gênero I. Beserra de Farias, Luiz Alberto II. Título.

CDD 21.ed. - 302.2

Nome: Luana de Oliveira Torres

Título: As mulheres entram em campo - Reflexões sobre os impactos da Copa do Mundo de Futebol Feminino 2019 na visibilidade do esporte no Brasil

Aprovado em: ____/____/2020

Nome: _____

Instituição: _____

Nome: _____

Instituição: _____

Nome: _____

Instituição: _____

You have to act as if it were possible to radically transform the world. And you have to do it all the time.

Angela Davis

RESUMO

Com a popularização do futebol no Brasil, no início do século XXI, a modalidade atingiu um patamar que hoje a coloca como parte da nossa identidade nacional. Entretanto, o histórico de sexismo que envolveu a democratização desse esporte fez com que, ainda hoje, ele seja um espaço essencialmente masculino, tanto nas práticas quanto nas outras organizações diretamente envolvidas, como torcidas, administração dos clubes, comissão técnica e profissionais de jornalismo esportivo. A Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2019, realizada na França, abriu um espaço até então inédito para a modalidade. Sendo exibido na maior emissora de TV aberta do Brasil, o torneio atingiu recordes de audiência e de menções nas redes sociais. Por meio de uma análise das reportagens veiculadas na imprensa e de publicações nas redes sociais, esse trabalho apresenta reflexões sobre o histórico de perseguição ao futebol feminino e sobre como o mundial de 2019 colaborou com a visibilidade das mulheres nesse esporte.

Palavras-chave: futebol feminino, imprensa, mídias sociais, copa do mundo de futebol feminino, desigualdade de gênero, comunicação.

ABSTRACT

With the popularization of football in Brazil in the beginning of the 21st century, the sport reached such an important level that today it plays an essential role in the national identity of the country. However, the history of sexism that involved the democratization of this sport has made it, even nowadays, an essentially masculine space. This can be seen in practices and in other groups directly involved, such as fans, club's administration, technical committees and also sports journalism professionals. The 2019 Women's Football World Cup, held in France, opened up a space previously unheard of for the sport. Being broadcasted on the biggest open TV channels in Brazil, the tournament reached audience records and mentions on social networks. Through an analysis of media reports and posts on social networks, the present paper brings reflections on the history of persecution of women's football and on how the 2019 World Cup contributed to the visibility of women in this sport.

Keywords: women's football, press, social media, women's football world cup, gender inequality, communication.

Lista de figuras

Figura 1: Recorte do jornal O Imparcial	11
Figura 2: Recorte da Revista Placar – As mulheres atacam.....	14
Figura 3: Recorte da Revista Placar – Soccer Sex Stars	15
Figura 4: Páginas da Revista Placar.....	16
Figura 5: Captura de tela do Google Trends para o termo “batom da Marta”	34
Figura 6: Captura de tela do Google Trends para o termo “batom Avon”	34
Figura 7: Marta em campo usando o batom da Avon	35
Figura 8: Captura de tela do Google Trends - buscas pela seleção feminina.....	37
Figura 9: Captura de tela do Google Trends - principais questões.....	38
Figura 10: Os números do Instagram antes da Copa do Mundo	39
Figura 11: Os números do Instagram antes da Copa do Mundo	40
Figura 12: Exemplos de comentários negativos	41
Figura 13: Marta apontando para sua chuteira durante a comemoração de um gol.....	43

Lista de tabelas

Tabela 1: Jogadoras convocadas para a Copa do Mundo de 2019.....	30
Tabela 2: Ranking com os jogos mais assistidos da Copa do Mundo Feminina 2019.....	36

Sumário

1. INTRODUÇÃO	8
2. A HISTÓRIA DO FUTEBOL FEMININO NO BRASIL	9
3. O CENÁRIO ATUAL: UMA VISÃO DA PRESENÇA FEMININA NO FUTEBOL	19
4. A COPA DO MUNDO DE 2019: UMA VIRADA PARA O FUTEBOL FEMININO	29
4.1. As atletas titulares que defenderam a seleção	30
4.2. O apoio das marcas	31
4.3. Os números da audiência.....	35
4.4. A participação do público.....	37
4.5. A visibilidade como um espaço de ativismo	41
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
6. REFERÊNCIAS	48

1. INTRODUÇÃO

O futebol é uma das maiores tradições que marcam a cultura do Brasil. É um esporte que, mais do que qualquer outro, faz parte da identidade nacional brasileira e, historicamente, se tornou popular no país ao atingir todas as classes sociais. Hoje, o Brasil carrega o título de “país do futebol”, devido às conquistas mundiais da seleção brasileira masculina e da exportação de muitos atletas memoráveis.

De origem inglesa, o futebol que conhecemos chegou no Brasil no final do século XIX, quando Charles Miller, que hoje é considerado o pai da modalidade, trouxe da Inglaterra duas bolas na mala e organizou os primeiros torneios com a participação de sócios do São Paulo Athletic Club (CASTRO; CADETE, 2019). Há registros, porém, que contestam esse pioneirismo e afirmam que desde os tempos de Colônia já ocorriam alguns jogos amadores espalhados pelo país. Logo, Charles Miller teria somente importado as regras inglesas e o caráter competitivo do futebol.

Inicialmente uma prática comum entre a elite branca, o futebol era jogado pelos homens nos clubes e associações, enquanto as mulheres eram incentivadas a estarem nas arquibancadas para torcerem e embelezarem os estádios. Segundo Franzini (2005), muitas vezes as moças torcedoras eram até mais fotografadas pelos jornalistas do que os próprios jogadores.

Foi somente a partir da década de 1920 que o futebol se expandiu para outras classes sociais, com o surgimento das grandes metrópoles e a prática sendo difundida entre os negros e a classe operária. A consequência disso foi a profissionalização da modalidade, já que os melhores jogadores eram disputados pelos clubes e recebiam remunerações de acordo com seus desempenhos (GUTERMAN, 2010, p.10). Esta massificação também mudou o perfil do público nas arquibancadas, pois o elitismo e os bons modos deram lugar a uma manifestação popular, com homens e mulheres dos subúrbios que acompanhavam e vibravam em cada partida disputada.

A popularização do futebol e sua incorporação na cultura brasileira, entretanto, não foram justas com as mulheres. No ano de 1940, o desenvolvimento de equipes femininas no Rio de Janeiro e em São Paulo despertou a fúria dos membros mais conservadores da sociedade, que manifestavam suas preocupações com a saúde física e a capacidade reprodutoras das jogadoras. Consideradas seres muito frágeis para as disputas tão violentas, por quase quarenta anos as mulheres foram proibidas de praticar esportes considerados incompatíveis com a “feminilidade”.

Mesmo após a revogação do decreto de proibição, levou alguns anos até que o

futebol feminino fosse regulamentado e assumido pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF), tendo o direito de participar de torneios oficiais. Inevitavelmente, todos esses anos de invisibilidade trouxeram muitos prejuízos ao desenvolvimento da modalidade no Brasil e, mesmo com alguns avanços de lá pra cá, o universo do futebol continua sendo essencialmente masculino e a presença das mulheres nos gramados ainda busca afirmação e luta por igualdade de condições.

Em 2016, pela primeira vez na história, a FIFA (Federação Internacional de Futebol) inseriu a igualdade de gênero em seu estatuto e, nos últimos anos, tem tomado medidas importantes que, mesmo longe de serem suficientes, contribuíram para o incentivo à prática da modalidade no Brasil e em outros países.

Em um ano considerado histórico para o Futebol Feminino, a última Copa do Mundo, realizada na França em 2019 teve uma grande visibilidade e levantou importantes questões sobre a equidade de gênero no esporte. Muitas pautas relevantes foram debatidas em entrevistas com as jogadoras, nas redes sociais e até mesmo em campanhas divulgadas por marcas que, de alguma forma, apoiaram o torneio. A modalidade vive agora um momento promissor e a expectativa é que haja cada vez mais incentivos para que o país do futebol também abrace as mulheres.

2. A HISTÓRIA DO FUTEBOL FEMININO NO BRASIL

O início do século XX trouxe a popularização do futebol no Brasil, que deixou de ser uma prática restrita à elite e passou a ser incorporado também entre as classes mais baixas. É nesse contexto que a mulher também ganha mais espaço na prática do esporte, deixando de ser apenas parte da torcida nas arquibancadas e adentrando aos campos, como jogadora. É difícil, entretanto, afirmar com precisão quando ocorreram os primeiros jogos de futebol feminino no Brasil, mas alguns autores consentem que um marco introdutório foi o registro de uma partida ocorrida no ano de 1921, na cidade de Tremembé, interior de São Paulo, entre equipes formadas por mulheres catarinenses e tremembeenses (BONFIM, 2006, p. 27).

Além dos confrontos entre equipes exclusivamente femininas, as partidas mistas também passaram a ser comuns, com mulheres jogando em equipes predominantemente masculinas. O objetivo, claro, não era ter um jogo competitivo e sim fazer uma exibição quase que teatral nas chamadas festas esportivas e nos eventos beneficentes. Neste mesmo período, existem registros de que o futebol feminino esteve presente também em teatros de revistas e grandes companhias circenses da época, como Irmãos Queirolo,

Nerino e Irmãos Garcia. As atrizes, frequentemente descritas nos anúncios como moças “graciosas” ou “elegantes”, se apresentavam em versões mais curtas dos uniformes de e em jogos sem preocupações com regras ou nível técnico, mas com foco no humor e na exposição de seus corpos.

Foi apenas no fim da década de 1930 que começaram a surgir os primeiros clubes femininos competitivos em diversos estados, com maior representatividade nas áreas suburbanas do Rio de Janeiro. O desenvolvimento dessas equipes foi gradativamente ganhando atenção da imprensa, que se tornou, inclusive, promotora dos principais festivais esportivos, expondo publicamente a participação feminina no futebol, divulgando os calendários dos jogos e reconhecendo a seriedade do movimento (BONFIM, 2006, p. 118). Alguns jornais davam grande destaque às atletas, analisando suas capacidades técnicas e, claro, suas aparências.

Em 1940 ocorreu, pela primeira vez, um jogo entre times femininos no recém-inaugurado Estádio do Pacaembu, como preliminar de uma partida entre Flamengo e São Paulo. A crescente visibilidade das mulheres no esporte, ao mesmo tempo em que despertava o entusiasmo de alguns, começou também a gerar revoltas entre os mais conservadores (FRANZINI, 2005). Na imprensa, colunas jornalísticas e carta de leitores que pediam a proibição do futebol feminino ganharam cada vez mais espaço, com argumentos que quase sempre se pautavam em críticas científicas, apontando os perigos de um esporte violento para o corpo de uma mulher, classificando-o como “incompatível com a natureza feminina”.

Uma dessas cartas, escrita por um autor de livros sobre normas e condutas sociais chamado José Fuzeira, se tornou uma das mais famosas por ter sido endereçada diretamente a Getúlio Vargas, presidente do Brasil na época. Escrita em 7 de maio de 1940, a carta apresentava seus argumentos e suas preocupações:

(...) Vem, pois, o signatário, respeitosamente, solicitar a clarividente atenção de V. Excelência, para que seja conjurada 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”. É notória a violência com que, nesse jogo, as bolas atingem, às vezes, o corpo dos jogadores; e também diversos são os casos já ocorridos de consequências graves e fatais.

Ora, a constituição orgânica da mulher impõe-lhe o atento cuidado de precaver certos órgãos contra toda a contundência traumática; sendo que, conforme opinião de alguns expoentes da medicina, as pancadas violentas contra os seios podem, até, dar origem ao câncer.

(...) 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 (...).

Assim, 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 faça com que (...) decidam se, efetivamente, a mulher pode, sem manifesto e grave prejuízo, integrar como elemento ativo, em um esporte de atritos e físicos rudes e agressivos (...).¹

Iniciou-se então uma grande campanha contra a prática do futebol feminino no Brasil, com muitas manifestações espontâneas de pessoas comuns e de também esportistas da época. O acervo do Museu do Futebol, localizado no Estádio do Pacaembu, hoje conta com diversos trechos e recortes de jornais, revistas e cartas de leitores que tinham as mesmas ideias de Fuzeira. Abaixo, uma manchete do jornal *O Imparcial*, publicado em janeiro de 1941, é um claro exemplo da mobilização que houve em parte da imprensa.

Figura 1: Recorte do jornal O Imparcial



Fonte: Acervo digital do Museu do Futebol.

Segundo Franzini (2005), todas essas críticas sensibilizaram a comunidade científica, ganhando respaldo da Divisão de Educação Física do Ministério da Educação e Saúde, pois as ideias de um desenvolvimento nacionalista, muito fortes na época, colocavam a mulher como responsável por gerar filhos fortes e saudáveis à pátria e, logo, qualquer atividade que colocasse em risco esse papel deveria ser controlada pelo governo.

A carta de Fuzeira chegou a ser encaminhada para a Subdivisão de Medicina Especializada, que deu um parecer favorável ao conteúdo. Não demorou para que toda essa movimentação contrária resultasse em um decreto-lei assinado por Getúlio Vargas, em abril de 1941, que proibia as mulheres de praticarem esportes considerados violentos e “contra sua natureza”:

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 (Decreto-lei 3.199, de 14 de abril de 1941, artigo 54).

¹ O conteúdo da carta faz parte do acervo do Museu do Futebol de São Paulo.

Apesar de não citar nominalmente quais eram os esportes proibidos, era senso comum, inclusive nas notícias veiculadas na imprensa, que o futebol estava incluído. Somente eram permitidas as prática esportivas que não colocassem em risco a saúde da mulher e o que era considerado socialmente como “feminilidade”, ou seja, as atividades “que não trouxessem nenhum tipo de contato físico intenso ou esforço excessivo e que tivessem movimentos leves, como a natação, a ginástica e o balé. Caso contrário, segundo os médicos da época, o potencial materno das moças podia ser prejudicado” (SILVA, 2015, p.5). Além disso, outro forte argumento para a proibição era o medo de que as mulheres pudessem ser masculinizadas já que, além de desenvolver músculos incompatíveis com a delicadeza de seus corpos, durante os jogos elas dispensavam as maquiagens, adereços, perucas e enchimentos que faziam parte dos trajes mais tradicionais da época.

