

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE EDUCAÇÃO FÍSICA  
CURSO DE BACHARELADO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

WELLYGTON WINICIUS DE AZEVEDO

**A PERCEPÇÃO DO TORCEDOR EM RELAÇÃO AO FUTEBOL FEMININO E  
MASCULINO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA

2019

WELLYGTON WINICIUS DE AZEVEDO

**A PERCEPÇÃO DO TORCEDOR EM RELAÇÃO AO FUTEBOL FEMININO E  
MASCULINO**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à disciplina de TCC 2, do Curso de Bacharelado em Educação Física, do Departamento Acadêmico de Educação Física - DAEFI da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, como requisito parcial para a aprovação na mesma.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Paula Cabral Bonin Maoski

CURITIBA

2019



Ministério da Educação  
Universidade Tecnológica Federal do  
Paraná  
Câmpus Curitiba  
Diretoria de Graduação e Educação  
Profissional  
Departamento de Educação Física  
Bacharelado em Educação Física



---

---

## TERMO DE APROVAÇÃO

### A PERCEPÇÃO DO TORCEDOR EM RELAÇÃO AO FUTEBOL FEMININO E MASCULINO

Por

**Wellygton Winicius de Azevedo**

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi apresentado em 21 de novembro de 2019 como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharelado em Educação Física. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho **aprovado**.

---

Profa. Dra. Ana Paula Cabral Bonin Maoski  
Orientador

---

Prof. Dr. Gilmar Francisco Afonso  
Membro titular

---

Profa. Dra. Angelica Miki Stein  
Membro titular

\* O Termo de Aprovação assinado encontra-se na coordenação do curso.

## RESUMO

DE AZEVEDO, Wellygton Winicius. A percepção do torcedor em relação ao futebol feminino e masculino. 54 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Curso de Bacharelado em Educação Física. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2019.

O futebol é um dos esportes mais praticados no mundo e tido como o principal esporte brasileiro. O objetivo deste estudo foi analisar quais aspectos se diferenciam, na percepção do torcedor, com relação ao futebol feminino e o futebol masculino. Enquanto procedimentos metodológicos, este estudo caracteriza-se como exploratório de característica quantitativa e descritiva. Foram aplicados questionários a 290 participantes de ambos os sexos e que tinham algum interesse por futebol. Os questionários continham 33 perguntas, divididas em oito seções: Dados do entrevistado; Gosto pessoal relacionado ao futebol; Conhecimento a respeito do esporte feminino; Horários de preferência para assistir futebol; Frequência com que assiste à jogos de futebol; Percepção com relação à mídia; Percepção com relação ao nível do esporte; Opinião sobre o esporte. O questionário foi disponibilizado aos participantes através das redes sociais por meio da plataforma *Google Forms* e a análise dos dados foi feita por meio da estatística descritiva, como medidas de tendência central, medidas de dispersão e medidas de distribuição. Os resultados apontaram que 63,4% dos participantes eram de gênero masculino e 36,6% de gênero feminino, ao todo 91,0% disse ter um time para qual torce. Foi possível observar também que existe uma demanda e um público que consumiria o futebol feminino caso ele passasse com maior frequência na televisão e nos horários de preferência do público, que seriam nas quartas após as 21:00 e nos fins de semana no período entre 15:00 e 18:00 horas. Ainda relacionado a frequência com que se assiste futebol foi possível ver que quanto mais se assiste ao esporte melhor se é a percepção a respeito dele. Cabe também ressaltar que o número de participantes que disse que assistiria ao futebol feminino pelo corpo e beleza das atletas foi de apenas 8,9% e 65,5% dos participantes respondeu que apenas o fato de ser uma partida de futebol já os motivaria a assistir assim como 28,6% respondeu que a qualidade técnica do jogo os faria assistir. Por fim, 2,1% dos participantes acredita que o futebol pode de alguma maneira ser prejudicial à mulher ou de que o esporte não foi feito para mulheres, o que revela uma certa evolução na maneira de se pensar o futebol no Brasil e reflete um melhor entendimento sobre o papel da mulher na sociedade bem como no esporte, prospectando assim um aumento na demanda relacionada ao consumo do futebol feminino.

