

## FUTEBOL, MULHER E CONSUMO

**Mateus Luiz Barbosa do Nascimento; Soraya Maria Bernardino Barreto Januário  
(Orientadora)**

O projeto Futebol, Mulher e Consumo se encontra em sua fase primária de execução, nesse sentido, o objetivo inicial do projeto é o de traçar uma historicidade da presença da mulher no futebol e estabelecer um apanhado teórico no campo da Comunicação. As mulheres já estavam lá. Mesmo que segregadas, subvertendo a chamada “Ordem natural das coisas” (FRANZINI, 2005) sofrendo preconceitos de boa parte da sociedade, da imprensa e até do governo. Elas continuaram lá. O futebol feminino só se tornou algo consistente no Brasil a partir dos anos 80, mas já existiam relatos jornalísticos do "futebol de moças" datado do começo do século vinte como pontuou José Sebastião Witter (1990) no livro Breve História do futebol brasileiro: "o primeiro jogo de futebol feminino que se tem história foi disputado em 1913, entre times dos bairros de Cantareira e Tremembé, de São Paulo.” Também existem relatos de partidas femininas nas décadas de 30 que ocorriam no Rio de Janeiro, promovidas pela Associação Metropolitana de Esportes Athleticos (MOURÃO, 2005) e o confronto interestadual entre São Paulo FC e as cariocas do América FC em 1940, citado por Mazzini em seu livro História do Futebol no Brasil. Em todas as partidas, características semelhantes: jogos que atraíam pouco público e aqueles que se dirigiam até lá, viam a partida com intuito de se divertir com a pouca qualidade técnica ou estavam atraídos pela beleza das jogadoras. Ou seja, ou ocorria a ridicularização da mulher no espaço ou permeavam a objetificação das jogadoras (BARRETO JANUÁRIO, 2016). Com as mudanças promovidas pelos movimentos sociais, com ênfase no feminismo, e a entrada massiva de mulheres em campos de saber e espaços antes negados, as condições da mulher no futebol também mudaram mas os preconceitos e estereótipos persistem (GOELLNER, 2005). A presente pesquisa, como anteriormente explicitado, teve como objetivo traçar uma historicidade teórica sobre os estudos de futebol e sua relação com as questões de gênero e comunicação. Metodologicamente, foi empreendido um estudo bibliográfico e de natureza exploratória, já que o objetivo aqui é a caracterização inicial desse tema, campo de saber ainda incipiente nas ciências da comunicação. Como resultado inicial de nossa pesquisa, identificamos alguns fatores preponderantes para uma representação sexista da mulher no mundo do futebol: Primeiro, a imagem de virilidade e força que é passada pela prática do esporte. Durante os anos 30 e 40, enquanto alguns times (ex: Benfica FC, RJ) tentavam se estruturar, existiu um grande movimento contrário a inserção feminina na prática do futebol. Um desses atos foi uma carta escrita por José Fuzeira para o presidente da época, Getúlio Vargas. Nesse comunicado, ele buscava alertar o presidente sobre "uma calamidade que está prestes a desabar em cima da juventude feminina do Brasil" (FRANZINI, 2005). Além de dizer que as mulheres não poderiam praticar futebol sem que sua "real função natural" de ser mãe fosse prejudicada por conta da intensidade da disputa, classificando os times femininos de "destruidores da saúde". Atos como esse acabaram levando o Conselho Nacional de Desportos (CND) a regulamentar a lei 3.199 em abril de 1941, proibindo as mulheres de praticarem o futebol, essa lei caiu nos anos 80. (Franzini, 2005; Mourão, 2005). Em segundo, o ambiente esportivo é considerado violento, sendo assim, ruim para mulheres no ver social. Isso pode ser visto mediante dois espectros. Franzini (2005) em sua obra citou o

celebre "O negro do futebol brasileiro" do jornalista Mário Filho, nesse relato as mulheres ficavam "na arquibancada, sentadas, abrindo e fechando os leques, sérias, sorridentes, quietas, nervosas, como que ficavam em exposição [...]" nesse caso, as mulheres ficavam como uma "atração" alheia do jogo. Já na tese de Lara Stalhberg (2011), "Mulheres em Campo: Novas reflexões acerca do feminino no futebol", foi possível perceber mulheres que já estão familiarizadas ao esporte e aos estádios, seja na companhia de alguma figura masculina, sozinhas ou tribalizadas nas torcidas organizadas, por exemplo. Em terceiro, há um mito social associado a compreensão feminina na prática de suas táticas (BARRETO JANUÁRIO, 2016). Devido ao imaginário popular que o futebol é um meio "exclusivamente masculino", as mulheres não conseguiriam interpretar as regras do jogo e aquelas que conseguem interpretar, sofrem com o preconceito e a estigmatização, algo que Stalhberg define como a "mulher masculinizada". Considero que o futebol feminino dá grandes passos a caminho de dias melhores, não só dentro, mas fora de campo também. Exemplo disso está na pesquisa feita pela AG Comuniq, mostrando que 20% dos sócios dos grandes clubes de Curitiba (Coritiba, Atlético-PR e Paraná) são mulheres. Muita coisa precisa melhorar, as torcedoras precisam (e devem) ser respeitadas nos estádios e a CBF precisa fornecer mais estrutura para uma prática eficiente e igualitária do esporte. Falta muito, porém podemos dizer que os passos dados nos dão uma expectativa de um futuro mais equânime das mulheres no futebol.

**Palavras-chave:** Futebol, mulher, consumo

#### **Referências:**

BARRETO, Soraya. "A representação feminina na mídia esportiva: o caso Fernanda Colombo." **Observatorio** 10.1 (2016).

FRANZINI, Fábio; Futebol é "coisa pra macho"? Pequeno esboço para uma história das mulheres no país do futebol, **Revista Brasileira de História** 25.50 (2005): 315-328

GOELLNER, Silvana Vilodre. "Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades." **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte** 19.2 (2005): 143-151.

MOREL, Marcia; MOURÃO, Ludmila; As narrativas sobre o futebol feminino: o discurso da mídia impressa em campo, **Revista Brasileira de Ciências do Esporte** 26.2 (2005): 73-86

STAHLBERG, Lara Tejada. **Mulheres em Campo: Novas reflexões acerca do feminino no futebol**, São Carlos, UFSCar, 2011.

AG Comuniq, **Consumo: Elas vão dominar os estádios**, disponível em: [https://agcomunique.wordpress.com/2016/06/16/consumo-elas-vaodominar-os-estadios/?\\_e\\_pi\\_=7%2CPAGE\\_ID10%2C1794533143](https://agcomunique.wordpress.com/2016/06/16/consumo-elas-vaodominar-os-estadios/?_e_pi_=7%2CPAGE_ID10%2C1794533143) , acesso em 01/11/2016, 20:35.