Fica evidente aqui que há uma relação desigual de poder entre as figuras da mulher e do homem, legitimada pelas diferenças biológicas entre seus corpos. Essa lógica remete às análises feitas pelo sociólogo Pierre Bourdieu, em *A Dominação Masculina* (2012), onde o autor afirma que as diferenças anatômicas entre os corpos feminino e masculino são socialmente aceitas como justificativas naturais para as relações de dominação instituídas entre os gêneros, onde as diferenças significam também oposições. Ou seja, existe um “modo de ser” esperado das mulheres que é oposto ao esperado dos homens: enquanto deles se espera virilidade e força, delas se espera fragilidade e delicadeza. Ao expor traços ditos masculinos a mulher perde, automaticamente, seus traços femininos, colocando em risco também o seu papel social de reprodutora.

Além disso, “o princípio masculino é tomado como medida de todas as coisas” (BOURDIEU, 2012, p. 23) e, logo, é necessário ter o corpo de um homem e também sua força e virilidade para exercer os direitos de um homem. E é sob a autoridade masculina que a mulher está submetida.

E foi pela resistência de muitas mulheres que em 1965, após o início da ditadura militar, que o Decreto-lei 3.199 foi atualizado e passou a conter expressamente o futebol entre os esportes proibidos. Ainda que de forma clandestina, as mulheres continuaram a se organizar para não abandonar o esporte, enquanto o Estado usava até mesmo as delegacias de polícia para exercer sua autoridade e reprimir qualquer prática de lazer que não estivesse de acordo com as normas impostas à mulher.

Enquanto isso, na Europa o cenário começava a dar indícios de mudanças com a realização do primeiro mundial feminino, ocorrido na Itália no ano de 1970 de forma totalmente 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).

Em 1971 foi a vez do México receber o mesmo torneio, um ano após a seleção brasileira masculina se consagrar tricampeã mundial no mesmo local. Na ocasião, a Federação Mexicana de Futebol chegou a tentar impedir que os jogos acontecessem fechando o acesso das atletas aos gramados, mas dois estádios particulares abriram suas portas para a competição. O Brasil foi uma das seleções convidadas, mas não chegou a responder o convite.²

A interdição legal ao futebol feminino no Brasil durou quase quarenta anos, terminando somente em 21 de dezembro de 1979, com a deliberação 10/79, cujo item 4 instruía que:

No caso de desporto, que ainda não seja praticado no Brasil ou que não seja dirigido por entidade internacional, a entidade dirigente no Brasil deverá solicitar ao CND [Conselho Nacional de Desportos] a devida autorização para que possa ser praticado pelas mulheres.

Para a historiadora Giovana Capucim e Silva (2015, p.79)

A deliberação 10/79 é muito clara em sua intenção: não desejava colocar entraves na internacionalização do esporte brasileiro. No entanto, enquanto não existisse a expectativa de que os esportes femininos participassem de competições de nível mundial e projetassem internacionalmente o Brasil, não interessava às instituições normatizadoras do esporte brasileiro regulamentá-los ou incentivá-los. Assim, o futebol feminino não era mais proibido por nenhuma lei, decreto ou deliberação de qualquer instituição governamental, mas por não ser oficialmente gerido, no caso pela FIFA, não era reconhecido e regulamentado pelas autoridades esportivas nacionais e, por isso, não chegava aos clubes.

Nesse período, o futebol feminino esteve frequentemente em pautas especulativas e tendenciosas da imprensa, dividindo opiniões. Com a popularização na Europa, havia a expectativa de que a UEFA e a FIFA fossem reconhecer e regulamentar a modalidade por lá e que, claro, o fato poderia gerar movimentações a favor da regulamentação no Brasil também. Muitos veículos aproveitaram o momento para expor a visão de “especialistas”, mostrando que a campanha contra o futebol feminino não havia acabado com o fim do decreto de proibição.

A maioria das reportagens mostrava que os estereótipos de feminilidade continuavam socialmente enraizados. As futebolistas passaram a ter seus corpos sexualizados e eram frequentemente descritas com adjetivos do tipo “belas”, “graciosas” e “charmosas”. Ao mesmo tempo, quase que de forma contraditória, muitas vezes eram também classificadas como homossexuais por optarem por um esporte que “masculinizava”

² Informação retirada da exposição “Visibilidade para o futebol feminino”, do Museu do Futebol, no Estádio do Pacaembu.

seus corpos. O recorte de uma reportagem presente na edição número 592 da Revista Placar, é um dos exemplos: enquanto se exhibe a imagem de uma mulher em campo de forma sexualizada, um texto ao lado fala sobre a masculinização das jogadoras.

Figura 2: Recorte da Revista Placar – As mulheres atacam



Fonte: Revista Placar. São Paulo, n. 592, 08 set. 1981, p. 32.

As próprias mulheres envolvidas com o futebol na época se preocupavam em negar a masculinização e afirmar a feminilidade. Em entrevista à Gazeta Esportiva, na edição de 25 de julho de 1981, Neneca, que era presidente e treinadora do time feminino Corinthians do Parque, disse:

Sou contrária a movimentos feministas. Adoro sair com o meu namorado, faço questão que ele abra a porta do carro, fico feliz quando ele acende meu cigarro. Sou romântica, aprecio ver a lua. Mas adoro o futebol (...).
Duas moças [do time] são casadas e com filho, as outras namoram e muito. No início alguns namorados tentaram impedir que as moças jogassem, mas hoje eles permitem e tudo bem" (...).
No Corinthians do Parque não há moças masculinizadas. Uma vez desconfiei de uma moça e resolvi afastá-la da equipe. Aqui existem meninas de 15 e 16 anos e levo muito a sério o ambiente. Quero um ambiente saudável.³

É possível verificar na fala de Neneca a tentativa de se distanciar de qualquer relação de seu time com a homossexualidade, justificando até mesmo o afastamento de uma das atletas por uma desconfiança, pois “busca um ambiente saudável”. Ela também se diz contrária aos movimentos feministas, pois é muito romântica e gosta de gentilezas, demonstrando até certo preconceito com o feminismo, que começava a ganhar mais força na época. Além disso, ela ainda argumenta contra a masculinização das jogadoras do seu time utilizando o fato de que todas as moças namoram “e muito”, sendo algumas até casadas e com filho.

³ Mulher: o amor em campo. A Gazeta Esportiva São Paulo, 25 jul. 1981, p. 44. citado por Silva, 2005, p. 86.

No senso comum, as partidas entre equipes femininas ainda eram classificadas como sem graça e com qualidade menor, e as matérias veiculadas na imprensa reforçavam esses estereótipos com opiniões de “especialistas” no assunto. Nesta mesma edição da Revista Placar, por exemplo, o colunista João Saldanha expõe sua visão sobre a modalidade: “Sou contra [o futebol feminino], porque acaba se transformando num esporte híbrido: não tem nem a graça feminina e nem a virilidade masculina que caracteriza o futebol”. A publicação ainda apresentava a opinião do general Montagna, presidente do Conselho Nacional de Desporto, que concordava com João: “A qualidade do espetáculo é sempre baixa”.

Era evidente que havia uma tentativa de desqualificar as mulheres como atletas, “restando apenas a prática como um desfile de belos corpos para o deleite do público tradicional dos estádios: os homens heterossexuais (SILVA, 2005, p. 93)”. E o recorte abaixo, de outra edição da Revista Placar, é um claro exemplo. Ao apresentar um time composto apenas de mulheres famosas, o destaque é dado ao uniforme com “calções justos e camisetas decotadas”.

Figura 3: Recorte da Revista Placar – Soccer Sex Stars



Fonte: Revista Placar. São Paulo, n.593, 25 set. 1981, p. 67.

Em setembro de 1982, a CBF chegou a emitir uma ordem para impedir um jogo entre as seleções de mulheres de São Paulo e do Rio de Janeiro que aconteceria no estádio do

Morumbi, antecedendo o clássico entre o São Paulo Futebol Clube e o Corinthians. Apesar da ordem, a partida ocorreu, mas não sem uma punição: o SPFC foi multado em dezesseis salários mínimos e todas as federações filiadas à CBF foram proibidas de manterem departamentos de futebol feminino e de emprestarem seus estádios para a prática da modalidade.

Era cada vez mais evidente, portanto, que mesmo revogada a proibição, os itens dispostos na deliberação 10/79 ainda abriam brechas para que o futebol feminino continuasse sob forte perseguição, com incentivo e visibilidade apenas àqueles times que se enquadravam em um padrão que pudesse ser apreciado pelo público masculino. Em algumas reportagens era possível perceber até mesmo traços de racismo, além do sexismo. É o caso da matéria intitulada “A bela... E as feras”, publicada na edição de 28 de outubro de 1983, da Revista Placar. Enquanto apresenta a jogadora Bel, com fotos de biquíni e um texto enaltecendo sua sensualidade, na página seguinte exhibe as “feras”, que são mulheres de cabelo curto e uniformes largos, retratadas em fotos preto e branco e com uma mulher negra para destacar a narrativa de jogadoras selvagens, agressivas e que “brigam feio”.

Figura 4: Páginas da Revista Placar



Fonte: Revista Placar. São Paulo, n.701, 28 out. 1983, p. 48-50.

E foi nesse contexto que alguns clubes independentes começam a despontar, organizando campeonatos regionais e estaduais pelo Brasil. No Rio de Janeiro, Copacabana era o palco principal das competições e foi lá que um dos times se destacou pela grande habilidade em campo: o Esporte Clube Radar. Criada em 1981, a equipe

feminina do Radar foi considerada a maior da época e, com o apoio de Eurico Lyra, empresário do clube, chegou a participar de vários torneios internacionais que eram organizados pelas próprias seleções.

Somente em 1983 o esporte foi reconhecido e teve sua regulamentação publicada em um texto no dia 11 de abril no Diário Oficial da União. As especificações indicavam que o peso das bolas usadas deveria ser mais leve, as traves menores e a duração de uma partida seria de 70 minutos. As novas regras ainda proibiam a cobrança de ingressos para os jogos nos estádios e a troca de camisas entre jogadoras ao final das partidas. Abria-se então mais um caminho a ser percorrido pelas mulheres futebolistas: o da profissionalização.

Em caráter experimental e recusando-se a dar o status de Copa do Mundo para a competição, a FIFA criou em 1988 o *Women's Invitational Tournament*, realizado na China com a participação de doze seleções. Por pressão de Eurico Lyra, que tinha forte influência na CBF, o Esporte Clube Radar serviu de base para montar aquela que seria a primeira seleção a representar o Brasil no futebol feminino internacionalmente. As convocadas foram apresentadas ao público no intervalo de um jogo entre Flamengo e Fluminense, em um Maracanã lotado.

Em seu depoimento concedido ao Museu da Pessoa em 2016, Suzana Cavalheiro, ex-jogadora do Juventus que integrou essa equipe, chamou atenção para a falta de estrutura que a seleção feminina enfrentou nessa época.

A gente treinava em dois períodos e só tinha dois jogos de uniforme. Depois de cada treino, tinha que lavar a roupa correndo pra secar até o outro dia (...).

O kit de viagem tinha roupa que a gente achava horrível. Eram calças com uma boca de sino enormes e todo mundo passava noites costurando e ajustando pra ficar menor. Às vezes eram de manga comprida, sendo que a gente ia pra um lugar durante o verão (...).

As meninas da Noruega tinham um uniforme de cada tipo. Um traje pra treino, outro pra passeio. Elas tinham um kit de primeiros socorros que dava pra fazer até uma microcirurgia, mas quando eu passei mal, não tinha nem um remédio para cuidar do fígado (...).

As outras seleções já vinham fazendo vários amistosos e o nosso treino era com times de marinheiros ou com garotos do Fluminense e do Flamengo.⁴

O fato é que mesmo usando uniformes improvisados e feitos com peças herdadas da seleção masculina, elas conseguiram um heroico bronze disputado nos pênaltis contra as chinesas. Um bom resultado para um time que não contava com muita estrutura.

Em 1990, após se tornar o que ainda hoje é considerado o time feminino mais vitorioso do Brasil, o Radar chegou ao fim após uma série de campeonatos esvaziados, pouco apoio da mídia e, claro falta de salários para as jogadoras. O time que nunca perdeu

⁴ Amor à camisa - Suzana Cavalheiro. Museu da Pessoa, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/36JiEEt>. Acesso em 15 de maio de 2020.

uma Taça Brasil que disputou, colecionou 71 jogos disputados na sua história, sendo apenas três empates e duas derrotas. Suzana conta que Eurico Lyra era famoso por ajudar as meninas do time, se preocupar com as famílias, mas o apoio financeiro se limitava às ajudas de custo e, frequentemente, elas também jogavam em troca de garrafas de cerveja. E, nessa época, o time já arrecadava dinheiro com patrocinadores, mas as atletas não participavam da divisão.

Foi somente em novembro de 1991 que a FIFA realizou a primeira Copa do Mundo de Futebol Feminino de forma oficial, escolhendo a China como sede. E é nesse contexto que a CBF assume oficialmente a seleção feminina para participar da disputa, que teve a equipe dos Estados Unidos como campeã. O Brasil terminou em nono lugar.

A Olimpíada de Atlanta, realizada em 1996, marcou a estreia do futebol feminino como modalidade olímpica. Após perder a disputa pelo bronze por 2 a 0 contra a forte seleção da Noruega, o Brasil conseguiu um quarto lugar que veio em um bom momento. O futebol feminino vivia seu auge no país e, com a crescente visibilidade, no ano seguinte o Campeonato Paulista foi transmitido na televisão pela primeira vez, na TV Bandeirantes.

A primeira medalha em Copas do Mundo veio em 1999, quando o Brasil subiu ao pódio em terceiro lugar com Sissi dividindo o posto de artilheira com a chinesa Sun Wen, após marcar sete gols. Antes da competição começar, ela havia feito uma promessa de raspar o cabelo se a seleção conseguisse um bom resultado. E cumpriu. Mas ao voltar ao Brasil, ela encarou muito preconceito:

Chamou a atenção. Na época ninguém sabia por que resolvi raspar a cabeça. Ninguém sabia. Era uma homenagem para uma criança que tinha câncer e sofreu bullying (...). Mas foi um absurdo no Brasil. Tive que escutar um monte de coisa. O fato de ter cabelo curto... todo mundo olhava. Em São Paulo, até não aceitaram que eu participasse de um campeonato.⁵

O campeonato ao qual Sissi se refere na entrevista é o Paulista Feminino de 2001. Na época, a seletiva feita para escolher as atletas que entrariam na disputa estabelecia que a beleza era fundamental para o sucesso da competição. No discurso de lançamento, o presidente da Federação Paulista de Futebol (FPF), Eduardo José Farah, disse que havia a necessidade de mudar o perfil das jogadoras e que o objetivo das regras do campeonato era unir o futebol à feminilidade. No regulamento, havia a recomendação de que jogadoras com cabelo raspado não pudessem jogar.