**Palavras-chave:** Futebol feminino. Percepção do torcedor.

## ABSTRACT

DE AZEVEDO, Wellygton Winicius. The perception of the fan in relation to female and male soccer. 54 f. Course Completion Paper (Undergraduate). Bachelor Degree Course in Physical Education. Federal Technological University of Paraná, Curitiba, 2019.

Football is one of the most practiced sports in the world and its main Brazilian sport. The aim of this study was to analyze what are the different aspects, in the perception of the fan, in relation to female soccer and male soccer. As methodological procedures, this study describes as the quantitative and descriptive resource. There were questionnaires from 290 participants of both sexes who had some interest in soccer. The questionnaires contain 33 questions, divided into eight examples: Interviewee data; Personal taste in football; Knowledge about women's sport; Preferred times for watching football; Attendance with attendance at soccer games; Perception of the media; Perception regarding the level of sport; Opinion about the sport. The questionnaire was made available to participants through social networks through the Google Forms platform and data analysis was performed using descriptive statistics, such as central tendency measures, dispersion measures and distribution measures. The results showed that 63.4% of participants were male and 36.6% female, while 91.0% said they had spent some time because of performance. It was also possible to observe that there is a demand and an audience that consumes or women's football if they have more television frequency and at the public's preferred times, which are shown on Wednesdays after 21:00 and on weekends in the period between 15:00 and 18:00 hours. Still related to the frequency with which football was possible, seeing the more one watches the sport the better the perception of respect. It is also noteworthy that the number of participants who said that watching female soccer for the body and beauty of the athletes was only 8.9% and 65.5% of the participants who answered that just being a soccer game already motivated to watch As 28.6% answered that the technical quality of the game can watch. Finally, 2.1% of participants believe that soccer can be harmful to women or sports that were not made for women, or that reveals a certain evolution in the way of thinking about soccer in Brazil and showing a better understanding of the role of women in society as well as in sport, looking for an increase in the useful demand for women's soccer consumption.

Keywords: Women's soccer. Fan perception.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Dados dos entrevistados .....	26
Tabela 2 – Gosto pessoal relacionado ao futebol .....	27
Tabela 3 – Frequência com que assiste a jogos de futebol .....	31
Tabela 4 – Opiniões sobre o esporte .....	36
Tabela 5 – Motivos para assistir futebol feminino.....	40
Tabela 6 – Meio pelo qual assiste futebol .....	41
Tabela 7 – Copa do mundo de futebol feminino.....	43

## LISTA DE QUADROS E GRÁFICOS

Quadro 1 – Categorias das perguntas .....	23
Gráfico 1: Existência de um time feminino no clube que torce .....	29
Gráfico 2: Obrigatoriedade clubes serie A terem time feminino .....	30
Gráfico 3: Percepção do nível do futebol masculino no Brasil.....	32
Gráfico 4: Percepção do nível do futebol feminino no Brasil .....	32
Gráfico 5: Percepção entre a diferença da qualidade técnica entre o futebol masculino e feminino.....	33
Gráfico 6: Percepção entre a diferença da velocidade do jogo entre o futebol masculino e feminino.....	33
Gráfico 7: Melhor horário para assistir a um jogo de futebol durante a semana .....	37
Gráfico 8: Melhor horário para assistir a um jogo de futebol no final de semana .....	38
Gráfico 9: Melhor dia para assistir a um jogo de futebol .....	38
Gráfico 10: Nível de interesse pelo futebol feminino .....	39
Gráfico 11: Frequência na TV e interesse pelo futebol feminino .....	42