Assim, mesmo sendo o maior nome do futebol feminino brasileiro naquele ano, Sissi foi impedida de participar do Campeonato Paulista. E após conquistar o quarto lugar nas Olimpíadas de Sydney, em 2000, a jogadora também não esteve entre as convocadas para

⁵ Maior nome antes de Marta, Sissi carrega história de preconceito e pouco reconhecimento. Globo Esporte, 2019. Disponível em: <https://glo.bo/3618m1S>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

defender o Brasil na Copa do Mundo de 2003 e nas Olimpíadas de Atenas em 2004. A maior camisa 10 antes de Marta encerrou sua carreira na seleção sem conseguir a devida despedida.

Os anos seguintes trouxeram mudanças, com alguns times de sucesso chegando ao fim por dificuldades em encontrar patrocinadores e organizar campeonatos. Foi o caso do SPFC que, em uma fase ruim no futebol masculino, chegou a gritar o nome de Sissi nos estádios como provocação aos homens e pouco tempo depois, em março de 2000, encerrou as atividades do time feminino. Ao mesmo tempo, nomes como Marta, Formiga e Cristiane surgiram como inspiração para outras meninas, conquistando carreiras internacionais e chamando atenção para a modalidade no país.

3. O CENÁRIO ATUAL: UMA VISÃO DA PRESENÇA FEMININA NO FUTEBOL

Cada vez mais as pautas relacionadas à igualdade de gênero têm sido incorporadas nas discussões em sociedade, sejam elas em espaços públicos ou privados. A atuação de movimentos sociais, principalmente os feministas, abriu nos últimos anos um espaço de diálogo em defesa dos interesses e da garantia de direito das mulheres, em busca de transformações concretas na sociedade.

Novas correntes teóricas sobre o conceito de gênero passaram a levantar debates e intensos questionamentos sobre a construção histórica das relações de poder entre homens e mulheres. Uma das primeiras e mais importantes contribuições foi a da historiadora Joan Scott (1988), que propôs a interpretação do gênero como representações, símbolos e significados culturalmente produzidos a partir das diferenças entre os sexos e que, portanto, podem ser passíveis de mudanças de acordo com a cultura e os processos históricos de uma sociedade. Dessa forma, a autora rompe o essencialismo biológico e abre espaço para que os conceitos sobre o que é ser homem e ser mulher possam ser questionados.

Reconhecendo a necessidade de avançar nessas questões, em 2015 a Organização das Nações Unidas (ONU) publicou a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, com 17 objetivos globais para “transformar mundo”, a serem cumpridos até 2030, colocando a igualdade de gênero como um deles. São nove metas que vão desde eliminar a violência doméstica e o casamento prematuro de adolescentes até garantir a igualdade de oportunidades em cargos de liderança. O texto, assinado pelos representantes dos 193 Estados-membros da ONU, reconhece ainda o esporte como um fator importante para o alcance de todos os objetivos. O item 37 da declaração diz que:

O esporte é também um importante facilitador do desenvolvimento sustentável. Reconhecemos a crescente contribuição do esporte para a realização do desenvolvimento e da paz ao promover a tolerância e o respeito e as contribuições que fazem para o empoderamento das mulheres e dos jovens, indivíduos e comunidades, bem como aos objetivos da saúde, educação e inclusão social (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2015).

Em uma movimentação natural, no ano seguinte a FIFA mencionou pela primeira vez a igualdade de gênero em seu estatuto, reconhecendo inclusive a importância de considerar o tema na constituição dos órgãos legislativos de todas as federações membros. Em 2018, também pela primeira vez, a entidade lançou uma cartilha denominada “Estratégias Globais para o Futebol Feminino”, um documento de 19 páginas contendo os objetivos e as metas para os próximos anos e determinando como a entidade vai trabalhar em conjunto com todas as partes interessadas em desenvolver a modalidade no mundo inteiro. Entre as principais metas, estão:

- Que até 2026, o número de jogadoras atuando no mundo dobre, chegando a 60 milhões;
- Fazer com que 100% das confederações membros da FIFA tenham pelo menos uma mulher no comitê executivo até 2026;
- Que até 2022 todos os membros apresentem estratégias para desenvolver o futebol feminino.

A cartilha ainda prevê o desenvolvimento de um plano comercial para melhorar a distribuição digital de campeonatos femininos e a criação de parcerias com organizações não governamentais para educar e apoiar campanhas de empoderamento feminino por meio do futebol, a nível nacional. Como parte dessa estratégia, horas antes da abertura da Copa do Mundo Feminina de 2019, a FIFA e a ONU Mulheres firmaram a primeira parceria com o objetivo de tornar o esporte mais acessível às mulheres e meninas ao redor do mundo.

No cenário brasileiro, ainda são necessários muitos avanços para desenvolvimento da categoria. De acordo com um relatório divulgado pela FIFA em 2019, aproximadamente 15.000 meninas e mulheres jogam futebol organizadamente no Brasil, sejam em campeonatos amadores, universitários ou profissionais. Desse número, apenas 2.974 com mais de 18 anos são registradas em times profissionais e 475 em categorias de base. Para efeito de comparação, os Estados Unidos, país referência em investimentos no futebol feminino atualmente, apresentam números muito mais expressivos: por lá, são aproximadamente 9.500.000 meninas e mulheres atuando no futebol, das quais 80.000 são profissionais com mais de 18 anos e 1.520.000 estão nas categorias de base.

O mesmo relatório mostra ainda que dos 1.368 técnicos de futebol licenciados no

Brasil, apenas 15 são mulheres. O cenário para a arbitragem apresenta números um pouco melhores, mas ainda muito desiguais: dos 566 árbitros licenciados, 94 são mulheres, o que representa 17%.

A representatividade feminina é ainda menor em cargos mais estratégicos. Quando se analisa a CBF, por exemplo, não há nenhuma mulher entre os nove membros do Comitê Executivo. Além disso, o Comitê de Futebol Feminino que havia sido criado em outubro de 2017 foi extinto apenas três meses depois, em janeiro de 2018, e não foi criado um grupo de trabalho substituto.

Os obstáculos enfrentados pelas mulheres para ocuparem cargos de liderança têm sido explicados pela metáfora do “teto de vidro”, expressão comum nos estudos sobre desigualdade de gênero. Com origem no *Wall Street Journal* em 1985, o termo “*glass ceiling*” representa as barreiras invisíveis que impedem que as mulheres ascendam profissionalmente até os cargos mais de alta hierarquia (ROCHA, 2006, p.102). A metáfora evidencia que essas barreiras nada tem a ver com competência ou capacidade, mas são fatores socialmente impostos.

Após as movimentações da FIFA para trazer a desigualdade de gênero para debate, em 2018 o futebol feminino recebeu um importante incentivo na América Latina. Um decreto publicado pela Conmebol passou a exigir que os clubes masculinos que participam de seus torneios devem, obrigatoriamente, investir em times femininos próprios ou em parceria com outro clube. A medida passou a valer já no ano seguinte, em 2019, quando a CBF também anunciou que os times da Série A do Campeonato Brasileiro deveriam investir no futebol feminino, montando uma equipe profissional e uma de base. Desde então, tem crescido a presença das mulheres na publicidade dos clubes, ainda que timidamente. É comum ver as principais jogadoras fazendo parte das apresentações de novos uniformes, em ações com patrocinadores e estampando seções nos sites institucionais e postagens nas redes sociais. Alguns dos jogos mais importantes das equipes femininas também ganharam os tradicionais “minuto a minuto” nos canais de comunicação dos clubes.

As competições também têm crescido nos últimos anos. A primeira edição do Campeonato Brasileiro feminino foi organizada em 2013 pela CBF com o patrocínio da Caixa Econômica Federal, que viabilizou o campeonato até 2018, quando suspendeu o contrato. Com isso, o campeonato também perdeu a transmissão televisiva, já que o valor do patrocínio era direcionado à geração de imagens. Hoje o torneio conta com 16 clubes na série A1, 36 clubes na série A2, além das categorias de base com 24 clubes no sub-18 e 12 clubes no sub-16.

O fato é que as mulheres têm ganhado cada vez mais representatividade no cenário

futebolístico, seja como torcedoras, comentaristas, atletas, jornalistas ou narradoras. Entretanto, apesar de todos os avanços, existe um grande território a ser conquistado em um esporte que ainda é, essencialmente, vendido como um produto que tem os homens como principal público alvo e referencial de qualidade. Hoje, mesmo com o crescimento do Campeonato Brasileiro Feminino, apenas dois clubes da série A têm mulheres como treinadoras e só um deles tem mais mulheres do que homens na gestão técnica e administrativa dos times. Além disso, nos jogos transmitidos na televisão, por exemplo, não é raro ouvir algum narrador dizer que “Marta é o Pelé do futebol feminino” ou que “Cristiane é rápida e joga como o Messi”. Também é comum que justifiquem o desinteresse geral pelo futebol feminino com argumentos que comparam o nível técnico e a atratividade dos jogos colocando o futebol masculino como superior.

Para Vieira (2019), essa comparação ocorre porque a percepção que se tem sobre uma partida de futebol é carregada de memórias, tradições e referências que se relacionam não apenas com o momento do jogo, mas com a história do clube, a importância do resultado, a trajetória dos atletas etc. É comum, por exemplo, que uma massa de torcedores esgote os ingressos e aprecie uma partida de futebol masculino mesmo que ela seja tecnicamente fraca, basta que seja a estreia ou despedida de um grande jogador, um clássico entre dois clubes tradicionalmente rivais, uma data comemorativa importante etc.

A escolha de um “clube do coração” é uma experiência social que se expressa também em sensação de pertencimento, que apresenta identidades, comportamentos coletivos, manifestam valores e até mesmo posicionamentos políticos e sociais. É comum, por exemplo, que alguns clubes brasileiros sejam identificados como sendo “da elite” ou “popular” devido às características de sua torcida ou posicionamentos históricos. Além disso, a paixão e o pertencimento clubístico, que às vezes passa de geração em geração dentro de uma família, é o que gera o consumo simbólico, por meio da compra de produtos com as cores e escudos do time, da ida aos estádios e do acompanhamento dos jogos e de notícias pelos veículos de comunicação (FERRAZ, 2011).

Dessa forma, podemos dizer que o passado de proibições e a falta de incentivo também trouxe ao futebol feminino uma alienação às suas referências e sua descaracterização como um esporte tradicional pois, mesmo que o Brasil carregue o título de “país do futebol”, os principais símbolos, ídolos e marcos históricos continuam sendo do futebol masculino. Um exemplo disso é que em dezembro de 2018, já eleita seis vezes a melhor jogadora do mundo, Marta foi a primeira mulher a deixar sua marca no *hall* da fama do Estádio do Maracanã. Um fato curioso é que o molde de seus pés já havia sido feito em 2007, logo após a heroica conquista da medalha de ouro nos Jogos Pan-Americanos do

Rio de Janeiro, mas foi perdido pela administração do estádio. Enquanto isso, grandes jogadoras como Sissi, Michael Jackson, Kátia Cilene e Formiga continuam praticamente esquecidas na história.

No Museu do Futebol de São Paulo, no Estádio do Pacaembu, o espaço reservado ao futebol feminino ainda é menor se comparado ao masculino e a justificativa, segundo o site institucional, é exatamente a dificuldade de encontrar registros históricos. Em 2015, para celebrar o ano de Copa do Mundo, foi inaugurada uma mostra chamada “Visibilidade para o futebol feminino”, a primeira totalmente dedicada ao tema, que reuniu fotos, recortes de jornal e vários documentos do acervo pessoal das próprias ex-atletas e do Centro de Memória e Esporte da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A exposição recebeu visitas entre 19 de maio e 30 de dezembro e, após o seu término, parte das peças passou a integrar o acervo permanente do museu.

Com o objetivo de difundir essas histórias que são quase desconhecidas, em maio de 2019 a exposição também foi lançada em uma versão virtual na plataforma *Google Arts & Culture*, em parceria com o *Google Cultural Institute*, com acesso aberto e gratuito. Ao mesmo tempo, outra mostra temporária foi inaugurada no espaço físico do museu. “Contra-ataque! As mulheres do futebol” esteve aberta entre os dias 28 de maio e 20 de outubro com a proposta de ser mais do que somente uma exposição, mas também um manifesto pela igualdade de gênero no futebol.

Ainda nesse sentido de dar mais destaque às atletas que fizeram parte da história, o Museu do Futebol, em parceria com o site Wikipédia, fez uma força-tarefa para criar e arrumar as páginas sobre todas as atletas convocadas para a Copa do Mundo de 2019. Um passo importante para que as jogadoras sejam lembradas e homenageadas no futuro já que, no momento da convocação, nove delas sequer tinham uma página criada no site.

Tendo em vista a necessidade de mais reconhecimento para a categoria, várias atletas têm se engajado em reivindicar igualdade de direitos, de condições de trabalho e de salário. Este último item, em especial, nos dá ideia do abismo existente no futebol mundial. O ranking anual de salários feito pela revista *France Football* mostra que Carli Lloyd, atualmente a jogadora mais bem paga do mundo, teria que trabalhar por 273 anos para receber o mesmo que Lionel Messi fatura em um ano. Seu salário é menor até do que o de Tino Kadewere, jogador que atua na segunda divisão francesa.

Nem mesmo nos Estados Unidos, país referência no futebol feminino, as mulheres alcançaram um patamar aceitável de igualdade. De acordo com um levantamento feito pelo *El País*, enquanto elas têm quatro ouros em Olimpíadas, são campeãs de quatro Copas do Mundo e arrecadam mais com patrocínios, a seleção masculina, mesmo sem conquistar

nenhum desses títulos, têm o salário mínimo quatro vezes maior.

Em março de 2016, cinco das jogadoras que são destaques da seleção estadunidense registraram uma queixa na Comissão de Igualdade de Oportunidades de Emprego contra Confederação Americana de Futebol (US Soccer) para pedir igualdade de salários. Sem um resultado favorável, em março de 2019, três meses antes do início da Copa do Mundo, 28 jogadoras decidiram entrar na justiça, dessa vez acusando a confederação de tratamento discriminatório generalizado, que afetava desde os salários até as condições de treinos, viagens e jogos.

E essa desproporção atinge não só as atletas, mas também seus clubes. De acordo com a publicação *The Conversation*, dos Estados Unidos, as campeãs da Copa do Mundo de 2019 levaram um prêmio em dinheiro de US\$ 4 milhões, enquanto os campeões de 2018 faturaram US\$ 38 milhões. Além disso, a FIFA também destina um valor de compensação aos clubes que têm atletas convocados para as competições internacionais com a seleção. O valor para os clubes femininos foi de US\$ 8,4 milhões enquanto os masculinos receberam US\$ 209 milhões.

As norueguesas foram as responsáveis por conseguirem algo histórico no futebol feminino. Em outubro de 2017, depois de se manifestarem pela equiparação de salários à *Norges Fotballforbund* (NFF), elas conseguiram um acordo com os membros da equipe masculina, que aceitaram a redução de seus salários para que a igualdade fosse possível. Entretanto a medida ainda esbarra nos bônus pagos pela FIFA e pela UEFA, que continuam com diferenças exorbitantes entre as duas categorias.

No Brasil também houve manifestações das atletas por igualdade no futebol. Emily Lima, a primeira mulher a ser treinadora na história da seleção feminina, foi demitida após 13 jogos à frente da equipe, somando 7 vitórias, um empate e cinco derrotas. A decisão foi tomada pela CBF mesmo após as jogadoras terem se posicionado contra a demissão, apoiando a permanência de Emily e alegando que não houve tempo suficiente para que a treinadora desenvolvesse seu trabalho junto à equipe. Como protesto, cinco atletas anunciaram suas aposentadorias da seleção e oito veteranas do futebol feminino assinaram uma carta cobrando melhores condições de trabalho e mais mulheres nos cargos de liderança da CBF. Parte da carta foi transcrita a seguir:

Nós, ex-jogadoras da seleção brasileira de futebol feminino, estamos muito tristes e angustiadas pelos recentes acontecimentos na CBF, no futebol feminino e na nossa seleção brasileira, dentre os quais:

- O péssimo tratamento dado às mulheres como líderes e jogadoras ao longo dos anos (...).
- O fracasso da CBF ao longo de muitos anos em criar oportunidades relevantes para as jogadoras progredirem até uma posição de liderança (...)
- A falta de mulheres em papéis de liderança na CBF (...)
- O fracasso em apoiar e estimular o futebol feminino em todos os níveis do esporte,

desde a grama do campo até o Brasil como um todo (...).
Nós convidamos a CBF a trazer reformas de igualdade de gênero para o Brasil
(...) Os eventos da última semana - onde as vozes das jogadoras foram ignoradas,
e algumas agora estão se aposentando em protesto - são o resultado de um longo
histórico de portas fechadas. (...)
Especificamente nós pedimos a CBF que:
1- Respeite as reformas internacionais de governança, incluindo mulheres em todos
os níveis de tomada de decisão, especialmente no seu Conselho.
2- Construa um caminho inclusivo para as mulheres que praticaram o esporte
durante toda a vida, por meio da:
a) Criação de um Comitê de Futebol Feminino dentro da CBF, composto de experts
em futebol feminino, e que tenha poderes para construir a estrutura de como o
futebol feminino deve ser desenvolvido, organizado e gerenciado no Brasil.
b) Criação de caminhos relevantes para mulheres ocuparem posições
administrativas, gerenciais e como técnicas, dentro da CBF.
Nós somos gratas pela oportunidade de ter jogado pelo nosso amado país por tanto
tempo. (...) As ações que estamos tomando agora são motivadas por um desejo de
que todas as mulheres e meninas que seguem os nossos passos possam ser
capazes de alcançar mais do que nós, dentro e fora do campo.⁶

O documento foi assinado por Márcia Taffarel, Sissi do Amor, Miraildes Maciel (Formiga), Cristiane Rozeira, Juliana Cabral, Francielle Manoel (Fran), Rosana Augusto e Andréia Rosa, publicado nas redes sociais das atletas e também enviado diretamente à FIFA. O conteúdo da carta somado à recontração do técnico Vadão, logo após a demissão de Emily, repercutiu negativamente e levantou questões sobre a lógica do futebol feminino no Brasil, que hoje é “marcada por uma hegemonia masculina que não atende às demandas da modalidade” (HAAG, 2018, p. 144).

Além disso, as palavras das veteranas do futebol deixam claros alguns aspectos marcados pela desigualdade de gênero que são vivenciados em toda a trajetória de uma atleta. Para além das dificuldades encontradas durante atividade profissional, como precarização de contratos de trabalho e a informalidade, ainda existem os obstáculos enfrentados antes e depois de se consolidarem como jogadoras, já que os investimentos em categorias de base são escassos e também não existem perspectivas de que, ao se aposentarem dos gramados, as ex-atletas podem conseguir atuar na administração ou comissão técnicas dos clubes.

Tomando o Campeonato Brasileiro Feminino 2020 como exemplo, dos 16 clubes da série A1, apenas dois têm treinadoras mulheres e apenas um deles tem uma gestão predominantemente feminina. A Ferroviária, campeã da edição de 2019, tem hoje a maior representatividade: no departamento administrativo, são oito mulheres em um total de 11 pessoas; na comissão técnica elas são seis em um total de nove, incluindo a treinadora Tatiele Silveira. O clube também é um exemplo em investimentos na categoria de base e, junto ao Corinthians, hoje é referência no futebol feminino brasileiro.

⁶ Brazilian legends urge reform - Open letter from veterans of women's football addressing current situation in Brazil (tradução nossa). Disponível em: <https://bit.ly/2XLPSyU>. Acesso em: 16 de maio de 2020.

Apesar de não contar com grandes investimentos em estrutura de treinos e de preparação física, a Ferroviária se destaca pelo trabalho mais maduro e consolidado. Fundado em 1950, o clube deu início ao projeto de futebol feminino em 2001 com o apoio da prefeitura de Araraquara, muito antes das determinações da Conmebol e da CBF. E sua importância para o cenário é tão expressiva que oito das 23 convocadas para a Copa do Mundo de 2019 tiveram passagem pelo clube. Segundo dados divulgados pela gestão, 40% das atletas atuantes na seleção profissional foram descobertas nas categorias de base e mais da metade tem “carteira assinada”, ou seja, tem contratos de trabalho formais, o que é raro atualmente.

Em sua pesquisa sobre as relações de trabalho no futebol feminino, Haag (2018) chama atenção para o fato de que todos os jogadores de clubes masculinos da série A do Campeonato Brasileiro possuem contratos de trabalho formal, pois esta é uma determinação necessária para que seus nomes constem no Boletim Informativo Diário (BID) da CBF e, assim, possam disputar uma partida oficial. Porém, como o futebol feminino não tem a mesma exigência, essa não é uma realidade para as mulheres.

Criada com o objetivo de estabelecer normas e dar mais profissionalismo para o futebol, a lei 9615/98, batizada de Lei Pelé, abre brechas para os contratos informais:

Art. 3º O desporto pode ser reconhecido em qualquer das seguintes manifestações (...):

III - desporto de rendimento, praticado segundo normas gerais desta Lei e regras de prática desportiva, nacionais e internacionais, com a finalidade de obter resultados e integrar pessoas e comunidades do País e estas com as de outras nações.

§ 1º O desporto de rendimento pode ser organizado e praticado:

I - de modo profissional, caracterizado pela remuneração pactuada em contrato formal de trabalho entre o atleta e a entidade de prática desportiva;

II - de modo não profissional, identificado pela liberdade de prática e pela inexistência de contrato de trabalho, sendo permitido o recebimento de incentivos materiais e de patrocínio.⁷

Dessa forma, podendo o esporte de rendimento ser organizado e praticado também de modo “não profissional”, as atletas do futebol feminino que não possuem contrato formal com o time se enquadram, nos termos da lei, como atletas não profissionais. A consequência disso é que, mesmo atuando em campeonatos oficiais, as jogadoras vivem a informalidade, a ausência de direitos trabalhistas e até mesmo a dificuldade em conseguir licença-maternidade. Outro fato importante é que apenas as atletas enquadradas como profissionais têm o direito de receber direitos de imagem do clube conseguindo, assim, complementar seus salários.

Aline Pellegrino, ex-capitã da seleção e atual Diretora de Futebol Feminino da

⁷ Lei 9.615 de 24 de março de 1998. Disponível em: <https://bit.ly/2XYWA4P>. Acesso em: 16 de maio de 2020

Federação Paulista de Futebol, contou à Revista Placar⁸ que a falta de profissionalização dos clubes é, inclusive, um dos entraves para a venda dos direitos de transmissão dos campeonatos para emissoras interessadas. Segundo a ex-atleta, seria necessário enquadrar os campeonatos ao estatuto do torcedor (cobrando ingressos, instalando catracas nos estádios, contratando fiscais etc.) além de ter todas as atletas com contratos formais de trabalho. Entretanto, o retorno financeiro que a modalidade dá aos clubes ainda é muito baixo e muitas atletas são pagas com o apoio das Secretarias de Esporte de cada cidade.

O sucesso da Ferroviária em conseguir registrar formalmente parte do elenco, mesmo com pouco investimento financeiro, mostra a importância de uma boa gestão direcionada aos interesses do futebol feminino, e do fortalecimento das categorias de base para o incentivo à prática da modalidade desde a infância. Estudos realizados por Almeida e Pisani (2015) e Teixeira e Caminha (2013) mostram que a prática do futebol entre crianças e adolescentes ainda é majoritariamente direcionada aos meninos, tanto nas aulas de educação física do ensino básico quanto nas escolinhas de futebol. Além disso, quando as meninas encontram formas de praticarem o esporte, geralmente não recebem o apoio de suas famílias pois, ainda hoje, o futebol é visto como “coisa de homem”.

A jogadora Marta, maior referência do futebol feminino no Brasil, publicou um texto no *The Players Tribune* - uma plataforma que reúne conteúdos escrito por atletas profissionais - em agosto de 2017 abordando, entre outros temas, as dificuldades enfrentadas no início de sua carreira pela associação entre masculinidade e futebol:

Querida Marta de 14 anos de idade,
(...) Crescendo numa cidade pequena como Dois Riachos, você se impôs. Mas não pelo seu talento. Não, você recebeu olhares estranhos e comentários maldosos todos os dias simplesmente porque você era uma garota. Uma garota que amava futebol. Não havia outras garotas jogando futebol.
E as pessoas faziam questão de deixar isso claro para você.
“Ela não é normal”. “É estranho para uma garota jogar futebol”
“Por que vocês a deixam fazer isso?”
E você sentia que a Mãe não estava lá por você. E, de certo modo, ela não estava mesmo. Depois que o pai a deixou quando você ainda era um bebê, ela teve de tomar conta de quatro crianças. (...) Ela nunca teve a chance de ir aos jogos ou assistir a você jogar.
(...) Tudo o que você sabe é crescer e jogar com os meninos da sua cidade.
(...) Você mostra para eles: você é uma garota, e você pode jogar futebol.
Mas os comentários, os julgamentos, as piadas – tudo aquilo não vai parar. Mesmo quando você estiver no time local da cidade. Você sabe que isso não é o bastante para fazer a mudança. Aqueles momentos – enquanto os garotos estão num vestiário e você está sozinha, num banheiro pequeno logo ao lado, tentando colocar sua camisa de futebol tamanho grande e calções de menino que vão para baixo dos seus joelhos – são solitários. Por um tempo, futebol será solitário.⁹

⁸ Revista Placar Ed. 1457, nov. 2019, p. 63.

⁹ SILVA, Marta. Carta para eu mesma quando jovem. *The Players Tribune*. Disponível em: <https://bit.ly/2ZW5YbN>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

Aos 14 anos, Marta vivia a realidade dos anos 2000, porém, ainda hoje, relatos como esse são comuns entre meninas que têm o sonho de se tornarem jogadoras profissionais. Em sua pesquisa de campo, acompanhando times femininos amadores em várias cidades de São Paulo, Pisani (2018) expôs o depoimento de uma das atletas que, por ser menor de idade, teve a identidade protegida. Sua fala é essencial para entender como essa associação entre o futebol e a masculinidade se insere e impacta a trajetória das mulheres:

Quando eu comecei a jogar futebol, meus pais não gostavam não. Meus irmãos até jogavam comigo, mas me chamavam de maria-macho. Eu ficava muito triste, mas meu tio acreditou em mim, nunca me deixou desistir do meu sonho e hoje eu estou aqui (PISANI, 2018 p.163).

Um outro depoimento, dessa vez do pai de uma das jogadoras, exemplifica como essa imagem sobre o futebol ainda faz com que as meninas sejam preteridas pela família para se iniciarem no esporte.

Olha, a Gabriela tem um irmão. Eu sempre investi pra que ele fosse o jogador de futebol da nossa família, sabe? Dava uniforme, chuteira nova, tudo do bom e do melhor. Mas ele não quis seguir o caminho do pai. É que eu fui jogador quando era mais novo, mas nunca consegui ficar famoso (risos). Então, eu achei que seria ele que levaria o futebol a sério, mas na verdade foi a Gabi, então estou aqui né, investindo nela (PISANI, 2018 p.163).

Assim, enquanto os meninos já conseguem começar a treinar por volta dos seis anos de idade, as meninas iniciam mais tarde, geralmente por volta dos 12 anos. Para Haag (2018), devido ao atraso no início, “não há uma formação adequada para as jogadoras e quando elas se tornam adultas precisam compensar os déficits de formação, inclusive o técnico. Essa defasagem alimenta os argumentos do senso comum de que o futebol feminino é ‘fraco’”.

Há um abismo a ser superado e é possível observar que, para uma mulher, praticar futebol no Brasil pode ser até muito desestimulante. Enquanto para os meninos, principalmente os de origem pobre, o “dar certo” no futebol representa uma possibilidade de mudança de vida e de realidade financeira, para as meninas a imagem é de luta. Mesmo quando elas se tornam profissionais e atuam em grandes clubes, não há as mesmas expectativas de fama, luxo, patrocínios e reconhecimento.

O grande sucesso conquistado por Marta tem sido exceção à regra. E vale lembrar que sua hegemonia no futebol foi construída enquanto ela jogava na Suécia, um dos países mais desenvolvidos na modalidade feminina. Depois de passar pelo Vasco e pelo Santa Cruz de Minas Gerais, Marta deixou o Brasil e foi defender o Umea, onde ficou de 2004 a 2009, treinando em estruturas que jamais havia treinado por aqui. Foi justamente nesse período que ela foi eleita pela FIFA a melhor jogadora do mundo por cinco vezes consecutivas, de 2006 a 2010. Com o Brasil observando seus passos e finalmente dando

atenção ao futebol feminino, a seleção se consagrou campeã dos jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro, em 2007, no Maracanã.