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	9
1.1 JUSTIFICATIVA	10
1.2 PROBLEMA	10
1.3 OBJETIVO GERAL	10
1.3.1 Objetivo(s) Específico(s)	11
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b>	12
2.1 MULHER BRASILEIRA NO MERCADO DE TRABALHO	12
2.2 HISTÓRIA DO FUTEBOL	13
2.2.1 FUTEBOL NO BRASIL	14
2.2.2 FUTEBOL FEMININO NO BRASIL	16
2.2.3 FUTEBOL FEMININO NA MÍDIA BRASILEIRA	19
<b>3 METODOLOGIA DE PESQUISA</b>	22
3.1 TIPO DE ESTUDO	22
3.2 PARTICIPANTES	22
3.2.1 Critérios de Inclusão	22
3.2.2 Critérios de Exclusão	22
3.3 INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS	22
3.3.1 Instrumentos	22
3.3.2 Procedimentos	23
3.4 RISCOS E BENEFÍCIOS	23



3.5 ANÁLISE DOS DADOS .....	24
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>25</b>
4.1 CARACTERÍSTICAS DOS ENTREVISTADOS.....	25
4.2 PERCEPÇÕES SOBRE O FUTEBOL.....	27
4.3 PERCEPÇÕES SOBRE A MÍDIA.....	37
<b>5 CONCLUSÃO .....</b>	<b>44</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>46</b>
<b>APENDICE 1 - QUESTIONÁRIO .....</b>	<b>50</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O futebol feminino brasileiro é pouco conhecido internamente e conseqüentemente suas atletas não têm o suporte ideal para exercer a profissão. Fato demonstrado na matéria da Folha de São Paulo de 2018, que apresentou como a maior folha salarial do Brasil no futebol feminino a do Corinthians, 85 mil reais, o que equivale a 0,8% da folha masculina no mesmo ano, cerca de 11 milhões (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018). Com isso, o futebol feminino brasileiro fica sem apoio e torna mais difícil o desenvolvimento de novas atletas e o crescimento do esporte no país.

A mulher por muitas vezes foi vista como um ser mais frágil que o homem, trazendo diferença no tratamento dos dois, fazendo com que regras que se aplicavam ao homem não pudessem ser aplicadas ou permitidas às mulheres, resultando com que elas fossem na maioria das vezes subjugadas aos homens (MATTOS, 2006). No entanto, nos últimos tempos este cenário tem mudado com as constantes conquistas e reivindicações das mulheres por direitos mais igualitários, aumentando assim a participação da mulher em ambientes antes considerados masculinos, revelando uma dinâmica totalmente nova no contexto social, que é caracterizada pela redução de diferenças entre gêneros (RAGO, 2007).

Batista e Deivid (2009) concluem que isto também se aplica ao futebol, em um contexto mundial, que vem ganhando a cada dia que passa mais força, com as grandes federações dando mais importância a categoria e incentivo. O que reflete dentro e fora de campo, com mais estudos sendo feitos a respeito das mulheres e com as melhores condições para que elas joguem.

Ainda assim, quando se fala em futebol feminino no Brasil, cenários onde a mulher é marginalizada e estereotipada a um estado de “fraqueza” e reduzida aos aspectos estéticos são comuns. Dentro do “País do Futebol” pouco se é comentado sobre o esporte e sobre as atletas que o praticam, e pouco se é investido no mesmo, fazendo com que o esporte seja fraco quando comparado com o masculino dentro do Brasil (SALVINI et al., 2015).

Apesar de termos uma seleção considerada altamente competitiva, nunca ganhamos um título mundial, sendo que países como Noruega (1995), Japão (2011)

e Estados Unidos (1991, 1999 , 2015 e 2019), que no futebol masculino não possuem uma grande representatividade, são campeãs mundiais no futebol feminino, com os Estados Unidos como maior campeã de todos os tempos com 4 títulos. A Alemanha é a única campeã mundial a possuir títulos masculinos (1954, 1974, 1990 e 2014) e femininos (2003 e 2007).

## 1.1 JUSTIFICATIVA

Os motivos que levaram a este trabalho são o gosto e paixão pelo futebol, esporte que propiciou diversas emoções e oportunidades na minha vida, me levando a trabalhar fora do país e conhecer pessoas de diferentes nacionalidades. Tal intercâmbio me fez perceber o quão forte o futebol feminino é nesses outros países, desde relevância à até receber maiores investimentos, questões que me levaram a questionar o porquê o mesmo não ocorria dentro do Brasil, o País do Futebol.

O futebol feminino possui um investimento muito pequeno, menos que 1% em muitos clubes quando comparado com o masculino (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018), há também pouca exposição na mídia, atualmente os campeonatos brasileiros de futebol feminino séries A1 e A2, estão sendo exibidos pela Rede Bandeirantes de Televisão (CBF, 2019) e pelo Twitter (CBF, 2019).

Sendo assim, se faz importante estudar a forma como o torcedor brasileiro percebe o futebol feminino, para assim descobrir quais os pontos perante o público consumidor que diferem o masculino do feminino, podendo depois se criar até mesmo estratégias para melhorar esta percepção e ajudar o futebol feminino a crescer com mais força e espaço no Brasil.

## 1.2 PROBLEMA

Existe diferença na percepção do torcedor em relação ao futebol feminino para com o futebol masculino?

## 1.3 OBJETIVO GERAL

Analisar quais aspectos se diferenciam, na percepção do torcedor, com relação ao futebol feminino e o futebol masculino.

### 1.3.1 Objetivos Específicos

Definir em quais sentidos (performance, qualidade técnica e ritmo de jogo) o futebol feminino se diferencia do futebol masculino para o público que o assiste, os torcedores.

Verificar quais os melhores dias e horários que para que o público participante assista a um jogo de futebol masculino ou feminino no Brasil.

Verificar a assiduidade dos participantes ao estádios de futebol no Brasil.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 MULHER BRASILEIRA NO MERCADO DE TRABALHO

A mulher sempre foi vista como um ser mais frágil que o homem, fazendo com que muitas coisas que se aplicavam ao homem não pudessem ser aplicadas ou permitidas as mulheres, resultando com que elas fossem na maioria das vezes subjugadas aos homens (MATTOS, 2006). Contudo, nos últimos anos, o cenário feminino dentro do mercado de trabalho tem mudado, as mulheres têm tido constantes conquistas e melhoras de seus direitos, fazendo da participação da mulher em ambientes antes masculinos, mais relevantes, causando uma redução das diferenças entre gêneros (RAGO, 2007).

As mulheres tem em comum, independentemente de sua classe social, o fato de estarem separadas dos homens pela divisão de universo de domínio – os homens, o domínio público, e as mulheres o domínio privado. O que está por trás dessa “divisão de trabalho” é um consenso intersubjetivo que percebe os homens como sendo os detentores, por excelência, de capacidades como autodomínio, racionalidade e competitividade, necessárias para a realização do desempenho diferencial no trabalho, enquanto as mulheres, diferentemente dos homens, são mais guiadas pelo coração, pelas emoções e pelos sentimentos. Portanto, as mulheres são mais “dadas” aos cuidados da casa, dos filhos e do marido (MATTOS, 2006, p.170).

Em 2016, as mulheres passaram a ocupar 44% do mercado de trabalho formal do Brasil, o índice de desemprego nos últimos 5 anos é menor para as mulheres quando comparado com os homens (BRASIL, 2017). Mas estes números apenas se aplicam aos trabalhos mais baixos, sendo que em cargos de chefias ou gerência de empresas as mulheres representavam apenas 39,1% do montante em 2016, de acordo com estudos do IBGE, onde também consta que o número em média de mulheres com ensino superior completo é maior que a dos homens, para as mulheres a média é de 21,5% e para os homens a média é de 15,6%, infelizmente isso não se repete na questão salarial, onde em média a mulher recebe cerca de 25% a menos que o homem.