Observar a trajetória de Marta mostra o quanto é necessário que um clube invista em uma boa estrutura e que seja capaz de desenvolver tecnicamente as jogadoras. Sua história com o futebol, que começa em Dois Riachos (AL), com ela jogando entre os meninos nas ruas de seu bairro, evidência todo o seu talento natural, sua força e sua disciplina e, ao mesmo tempo, como suas condições de treino puderam aperfeiçoar suas características e transformar o seu potencial em inteligência de jogo, tática, velocidade e resultados concretos.

No Brasil, com a determinação que obriga os clubes da série A1 do Campeonato Brasileiro a também investirem no futebol feminino, muitos até montaram as equipes, mas sem boas condições de treinos e jogos. Hoje, o Corinthians é considerado o clube com melhor estrutura para o time feminino do país, contando com médicos, preparadores físicos, psicólogos e nutricionistas próprios. Com 20 pessoas no departamento - e entre elas, nove mulheres -, o projeto começou em 2016 e é comandado por Cris Gambaré, que trabalha há 11 anos com futebol feminino. E os resultados fizeram justiça ao investimento: na temporada de 2019 a equipe conquistou o vice no Campeonato Brasileiro e foi campeã do Campeonato Paulista e da Libertadores.

Em tempos em que se fala sobre a importância da representatividade feminina nos espaços essencialmente masculinos, é cada vez mais necessário descobrir e lapidar novos talentos que sejam referências inspiradoras como Marta. E a estruturação dos clubes e dos campeonatos tem papel fundamental nesse processo, que passa também pela maior representatividade em cargos de gestão.

4. A COPA DO MUNDO DE 2019: UMA VIRADA PARA O FUTEBOL FEMININO

A seleção brasileira de futebol feminino esteve presente em todas as edições da Copa do Mundo da FIFA, desde a primeira, ocorrida em 1991. Mas foi somente em 2019 que a competição conquistou o devido espaço na TV aberta, alcançando números expressivos de audiência com todos os jogos do Brasil sendo transmitidos pelos canais Globo e Bandeirantes.

O engajamento da imprensa, do público e até de algumas marcas fez com que essa edição do torneio fosse considerada uma virada para o futebol feminino, já que a grande visibilidade abriu espaço para que questões importantes como diversidade e igualdade de gênero fossem colocadas em pauta. Nas redes sociais, o apoio da torcida foi tão grande

que os comentários negativos quase foram esquecidos, mas estavam lá para lembrar que ainda há um longo caminho a ser percorrido pelas mulheres.

O objetivo desse capítulo é elucidar e discutir os impactos da Copa do Mundo de Futebol Feminino 2019 na trajetória da modalidade no Brasil. As análises aqui apresentadas foram feitas com base em reportagens publicadas na imprensa, nos relatórios divulgados pela FIFA, em dados divulgados pelo Google Trends e no estudo de monitoramento de redes sociais feito pela empresa Vert Inteligência Digital em parceria com a plataforma Stilingue e o blog Dibradoras.

4.1. As atletas titulares que defenderam a seleção

Após a demissão de Emily, em setembro de 2017, o técnico Vadão assumiu a seleção feminina comandando todos os amistosos de preparação para a Copa do Mundo. Em 2019, foi a primeira vez na história do futebol feminino que a CBF realizou um evento com a presença de jornalistas para anunciar as convocadas para o mundial. Até então, a lista era anunciada apenas via internet.

Assim, no dia 15 de maio, o técnico Vadão então revelou o nome das 23 atletas que representariam o Brasil nos gramados franceses, no entanto, até o início do mundial, três das convocadas foram substituídas após sofrerem lesões. A zagueira Érika, a lateral Fabi Simões e a meio-campista Adriana foram substituídas por Daiane, Poliana e Luana, respectivamente.

Das 23 atletas que disputaram o mundial, apenas cinco atuavam em clubes do Brasil e ao lado de grandes veteranas como Cristiane, Marta e Formiga, essa última em sua sétima Copa do Mundo, nove jogadoras fizeram sua estreia no torneio. A equipe, com uma média de idade de 27,5 anos, somou duas vitórias e duas derrotas, sendo eliminada pela seleção francesa nas oitavas de final.

A tabela abaixo apresenta informações resumidas sobre as convocadas. Para avaliar a média de idade do time e a influência dos clubes, todos os dados se referem à data de início do mundial.

Tabela 1: Jogadoras convocadas para a Copa do Mundo de 2019

Nome	Posição	Idade	Naturalidade	Equipe
Aline	Goleira	30	Aguaí (SP)	UD Granadilla
Bárbara	Goleira	30	Recife (PE)	Avaí/Kindermann
Letícia Izidoro	Goleira	24	Rio de Janeiro (RJ)	Corinthians
Poliana	Lateral	28	Ituiutaba (MG)	São José
Letícia Santos	Lateral	24	Atibaia (SP)	Sportclub Sand
Tamires	Lateral	31	Caeté (MG)	Fortuna Hjørring

Camila	Lateral	24	São Bento do Sul (SC)	Orlando Pride
Daiane	Zagueira	21	Uberlândia (MG)	PSG
Kathellen	Zagueira	23	São Vicente (SP)	FC Bordeaux
Mônica	Zagueira	32	Porto Alegre (RS)	Corinthians
Tayla	Zagueira	27	Praia Grande (SP)	Benfica
Andressinha	Meio-campista	24	Roque Gonzales (RS)	Portland Thorn
Formiga	Meio-campista	41	Salvador (BA)	PSG
Luana	Meio-campista	26	S. Bernardo do Campo (SP)	KSPO
Thaís	Meio-campista	30	Xambrê (PR)	Milan
Bia Zaneratto	Atacante	25	Araraquara (SP)	Red Angels
Cristiane	Atacante	34	Osasco (SP)	São Paulo
Raquel	Atacante	28	Contagem (MG)	Huelva
Debinha	Atacante	27	Brazópolis (MG)	NC Courage
Geyse	Atacante	21	Maragogi (AL)	Benfica
Ludmilla	Atacante	24	Guarulhos (SP)	Atl. de Madrid
Marta	Atacante	33	Dois Riachos (AL)	Orlando Pride
Andressa Alves	Atacante	26	São Paulo (SP)	Barcelona

Fonte: elaborada pela autora

Em campo, Marta tornou-se a maior artilheira da história das Copas do Mundo, considerando homens e mulheres. No jogo contra a Itália, ainda pela fase de grupos, a jogadora chegou à marca de 17 gols, superando o jogador alemão Klose, que contabilizava 16 gols em mundiais.

Formiga também saiu do torneio como recordista. Aos 41 anos, a atleta entrou em campo na estreia do Brasil contra a Jamaica e superou a estadunidense Christie Rampone se tornando a mulher mais velha a disputar uma Copa do Mundo de Futebol Feminino. Além disso, desde seu 6º mundial, em 2015, a jogadora já era recordista em número de participações, incluindo o futebol masculino.

4.2. O apoio das marcas

Com os jogos da Copa do Mundo de Futebol Feminino sendo exibidos pela primeira vez na TV aberta, as emissoras Globo e Bandeirantes incluíram pautas relacionadas à modalidade em suas programações esportivas. Para aproveitar a alta do tema, muitas marcas lançaram campanhas publicitárias e ações especiais para celebrar o evento, com veiculação nas rádios, televisão e mídias sociais.

Patrocinador oficial da CBF desde 2001, englobando todas as categorias do futebol, o Guaraná Antártica lançou a campanha “É coisa nossa”, convocando outras empresas a também apoiar a seleção feminina. Em um vídeo de *mea-culpa*, a marca de refrigerantes reconheceu o pouco destaque que deu ao futebol feminino durante todos os anos de patrocínio e convidou três jogadoras para uma ação. Cristiane Rozeira, Fabi Simões e Andressinha fizeram um ensaio fotográfico simulando vários tipos de propagandas para que as imagens fossem vendidas às marcas interessadas em utilizá-las em suas próprias

peças.

As primeiras empresas a atenderem o chamado do Guaraná Antártica foram AlmapBBDO, O Boticário, DMCard, GOL e Lay's. Todo o dinheiro arrecadado com a venda das imagens foi dividido entre as atletas e o Joga Miga, um projeto sem fins lucrativos que incentiva o futebol feminino conectando mulheres de todo o Brasil por meio da informação, do conhecimento e da prática da modalidade.

A Fiat, que anunciou patrocínio à CBF em março de 2019, também desenvolveu ações para promover a visibilidade da Copa. Em parceria com o Spotify, a marca lançou um podcast (formato de mídia em forte ascensão) para fazer a cobertura do torneio e abordar as questões importantes sobre as desigualdades de gênero no futebol. Com 34 episódios, o Oêa (nome que faz referência à música tema da Copa do Mundo do Brasil de 2014), teve sua estreia no dia 6 de junho de 2019 e foi apresentado por Cris Bartis e Ju Wallauer, do Mamilos Podcast, e contou com comentários da jornalista Ana Freitas; de Thayna Espinoza, apresentadora do Esporte Interativo; e de Renata Mendonça e Roberta Nina, que estão à frente do Dibradoras, blog focado em fazer uma abordagem feminina na cobertura dos esportes.

“Cristiane: mais de 70 gols pelo Brasil. Quantos nós comemoramos?”. Essa foi uma das questões levantadas pelo Itaú na campanha #EuTorçoPorTodas, estrelada por Cristiane Rozeira e Andressa Alves. Com um filme sendo veiculado na televisão, a mensagem provoca o torcedor a se informar sobre o futebol feminino e apresenta um texto-desabafo das jogadoras:

A gente busca reconhecimento, mas precisa se esforçar muito mais do que eles para ter as mesmas oportunidades. A gente busca ser valorizada pelas nossas conquistas, mas muitas vezes só recebe atenção quando eles falham. A gente busca se superar, mas leva junto o peso de representar todas nós, porque quando uma erra, todas são criticadas (Trecho transcrito do filme da campanha “#EuTorçoPorTodas”, do Itaú).¹⁰

A hashtag #EuTorçoPorTodas esteve presente nas comunicações *on* e *offline* do Itaú e também na exposição “Contra-ataque: as mulheres do futebol”, da qual o banco foi uma das marcas patrocinadoras.

Para celebrar o Dia Internacional da Mulher, em 8 de março de 2019 o Grupo Boticário foi a primeira empresa a anunciar que liberaria os funcionários para assistirem aos jogos da Copa do Mundo de Futebol Feminino, assim como já é tradição com o torneio masculino. Pela raridade dessa decisão, o grupo que engloba as marcas O Boticário, Quem Disse, Berenice?, Eudora e Vult foi notícia em vários veículos da imprensa. Com a

¹⁰ Itaú. Eu torço por todas. Disponível em: <https://bit.ly/2X44gmU>. Acesso em: 26 de maio de 2020.

repercussão, a marca criou então uma plataforma chamada “Com você eu jogo melhor”¹¹, para que outras empresas também anunciassem suas ações em apoio à competição.

Já a Nike, fornecedora oficial de materiais esportivos para a seleção brasileira, lançou pela primeira vez um uniforme exclusivo para a equipe feminina. Até então, as mulheres usavam versões adaptadas do uniforme masculino. Com a inscrição “Mulheres guerreiras do Brasil” na gola, as camisas foram comercializadas apenas em modelos femininos. Para estrear sua campanha na TV, a Nike convidou Andressa Alves para contar sua história com o futebol, desde a infância. No vídeo, a jogadora aparece arrancando a cabeça das bonecas para simular uma bola:

Eu nunca pedi uma boneca, mas já perdi as contas de quantas já ganhei. Eu não gostava daquelas com muito cabelo, nem das de pano e nem das pequeninhas. Se era pra ganhar boneca, que pelo menos fosse das grandes, bem redondas e resistentes. Ah, e carecas. As carecas eram as melhores. Parece loucura, mas foi assim que meu futebol começou. Nada contra as bonecas, era só que eu preferia a bola. (Trecho transcrito do filme da campanha “Não mude o seu sonho, mude o mundo”, da Nike).¹²

Como parte da campanha, a empresa também lançou o projeto “Nike Futebol Clube”, para promover treinos de futebol para mulheres de São Paulo, com atividades gratuitas três vezes por semana no Parque do Ibirapuera e uma vez por mês no estádio do Pacaembu.

É possível perceber nessas campanhas que a imagem de Marta como principal representante do futebol feminino no Brasil deixou de ter a exclusividade que sempre teve. Apostando em novos nomes, as marcas criaram conteúdos que ajudam a renovar a imagem do esporte já que, com 34 anos de idade, a participação de Marta nas próximas Copas já é tratada como incerta.

Porém, foi dentro dos gramados que a principal jogadora da seleção se destacou no marketing. Em todos os jogos Marta entrou em campo maquiada e usando batons de cores vibrantes. Como ela continuava intacta ao final de cada partida, o assunto rendeu muitas especulações nas redes sociais já que, dias antes do torneio, a jogadora estreou uma campanha de lançamento para um novo batom da marca Avon. A imprensa também abordou o tema já que, de acordo com as regras oficiais da FIFA, é expressamente proibido que um atleta faça publicidade ou defenda causas sociais em campo durante uma Copa do Mundo. Assim, muitos veículos alegaram que Marta poderia ser punida pela ação, mas como o nome da Avon não foi citado pela atleta em nenhum momento, a FIFA também não se manifestou.

Publicidade ou não, a ação rendeu bons resultados: uma análise feita com Google

¹¹ A plataforma, criada sob o domínio www.comvoceeujugomelhor.com.br, já se encontra fora do ar.

¹² Nike. Andressa Alves' Story. Disponível em: <https://bit.ly/2yDZ4ge>. Acesso em: 26 de maio de 2020.