## 2.2 HISTÓRIA DO FUTEBOL

O futebol é o esporte mais popular do mundo, e apesar de esportes similares poderem ser encontrados em países como China, Grécia, Egito, México, o esporte como o conhecemos teve sua origem no início do século XIX, na Grã-Bretanha, onde ele era praticado de maneiras semelhantes mas com regras diferentes, que eram definidas por cada universidade que o aplicava ou antes das partidas. Apenas em 1848 foram escritas as primeiras regras do jogo em uma reunião organizada por H.C. Malden, de Goldaming, Surrey, que contou ainda com as universidades de Harrow, Eton, Rugby, Winchester e Shrewsbury (WILSON, 2013).

Desde sua gênese, o futebol era tido como um esporte sinônimo de masculinidade, onde homens poderiam demonstrar suas habilidades e superioridade para com os outros. Um exemplo deste modo de pensar é que até 1863 chutar as canelas do adversário era permitido, e somente após 5 reuniões da Associação de Futebol – FA (fundada em 1862 na Grã-Bretanha) foi proibido, F. W. Campbell, de Blackheath, que era a favor dos chutes na canela disse: “Se proibir, você retirara toda a coragem e determinação do jogo, e eu serei obrigado a trazer franceses que o venceriam com uma semana de treino” p.27. Outro exemplo é que em muitas universidades, os alunos que possuíam baixa destreza eram colocados em times opostos aos melhores ou mais velhos e chamados de “viadinhos” (WILSON, 2013).

Como mostra Da Costa (2004), o futebol se tornou em pouco tempo uma atividade recreativa para as massas urbanas, fazendo com que os melhores jogadores fossem convidados a jogar em partidas oficiais. Como os jogadores precisavam de tempo livre para jogar regularmente e treinar, em 1885, a FA aceitou jogadores profissionais, mas proibiu que eles fossem a comitês ou reuniões da associação. Com isso, apesar de se ter profissionais em campo, o gerenciamento continuou com amadores.

Os anos se seguiram e o futebol começou a abandonar as Ilhas Britânicas e ganhar o mundo, até que em 1904 em Paris, na França, a *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA) foi fundada por delegados da Bélgica, França, Dinamarca, Holanda, Espanha, Suécia e Suíça (FIFA, 2014).

A primeira Copa do Mundo de seleções foi realizada pela FIFA em 1930, disputada no Uruguai em Montevideo. Esta primeira edição contou com 13 seleções, sendo elas: França, Bélgica, Roménia, Iugoslávia, Estados Unidos, México, Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Paraguai, Peru e Uruguai, este último sagrando-se campeão da primeira Copa do Mundo FIFA. Ao todo, já foram realizadas 20 edições do torneio masculino onde o Brasil aparece como principal campeão com 5 títulos, logo atrás vem Itália e Alemanha, ambas com 4 títulos (FIFA). O Brasil é também a seleção com mais Copas das Confederações, 4 títulos, já no cenário Sul-americano é o terceiro com mais títulos da Copa América, com 8 títulos, ficando atrás da Argentina com 14 e do Uruguai, maior campeão, com 15 títulos (FIFA).

A primeira Copa do Mundo de futebol feminino foi realizada pela FIFA em 1991 na China onde os Estados Unidos levaram a taça, ao todo haviam 12 seleções (Estados Unidos, Nigéria, China, Japão, Taípe Chines, Brasil, Nova Zelândia, Dinamarca, Alemanha, Itália, Noruega e Suécia). Ao todos já foram realizadas 8 edições, a equipe americana possui o maior número de títulos (quatro) seguidos por Alemanha com 2 e Japão e Noruega ambas com 1 título cada (FIFA).