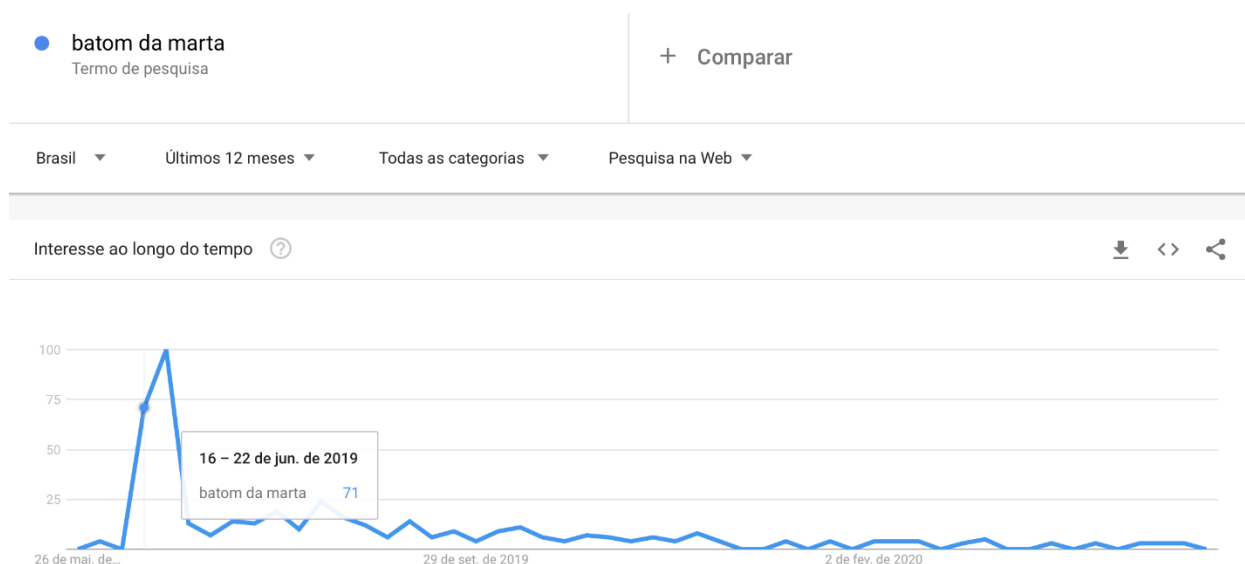
Trends mostra o aumento das pesquisas com os termos “batom da marta” e “batom avon” durante as semanas de competição. Além disso, ao pesquisar o termo “Avon”, o nome de Marta aparece ainda hoje como um dos assuntos relacionados.

Figura 5: Captura de tela do Google Trends para o termo “batom da Marta”



Fonte: Google

Figura 6: Captura de tela do Google Trends para o termo “batom Avon”



Fonte: Google

Vale destacar que, nessa análise, a escala do Google Trends vai de zero a 100, representando o menor e o maior volume de pesquisas para cada termo, respectivamente, sem apresentar o número exato de pesquisas realizadas.

Figura 7: Marta em campo usando o batom da Avon



Fonte: Reuters

Segundo o blog Dibradoras¹³, a Diretora de Marketing da Avon, Daniela Barros, divulgou os números da ação durante o *Summit* de Futebol Feminino, que aconteceu nos dias 3 e 4 de junho de 2020: foram mais de 100 matérias veiculadas na imprensa, 3,5 milhões de publicações nas mídias sociais sobre o assunto e mais de 1 milhão de “batons da Marta” vendidos ainda no lançamento.

4.3. Os números da audiência

Desde sua primeira edição, em 1991, a Copa do Mundo de Futebol Feminino foi praticamente ignorada pelas grandes emissoras da TV aberta. Na edição de 2015, os canais SporTV e TV Brasil transmitiram os jogos na TV por assinatura enquanto a Band, na TV aberta, até chegou a mostrar alguns jogos mas, como o horário de sua principal novela coincidiu com algumas partidas da seleção brasileira, parte da fase de grupos não entrou na grade de programação da emissora. Já em 2019, o salto na cobertura foi grande: a Rede Globo, maior emissora aberta do país, transmitiu todos os jogos do Brasil, assim como a Band. Na TV por assinatura, os canais SporTV e Band Sports transmitiram também os outros jogos da competição.

Segundo o *Global Broadcast and Audience Report*, relatório divulgado pela FIFA em outubro de 2019, a Copa do Mundo de Futebol Feminino da França foi a mais assistida da

¹³ Informação compartilhada via perfil oficial do Dibradoras no Instagram. Disponível em: <https://bit.ly/3hflJj5>. Acesso em 9 de jun. de 2020.

história. Pela televisão, o torneio chegou a 993,5 milhões de pessoas únicas no mundo inteiro, o que representa um crescimento de 30% em relação aos dados da edição de 2015, realizada no Canadá. Considerando também as transmissões pelas plataformas digitais e fora de casa (bares, restaurantes, empresas, *Fan Fests* etc.), esse número ultrapassa os 1,12 bilhões.

O relatório mostra ainda que o público da competição cresceu em quase todas as regiões do mundo, com exceção apenas da América do Norte. O impacto mais expressivo veio da América do Sul, que apresentou um crescimento de 560%, sendo a Rede Globo a maior responsável pelo salto. O Brasil representou 71% da audiência na região e o número de visualizações pela emissora, sozinha, foi oito vezes maior do que a de todas as plataformas que transmitiram a Copa do Mundo de Futebol Feminino em 2015 em todo o país. E o público dessas transmissões foi tão grande que os quatro jogos da seleção brasileira estiveram entre os dez jogos mais assistidos no mundo inteiro. Foram três na fase de grupos e um nas oitavas de final - esse, inclusive, só perdeu em audiência para a final do torneio, entre Estados Unidos e França.

Tabela 2: Ranking com os jogos mais assistidos da Copa do Mundo Feminina 2019

Posição	Jogo	Audiência média (em milhões)
1	Estados Unidos X Holanda (final)	82,18
2	França X Brasil (oitavas de final)	60,67
3	Inglaterra X Estados Unidos (semi-final)	43,16
4	Itália X Brasil (fase de grupos)	42,33
5	França X Estados Unidos (quartas de final)	35,78
6	Holanda X Suécia (semi-final)	33,61
7	Austrália X Brasil (fase de grupos)	32,16
8	Brasil X Jamaica (fase de grupos)	30,47
9	Alemanha X Suécia (quartas de final)	25,56
10	Itália X Holanda (quartas de final)	24,62

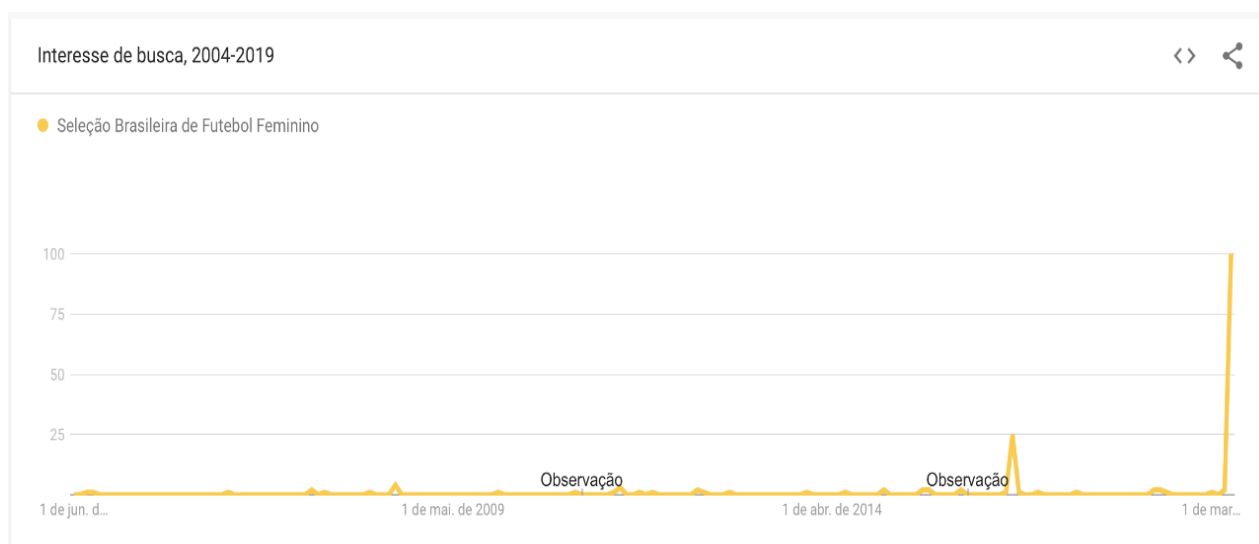
A presença da torcida nos estádios também foi expressiva, mas não chegou a superar a marca atingida na Copa do Mundo anterior, em 2015. Apesar de os ingressos da abertura, das semifinais e da final terem esgotados em apenas 48 horas, representando um recorde para o torneio, no fim, apenas 24 dos 52 jogos alcançaram 100% da capacidade de público. Um erro no site responsável pela venda de ingressos ainda fez com que o público fosse ainda menor. As entradas para assistir à estreia da Inglaterra contra a Escócia apareciam como esgotadas, mas no dia da partida o público presente foi de apenas 37% da capacidade.

4.4. A participação do público

Com a transmissão dos jogos do Brasil na maior emissora do país, a Copa do Mundo de Futebol Feminino ganhou um destaque nunca visto antes na história, tanto na imprensa quanto nas redes sociais, que, em dias de jogos, foram tomadas por menções às jogadoras, análises táticas e também pelo apoio e a torcida do público. O protagonismo na publicidade e nas reportagens veiculadas em programas esportivos fez com que assuntos que raramente ganhavam espaço fossem colocados em pauta e debatidos, gerando uma grande busca por mais informações sobre a história do futebol feminino no Brasil, a seleção brasileira e a vida das principais jogadoras.

De acordo com um relatório divulgado pelo Google, usando dados do Google Trends, essa edição foi a que mais gerou pesquisas pelo assunto “Seleção Brasileira de Futebol Feminino” nos últimos anos, sendo que os horários dos próximos jogos e os placares anteriores foram os tópicos de maior interesse. Na imagem abaixo, é possível ver que o volume de pesquisas praticamente quadruplicou em relação ao recorde anterior, ocorrido em julho de 2016, nas Olimpíadas do Rio de Janeiro. Nota-se também que as buscas pelo assunto durante a Copa do Mundo de 2015 foram quase irrelevantes.

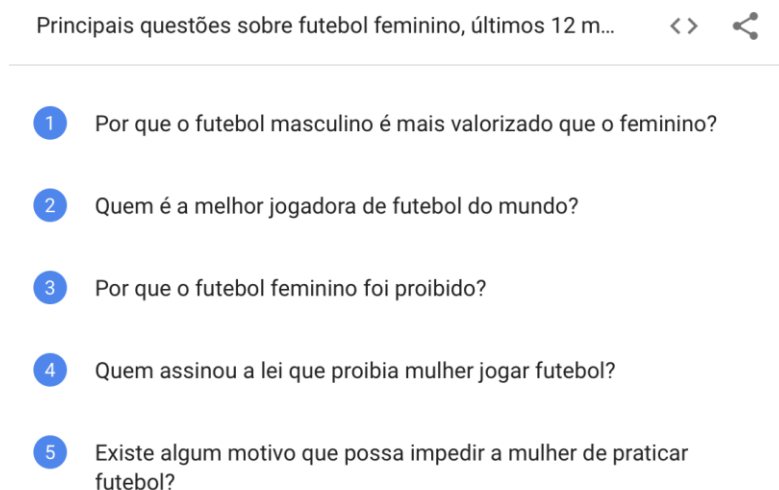
Figura 8: Captura de tela do Google Trends - buscas pela seleção feminina



Fonte: Google

O mesmo relatório mostra, ainda, quais foram as principais questões feitas na rede de pesquisa do Google nos 12 meses anteriores ao início da Copa do Mundo.

Figura 9: Captura de tela do Google Trends - principais questões



Fonte: Google

Das cinco perguntas mais buscadas, três estão relacionadas diretamente com o histórico de proibição do futebol feminino no Brasil o que, provavelmente, se deve às várias matérias veiculadas sobre o tema às vésperas do mundial. No dia 31 de maio, por exemplo, o programa Globo Repórter contou a história de vida de Marta abordando as dificuldades enfrentadas pela jogadora e, principalmente, o fato de um país que proibiu o futebol durante quase 40 anos ter hoje um dos maiores nomes do esporte.

Já nas redes sociais, um estudo de monitoramento, feito pela consultoria Vert em parceria com o blog Dibradoras e a plataforma Stilingue mostrou dados importantes sobre conversas e comportamentos de quem falou sobre a Copa do Mundo de Futebol Feminino na internet. Esse estudo torna-se relevante se partirmos da análise das redes sociais como uma nova arena social e um espaço digital onde vozes podem interagir e se somar acerca de interesses comuns ou até mesmo pressionando governos e organizações a promoverem ações de cunho social, político ou ambiental (DINIZ; CALEIRO, 2011). Dessa forma, as questões levantadas e debatidas na internet, principalmente nas redes sociais, podem fornecer uma base de informações para que pessoas consigam entrar em contato com realidades até então desconhecidas e, assim, se sensibilizar e manifestar apoio (ou não) a alguma causa.

Um fato interessante e que corrobora essa análise é que a primeira parte desse monitoramento foi feita levando em consideração um recorte de perfis e páginas com mais de 30 mil seguidores, classificando-os como influenciadores. O objetivo foi identificar quem eram os emissores das postagens sobre futebol feminino com maior número de interações. Nos dias anteriores à abertura da Copa do Mundo, entre 27 de maio e 7 de junho, o perfil

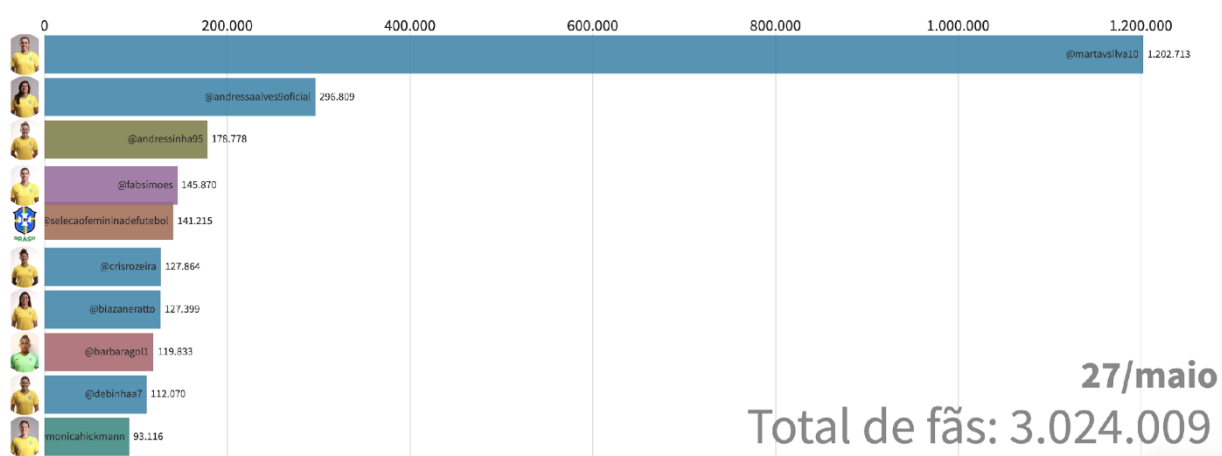
com maior engajamento foi o da página do Quebrando o Tabu no Facebook, que, segundo sua própria definição, se propõe a discutir assuntos gerais para alcançar “um mundo mais bem informado e menos careta”. Com três postagens sobre futebol feminino, a página teve 155 mil interações.

Outro destaque do Facebook foi a página Arte Feminista que, mesmo com um engajamento menor, foi a que mais produziu conteúdo sobre o tema na categoria de influenciadores durante o período analisado: foram oito publicações no total, gerando mais de 15 mil interações. Centrada nas questões de gênero, a página buscou incentivar o apoio à equipe brasileira utilizando memes e ilustrações.

O estudo também realizou o monitoramento das redes sociais durante os jogos do Brasil e, com uma média de 12 mil publicações por jogo, o relatório mostra alguns dados interessantes. As mulheres foram a maioria nas conversações analisadas, representando em média 54% e com um significativo aumento durante o jogo das oitavas de final, em que o Brasil foi eliminado. Enquanto isso, a média de participação dos homens foi de 37% enquanto os 8% restantes foram conteúdos produzidos por organizações (imprensa, marcas, instituições etc.).

Marta, confirmando sua posição de referência no futebol feminino brasileiro, foi a mais mencionada em todos os jogos, até mesmo na estreia, da qual não participou devido a uma lesão sofrida durante o treino preparatório. Entretanto, apesar de ainda ser a jogadora com o maior número de seguidores no Instagram, um comparativo entre o início e final da Copa mostra que outros nomes da seleção feminina também ganharam espaço entre o público.

Figura 10: Os números do Instagram antes da Copa do Mundo



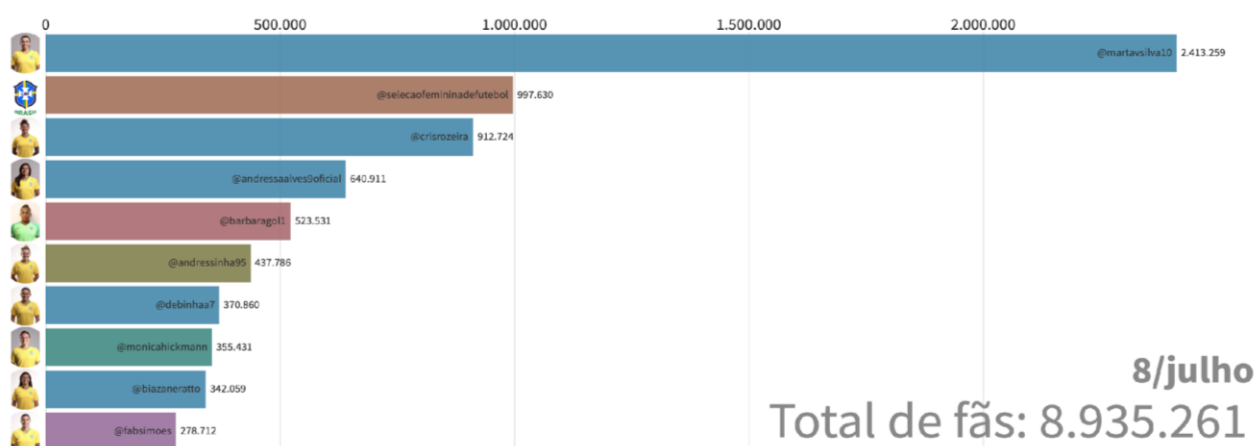
Fonte: Observatório do mundial feminino 2019

De acordo com o gráfico (que mostra apenas as dez primeiras na classificação),

Marta reunia mais de 1,2 milhões de seguidores no dia 27 de maio, quatro vezes mais do que Andressa Alves, a segunda jogadora com maior público da equipe. Enquanto isso, o perfil oficial da seleção feminina somava pouco mais do que 141 mil seguidores, 11% do que Marta tinha.

No dia 8 de julho, um dia após a final da Copa do Mundo, a primeira posição continuou sendo do principal nome da equipe, mas a diferença proporcional em relação às outras diminuiu. A atacante Cristiane Rozeira, que fez três gols no jogo de estreia da seleção, foi a que mais ganhou seguidores depois de Marta, se tornando a segunda jogadora no ranking.

Figura 11: Os números do Instagram antes da Copa do Mundo



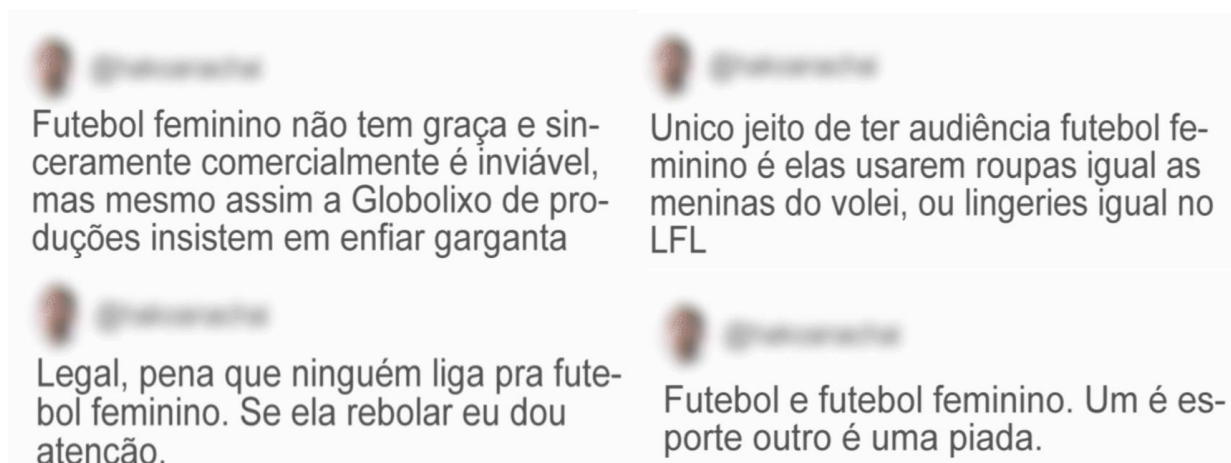
Fonte: Observatório do mundial feminino 2019

Antes do mundial, os seguidores de Marta representavam quase 40% em um total de 3 milhões de fãs da seleção feminina - uma soma dos perfis de todas as atletas ao perfil oficial da seleção. No dia seguinte à final, eles eram 27% em 8,9 milhões.¹⁴ Isso mostra que, durante a competição, outras jogadoras também ganharam mais visibilidade individualmente.

Entretanto, mesmo que a atenção dada à seleção feminina tenha sido histórica e que os assuntos relacionados às desigualdades no futebol estivessem quase sempre em pauta, o relatório também apresenta alguns dos comentários mais negativos sobre futebol feminino feitos nas redes sociais *Twitter*, *Facebook* e *Youtube*. Carregados de sexismo e preconceitos, essas publicações mostram a barreira que ainda é preciso ultrapassar para que toda a exposição midiática seja acompanhada também pelo devido apoio e respeito à modalidade.

¹⁴ Aqui, vale destacar que uma mesma pessoa pode seguir mais do que um dos perfis e, logo, os números não representam um valor absoluto de indivíduos.

Figura 12: Exemplos de comentários negativos



Fonte: Observatório do mundial feminino 2019

Ao final do jogo contra a França, no qual o Brasil foi eliminado da Copa do Mundo, Marta fez um discurso emocionada após uma pergunta da repórter sobre o momento atual do futebol feminino no país. Com lágrimas nos olhos, ela pediu mais apoio e também mais dedicação da nova geração de atletas, pois é delas que depende o futuro da modalidade. “Não vai ter uma Formiga para sempre, uma Marta, uma Cristiane... O futebol feminino depende de vocês para sobreviver”, disse ela. Sua fala, claro, repercutiu não só na imprensa, mas nas redes sociais, principalmente em perfis dedicados a debater tópicos sobre igualdade de gênero.

4.5. A visibilidade como um espaço de ativismo

Como mostram os dados de audiência divulgados pela FIFA, o mundial feminino de 2019 foi o mais visto da história. Pessoas do mundo todo acompanharam mais de perto a competição e essa grande visibilidade abriu um espaço para que as atletas manifestassem também seus posicionamentos ideológicos e políticos diante de situações socialmente relevantes, relacionadas ou não com o futebol.

Megan Rapinoe, a principal jogadora da equipe dos Estados Unidos, demonstrou logo no primeiro jogo que aproveitaria o momento para dar voz às causas que defende. Conhecida por ser uma ativista LGBTQ+, a jogadora se recusou a cantar o hino de seu país em todos os jogos do mundial por não se sentir representada pela bandeira. Abertamente homossexual e casada com Sue Bird, atleta da Liga Americana de Basquete Feminino (WNBA), a jogadora declarou que, para ela, o símbolo americano não representa uma proteção à liberdade e que quer aproveitar a visibilidade que tem para colocar em pauta essa discussão.

Em 2016, durante um amistoso contra a Tailândia, Rapinoe chegou a se ajoelhar durante o hino nacional, em um movimento inspirado por Colin Kaepernick, jogador da Liga Nacional de Futebol Americano (NFL) que também se ajoelhou durante a execução do hino em protesto contra o racismo. Entretanto a US Soccer determinou que haveria punição caso isso acontecesse novamente, estremecendo ainda mais as relações com a jogadora, que é uma das principais líderes do movimento que processou a entidade exigindo a equiparação de salários entre homens e mulheres no futebol.

Além disso, em um vídeo gravado antes da Copa do Mundo, e que viralizou durante o torneio, a capitã da seleção estadunidense afirmou que não iria à Casa Branca visitar o presidente Trump caso fosse convidada após ganhar o título mundial, um ato claro de oposição ao seu governo. O presidente reagiu ao vídeo e, em sua conta pessoal do Twitter, disse que a jogadora deveria primeiro vencer para depois falar. “Termine o serviço”, disse Trump¹⁵, completando ainda que ela não deveria desrespeitar seu país e se orgulhar da bandeira que representa.

Com a vitória dos Estados Unidos na Copa do Mundo, Trump parabenizou toda a equipe, dizendo que todo o país estava orgulhoso delas. Como esperado, a seleção foi recebida com uma festa em Nova York e não visitou a Casa Branca, em Washington. Em um carro de som que desfilou pelas ruas de Manhattan, as campeãs discursaram mais uma vez sobre igualdade salarial.

Já a norueguesa Ada Hegerberg, primeira mulher da história a receber uma Bola de Ouro da FIFA em 2018, protestou boicotando a Copa do Mundo e decidindo não participar da competição. Mesmo sem lesões ou quaisquer problemas que a impedissem de jogar, a atleta anunciou que não disputaria o torneio não só pela desigualdade de valores na premiação, mas também na infraestrutura e no planejamento. Vale lembrar que na edição anterior do mundial feminino, ocorrida no Canadá em 2015, os gramados em todos os estádios eram sintéticos, o que é considerado uma desvantagem já que a bola corre de uma maneira diferente e as jogadoras ainda podem se ferir ao cair ou deslizar na grama. Alegando discriminação, as jogadoras se manifestaram contra as condições dos campos e usaram como exemplo o mundial masculino, que possui regras expressas para que a grama seja sempre natural.

Marta também se engajou no movimento pela igualdade de gênero no futebol durante a Copa. Após não chegar a um acordo de renovação de contrato com a Puma e não receber de outras marcas uma proposta que considerava justa em comparação ao que

¹⁵ Tradução livre da publicação original de Donald Trump. Disponível em: <https://bit.ly/2zNSc09>. Acesso em: 30 de maio de 2020.

é oferecido aos homens, a atleta entrou em campo no seu jogo de estreia usando uma chuteira preta, sem patrocínio e com o símbolo do movimento *Go Equal*, que luta pela equidade de gênero no esporte.

Figura 13: Marta apontando para sua chuteira durante a comemoração de um gol



Fonte: Divulgação/Go Equal

A ação foi divulgada na imprensa e nas redes sociais, principalmente porque a atleta fez questão de apontar para chuteira e para o símbolo durante as comemorações de cada gol. No Instagram, o perfil @GoEqual, lançado durante a primeira partida de Marta, ganhou instantaneamente mais de 20 mil seguidores, entre eles artistas e celebridades que apoiaram a iniciativa. Hoje com um público de mais de 77 mil pessoas, o perfil continua ativo e apresentando histórias de jogadoras do mundo inteiro e de todas as idades.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando o contexto histórico e a situação atual do futebol feminino no Brasil, é possível enxergar uma relação entre o passado de proibições e a falta de apoio que essa modalidade ainda enfrenta atualmente. Mais de 40 anos após a revogação do decreto 3.199, já não há mais argumentos científicos que contraindiquem a prática do futebol às mulheres com base em suas funções biológicas de reprodução, mas ainda nos deparamos com obstáculos que ainda dificultam o seu desenvolvimento.

O futebol masculino tem hoje um espaço muito mais consolidado no imaginário e nas tradições da população brasileira, espaço esse que foi construído em um tempo histórico

muito maior que o do futebol feminino. A seleção dos homens esteve presente em todas as Copas do Mundo desde sua primeira edição, em 1930, e somente após mais de 60 anos é que as mulheres disputariam primeiro mundial, em 1991. Esse atraso hoje apresenta muitas consequências para a modalidade não só no Brasil, mas também em outros países.

Também é possível observar o quanto a imprensa teve grande influência em toda a essa trajetória. No início, com a publicação das cartas de leitores e matérias contra a prática do futebol pelas mulheres, os jornais da época deram voz às manifestações conservadoras e foram peças muito importantes para a campanha que resultou no decreto de proibição, assinado em 1941. Depois, no período que sucedeu a regulamentação da modalidade, os exemplos apresentados nesse trabalho mostram o quanto as revistas esportivas foram responsáveis por reforçar a sexualização das atletas e contribuir com a desqualificação técnica da do futebol feminino. Nos últimos anos, vimos novos veículos surgindo com uma abordagem diferente sobre as mulheres no esporte, ao mesmo tempo em que o espaço conquistado na TV aberta se mostrou muito importante na desconstrução da imagem de que “ninguém se interessa pelo futebol feminino”.

Há agora uma expectativa de que, com novas políticas de incentivo, haja mais mulheres servindo de inspiração às atletas do futuro e ajudando a construir uma nova imagem para o esporte. Nesse sentido, a inserção da igualdade de gênero no estatuto da FIFA foi um fato muito importante, já que a federação vinha dando sinais sobre uma possível mudança de posicionamento. Em 2013, por exemplo, seu então presidente Joseph Blatter foi categórico ao declarar que “o futuro do futebol é feminino” e que a expansão dessa modalidade era um de seus principais projetos de investimento. Afastado alguns meses depois por corrupção, Blatter encerrou seu mandato sem grandes ações nesse sentido e os primeiros passos viriam somente alguns anos mais tarde.