Os jogadores brasileiros são tidos como diferenciados no mundo todo, sendo que estão presentes nas principais ligas do mundo e nos principais times do mundo. Em um estudo publicado pelo Observatório do Futebol (CIES), em maio de 2018, existem mais de 1200 brasileiros atuando em ligas estrangeiras, das 93 entrevistadas há brasileiros em 78, sendo destas ligas a maior parte pertencente a UEFA. Portugal é principal destino de nossos jogadores.

### 2.2.1 FUTEBOL NO BRASIL

O futebol é tido no Brasil como a preferência nacional, e por este motivo é o esporte mais praticado no país segundo a pesquisa PNAD do IBGE de 2015, cerca de 15,3 milhões de pessoas praticam o esporte em todo o país, seja de maneira recreacional, reabilitação ou profissionalmente, desses cerca de 94,5% são homens e apenas 5,5% mulheres.

Em seu começo no Brasil o futebol era um esporte para homens de alto nível social, praticado em clubes e colégios de “grã-finos” em São Paulo e Rio de Janeiro, tido como uma forma de recreação. Por agregar status, os pais de alunos pediam

para que os colégios tivessem futebol como prática e logo bons jogadores surgiram e se juntaram aos clubes existentes, com isso aumentando a popularidade do esporte em São Paulo e no Rio de Janeiro. Como consequência, em 1903 foi fundado o primeiro time de futebol organizado do Brasil segundo a CBF, a Associação Atlética Ponte Preta (CALDAS, 1994).

Como em algumas empresas o número de funcionários de alto nível com interesse de praticar o esporte não chegava ao número mínimo para se ter uma partida oficial a resposta foi abrir portas para os de menor condições financeiras, e o primeiro clube a permitir a entrada de jogadores proletariados foi o Bangu (CALDAS, 1994).

Em 1914, no dia 8 de junho, foi fundada a Federação Brasileira de Sports (sic), que em 5 de dezembro de 1916 iria se tornar a Confederação Brasileira de Desportos-CBD. Apenas em 1979, no dia 24 de setembro, a CBD iria virar a CBF, Confederação Brasileira de Futebol (DA COSTA, 2004).

Em pouco tempo, o futebol se tornou algo muito comum no Brasil e passou a ser praticado e ter clubes profissionais e amadores por todo o país. Com isto em 21 de julho de 1914, no Rio de Janeiro, a Seleção Brasileira de futebol fez seu primeiro jogo contra um time da 3ª divisão inglesa, o Exeter City F.C. O jogo realizado no Estádio das Laranjeiras teve um placar de 2 a 0 a favor do Brasil (CBF, 2014).

O Brasil possui 4 divisões nacionais de futebol, onde suas 3 primeiras divisões, A, B e C, são disputadas por 20 clubes cada, já a Serie D, 4ª divisão, tem um total de 68 equipes participando. Há também uma Copa do Brasil, onde 91 times disputam pela chance de ser Campeão nacional e uma vaga na Libertadores da América (CBF).

No Brasil há também os campeonatos regionais, característica do futebol brasileiro, onde cada estado possui seu próprio campeonato com divisões de acesso e principais. Há também a Copa do Nordeste, que envolve clubes do nordeste brasileiro (CBF).

Segundo apuração feita pelo jornalista Silvio Barsetti ao site Terra em 2017, o Brasil possui 662 clubes de futebol profissional.



## 2.2.2 FUTEBOL FEMININO NO BRASIL

Como mostra Knijnik (2001) apesar do futebol ter chegado em terras brasileiras no final do século XIX e logo se tornar uma preferência nacional, a inserção do mesmo no meio feminino não foi tão simples, tido como um esporte violento e bruto em alguns aspectos, e sendo assim, inadequado para mulheres. Tal pensamento fez com que o futebol junto do futsal, futebol de areia, handebol, entre outros esportes, fossem proibidos de ser praticados por mulheres pelo CND em 1965. Esta atitude foi baseada na fala de especialistas da área, autoridades com discursos fundada em bases biológicas e fisiológicas, tendo em vista quais seriam as atividades corretas para o corpo da mulher.