Entretanto, apesar de elaborar um plano para o desenvolvimento do futebol feminino para os próximos anos, cabe observar que a FIFA deixou de lado uma questão de extrema importância nas manifestações de muitas atletas: a equidade de salários e premiações. A exorbitante diferença entre os prêmios pagos à equipe masculina e feminina pode e deve ser revista, ainda que haja um pretexto de que os valores arrecadados nas competições sejam também muito diferentes. Não há como a federação exigir equidade dos clubes sem que suas ações sirvam de exemplo.

No cenário nacional, a CBF pouco tem avançado em todas essas questões. A obrigatoriedade de que os times masculinos de primeira divisão também invistam no futebol feminino abriu oportunidades para que as próprias atletas tenham mais espaço para reivindicar melhores condições, mas pouco tem sido feito além disso. Ainda são escassas

as competições realizadas para as categorias femininas de base e a discrepância nos campeonatos estaduais ainda é muito grande, haja vista que São Paulo ainda concentra os clubes mais competitivos.

Nos cargos de liderança da confederação, os homens ainda são a maioria absoluta e não há sinais de que isso esteja sendo repensado. Um bom exemplo disso é que, em campanha para ser a próxima sede do mundial feminino em 2023, o Brasil chamou atenção por ter enviado somente homens para apresentar o projeto em uma das etapas da candidatura. Pelo Twitter, o jornalista do *The New York Times* falou: A Confederação Brasileira de Futebol veio à UEFA para defender o direito de sediar a Copa do Mundo feminina de 2023. Só faltou uma pessoa na delegação: uma mulher”¹⁶.

Nos últimos meses, a única mudança significativa foi a contratação da treinadora Pia Sundhage para o lugar de Vadão logo após o término do mundial. Segunda mulher na história a treinar a seleção feminina, Pia jogou pela Suécia na primeira edição da Copa do Mundo e é bicampeã olímpica com a seleção dos Estados Unidos. Seu histórico no futebol feminino é uma esperança de que haja mais espaço para as mulheres em uma comissão técnica que realmente entenda as demandas da modalidade e esteja disposta a realizar as mudanças necessárias.

Sem dúvidas a Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2019 foi um marco histórico para a visibilidade do esporte no mundo inteiro e é o início de uma virada de jogo. Seus recordes de audiência e, especialmente, as bandeiras levantadas pelas atletas dentro e fora do campo fizeram com que pessoas que nunca haviam acompanhado o futebol feminino pudessem se sensibilizar de alguma forma com as narrativas tão presentes na televisão e nas discussões em grupo. Para muitos da imprensa, esse foi, provavelmente, o último mundial com Marta, Formiga e Cristiane atuando juntas em campo e, com uma nova geração de jogadoras ganhando mais visibilidade e sendo mais reconhecida, a expectativa é de que as maiores referências da modalidade possam sim ter sucessoras à altura.

Ainda que existam os críticos, que continuam afirmando que mulher jogando futebol não dá audiência e não gera interesse, ver as redes sociais tomadas por publicações sobre a Copa do Mundo é um bom sinal. Às vésperas da estreia, Formiga, que disputou o mundial pela sétima vez na carreira, disse ao jornal *O Globo* que estava ainda se acostumando com a imprensa acompanhando todos os passos da seleção feminina. “Eu sonhava e continuo sonhando com essa visibilidade toda. Ver essa quantidade de jornalista é de espantar”, disse ela. E para a própria mídia em geral o assunto também era novidade, pois nunca

¹⁶ Tradução livre da publicação original de Tariq Panja. Disponível em: <https://bit.ly/2Bc4aB6>. Acesso em: 30 de maio de 2020.

houve uma cobertura tão intensa do futebol feminino na programação das grandes emissoras como aconteceu em 2019.

Esse fato mostra, inclusive, a grande importância que tem os veículos como blog Dibradoras, jornalistas independentes e outras páginas dedicadas ao assunto que, mesmo quando não tem Copa do Mundo acontecendo, continuam acompanhando o dia a dia dos clubes e das atletas, noticiando e apurando fatos sobre a modalidade, além de se juntarem às reivindicações por melhores condições para a modalidade.

Entretanto, em um momento que se mostrava muito promissor para o futebol feminino no Brasil, uma crise inesperada veio para mostrar o quanto ainda são necessários alicerces mais fortes para que todas as conquistas estejam de fato consolidadas. Com a pandemia da Covid-19 e a consequente pausa nos campeonatos em março de 2020, muitos clubes estão enfrentando uma profunda crise financeira e encontraram no futebol feminino uma possibilidade de reduzir os gastos. Mesmo com a CBF destinando um auxílio emergencial às equipes femininas - R\$ 120 mil aos clubes que disputam a série A1 e R\$ 50 mil aos clubes da série A2 -, há anúncios de atletas que já foram dispensadas e de clubes que optaram pelo fim de categorias de base femininas. O portal *Globo Esporte* apurou, inclusive, que alguns times já resgataram o dinheiro, mas não repassaram às atletas, alegando não terem recebido orientações da CBF sobre qual deveria ser o destino dos valores.

É evidente que os clubes menores, cujas jogadoras não têm sequer um contrato formal de trabalho, serão os mais prejudicados por um aprofundamento dessa crise. Entretanto, até mesmo o Corinthians, que é considerado hoje o clube com melhor estrutura para o futebol feminino do Brasil, como foi supracitado, já anunciou uma redução de 25% nos salários das atletas e da equipe técnica, além de um possível corte no quadro de funcionários da equipe feminina e das categorias de base.

Mesmo tendo jogadores com contratos milionários na equipe principal, muitos clubes estão buscando economia nas categorias menos favorecidas e, claro, essa não é uma exclusividade do Brasil. A Liga Inglesa feminina, por exemplo, anunciou o cancelamento da temporada 2020 em virtude da pandemia, enquanto a Premiere League, o campeonato inglês de futebol masculino que é considerado o mais rico do mundo, já tem um plano de segurança para todos os jogos.

Por aqui, ainda é incerto falar sobre as consequências que o futebol feminino terá que enfrentar após essa crise, mas já é evidente que elas existirão. Mesmo com esse cenário, a CBF insistiu no projeto de realizar um mundial feminino no Brasil, o que, claro, poderia contribuir muito com a visibilidade do esporte, principalmente em relação ao apoio

de novos patrocinadores e à representatividade midiática. Porém, como pensar no legado de um torneio dessa importância quando ainda existem tantos clubes sem estrutura, jogadoras atuando na informalidade e nenhuma perspectiva de mudança? De acordo com o projeto de candidatura apresentado, a Copa do Mundo no Brasil aconteceria entre os dias 13 de julho e 13 de agosto de 2023, ou seja, um prazo curto para organizar a competição e estruturar os clubes, ainda mais em um cenário que carregará todas as consequências de uma crise.

A candidatura para sediar o mundial só foi retirada oficialmente no dia 8 de junho de 2020, 15 dias antes do anúncio oficial do vencedor. Segundo o comunicado da CBF, apesar de o Governo Federal ter elaborado uma carta direcionada à FIFA garantindo que o país tem a estrutura necessária para sediar o evento, a crise fiscal causada pela pandemia impediu a assinatura das garantias governamentais exigidas pela federação, um protocolo padrão para eventos desse porte.

É em momentos como esse que se vê o quanto é necessário fazer o básico antes de se pensar em dar novos passos. Hoje, muitas jogadoras estão vendo seu futuro no esporte sendo ameaçado pelas incertezas, principalmente aquelas que não possuem um contrato formal de trabalho com seus clubes. A situação é ainda pior para aquelas que foram dispensadas, mesmo com a promessa de voltar ao time após a crise, pois, sem apoio psicológico e físico durante esse período, a defasagem técnica pode ser ainda maior quando os campeonatos voltarem.

O ano de 2019 foi um dos mais importantes para a história do futebol feminino no Brasil, com novos clubes surgindo e a TV mostrando todo o potencial das mulheres em campo. Porém, para começar a mudar o futuro, é preciso reconhecer primeiro que, mesmo com todos os avanços, essa modalidade ainda é tratada com muito amadorismo no Brasil. Que num futuro próximo, vejamos o futebol feminino sendo gerido por mulheres e em favor das mulheres.

6. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Caroline Soares de. O Estatuto da FIFA e a igualdade de gênero no futebol: histórias e contextos do Futebol Feminino no Brasil. *FuLia/UFMG*, v.4, n.1, jan.-abr., 2019. Disponível em: <<https://periodicos.ufmg.br/index.php/fulia/article/view/14658/11856>> Acesso em: 22 de mar. de 2020.

ALMEIDA, Caroline Soares de; PISANI, Mariane da Silva. Carreiras e profissionalismo de futebolistas brasileiras após a regulamentação do futebol. *Labrys, études féministes/estudos feministas*, v. 28. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2AND0k1>. Acesso em 20 de maio de 2020.

BAÚ DA SELEÇÃO: Michael Jackson lembra Mundial de 1988 com a Seleção Feminina. Assessoria CBF. 28 abr. 2020. Disponível em <<https://bit.ly/30uGjHJ>>. Acesso em: 30 de abr. de 2020.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. Brasil retira candidatura à sede da Copa do Mundo Feminina FIFA 2023. CBF, 8 de jun. de 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2MMEeP0>. Acesso em 9 de jun. de 2020.

BONFIM, Aira Fernandes. Football Feminino entre festas esportivas, circos e campos suburbanos: uma história social do futebol praticado por mulheres da introdução à proibição (1915-1941). 2019, Dissertação (Mestrado em História, Política e Bens Culturais), Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC), Rio de Janeiro, 2019.

BOURDIEU, Pierre. A dominação masculina/Pierre Bourdieu (tradução Maria Helena) 11ªed. - Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2012.

CAVALHEIRO, Suzana. Amor à camisa. Museu da Pessoa, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/36JiEEt>. Acesso em 15 de maio de 2020.

DOSSIÊ DO FUTEBOL FEMININO. Revista Placar. Ed. 1457, nov. 2019

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION. France 2019: Global

Broadcast and Audience Report. FIFA, out. 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/2XKY0Rz>>.

_____. Estatutos de La FIFA: Reglamento de Aplicación de los Estatutos; Reglamento del Congreso. Zurique: FIFA, 2016. Disponível em: <<http://bit.ly/2XudEhp>>. Acesso em: 29 abr. 2020.

_____. Women's Football Member Associations Survey Report 2019. FIFA, 2019. Disponível em: <<https://resources.fifa.com/image/upload/fifa-women-s-survey-report-confederations-global-mas.pdf?cloudid=nq3ensohyxpuxovcovj0>>. Acesso em: 29 abr. 2020.

_____. Estratégias de Fútbol Femenino. Disponível em: <<https://bit.ly/3h19YxL>>. Acesso em: 16 de abr. de 2020.

FERRAZ, Rafael Prieto. Futebol e comunicação, um processo de consumo chamado paixão. *Organicom*, v.8, n.15, 2011. Disponível em: <<https://bit.ly/3h4aVWd>>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

GOELLNER, Silvana Vilodre. Mulheres e Futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. *FuLia/UFMG*, v.4, n.1, jan.-abr., 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/30gaAK4>> Acesso em: 22 mar. 2020.

GUTERMAN, Marcos. O futebol explica o Brasil: uma história da maior expressão popular do país. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

HAAG, Fernanda Ribeiro. Mosaico, v.9, n. 14, 2018. "O futebol pode não ter sido profissional comigo, mas eu fui com ele": trabalho e relações sociais de sexo no futebol feminino brasileiro. Disponível em: <<https://bit.ly/2ZT3sD6>>. Acesso em: 10 de maio de 2020.

KESTELMAN, Amanda. Maior nome antes de Marta, Sissi carrega história de preconceito e pouco reconhecimento. *Globo Esporte*, 2019. Disponível em: <https://glo.bo/3618m1S>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

LES PODIUMS des salaires des stars. *France Football*, 23 de mar. de 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/2Ya28JD>>. Acesso em: 14 de maio de 2020.

PISANI, Mariane da Silva. 'Sou feita de chuva, sol e barro': o futebol de mulheres praticado na cidade de São Paulo. 2018. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/3cc7qcE>>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

PLACAR MAGAZINE. Acervo digital 1950-2010. Disponível em: <<https://bit.ly/3eY2Ss8>>. Acesso em: 30 de abr. de 2020.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. Educação & Realidade. v. 20, n. 2, 1995. Disponível em: <<https://bit.ly/2TWHbRf>>. Acesso em: 10 de maio de 2020.

PEREIRA, Felipe. Será que agora vai? Uol, 22 de nov. de 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/3dJHB5b>>. Acesso em: 30 de abr. de 2020.

SILVA, Giovana Capucim. Narrativas sobre o futebol feminino na imprensa paulista: entre a proibição e a regulamentação (1941-1983). Dissertação (Mestrado) Giovana Capucim e Silva. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2015. Disponível em: <<https://bit.ly/3f3bm1k>>. Acesso em: 13 de maio de 2020.

SILVA, Marta. Carta para eu mesma quando jovem. The Players Tribune. Disponível em: <<https://bit.ly/2ZW5YbN>>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

TEIXEIRA, Fábio L. Santos; CAMINHA, Iraquitan de Oliveira. Preconceito no futebol feminino brasileiro: uma revisão sistemática. Movimento, v. 19, n. 1, jan./mar. 2013. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/Movimento/article/view/30943>>. Acesso em: 19 de maio de 2020.

THE GENDER pay gap for the FIFA World Cup is US\$370 million. It's time for equity. The Conversation, 9 de jun. de 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/30h0xnU>>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

VIEIRA, Talita Machado. Estética do movimento e adestramento do olhar: considerações sobre o futebol brasileiro de mulheres. FuLia/UFMG, v.4, n.1, jan.-abr., 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3dIxAVR>. Acesso em: 16 de maio de 2020.

VISIBILIDADE para o futebol feminino. Museu do Futebol. Disponível em: <https://bit.ly/2ziLnDE>. Acesso em 15 de maio de 2020.

TRUMP diz que Megan Rapinoe não deve protestar durante o hino na Copa do Mundo. ESPN Brasil, 25 de jun. de 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/2XEO1wY>>. Acesso em: 19 de maio de 2020.