Segundo Darido (2002), há diferentes vertentes para o surgimento do futebol feminino no Brasil, alguns dizem que o surgimento da modalidade praticada por mulheres está ligada as praias, onde empregadas domésticas em seu tempo vago jogavam nas praias do Rio de Janeiro, no Leblon em dezembro de 1975, no período da tarde, outras fontes sugerem que o seu início está ligado a jogos organizados por diferentes boates gays no fim da década de 1970. Há ainda indícios de que o esporte esteja ligado as populares “peladas” e a jogos de cunho beneficente, tendo como exemplo o jogo ocorrido por atrizes do teatro de revista em 1959, no Pacaembu.

Da Costa (2004) traz que esta história do futebol feminino dentro do Brasil não pode ser retratada apenas pelo futebol de campo, mas também pelo futebol de areia. Desde seus primeiros passos a prática do esporte por mulheres ocorria nas praias e campos e depois para o campo Society e futebol de Salão. Da Costa (2004) ainda define que a história da mulher no futebol dentro do Brasil é um reflexo destas 4 possibilidades de surgimento, já que devido a falta de equipes em cada tipo de modalidade, as mulheres circulavam entre elas, participando de diferentes equipes, assim a mulher que jogava campo era a mesma que jogava na areia e no futebol de salão. Apesar disso, e mesmo se tendo relatos de sua prática na década de 70, o futebol não se desenvolveu adequadamente no Brasil nessa época.

Apenas em 1979 o CND revogou a deliberação nº 7/65, substituindo-a pela deliberação nº 10/79, que permitia e dava direito às mulheres de praticar os esportes

anteriormente proibidos, com isso o futebol feminino começa a ter um melhor desenvolvimento no início da década de 1980 no Brasil (CASTELLANI, 1997).

Mesmo com a revogação da CND, o futebol feminino não era visto com bons olhos pela sociedade, a mulher ainda era tida como um ser de menor força e seu corpo deveria ser preservado. Salles et al (1996) aponta que a CBF tentou impedir a expansão e o desenvolvimento do futebol no Brasil, de maneira a vetar os campeonatos femininos em estádios oficiais, sendo que as primeiras competições nestes foram tidas como festivais e não como competições de fato.

Como decorrência disso, no início dos anos 80 surgem diversos times de futebol feminino, criando suas equipes e campeonatos próprios para o público feminino, ganhando assim uma maior visibilidade no calendário desportivo nacional (GOELLNER, 2005).

Segundo Batista e Deivid (2009), o futebol feminino começou a ganhar visibilidade em âmbito nacional a partir da década de 1980, onde o mesmo teve uma crescente na sua força principalmente nos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo, transformando estes dois estados no cenário principal do esporte no país, sendo que em 1981 no Rio de Janeiro surgiu a primeira liga de futebol feminino, houve também a realização de outros campeonatos, como: I Campeonato de Futebol de praia feminino do Rio de Janeiro; I Torneio de Futebol *Society* Feminino – Casas Pernambucanas; I *Cop Regine's* Cinzano de Futebol Feminino e a Copa Unibanco de Futebol Feminino; Em 1983 o I Campeonato Carioca de futebol e o *Copertone Open* de Futebol Feminino (SALLES, 1996; GOELLNER, 2006).

Porém, até o final da década de 1980 foi apresentando evolução técnica, aumento do número de praticantes, melhoria na organização e estrutura das competições, e o surgimento de novas equipes, demandando a realização de inúmeros campeonatos no futebol de campo, futsal, futebol *society* e futebol de areia; inclusive alguns eventos eram destinados a equipes juvenis. O FF sinalizava que o ritmo de desenvolvimento seria crescente. Nota-se, no entanto, como tendência de toda esta década, a migração que acontecia das jogadoras que atuavam no futebol de praia, para o futebol *society*, e depois para o futebol de campo e, por fim, para o futsal. Esta alternância variava devido a forma como eram organizados os eventos. Ainda não existia um calendário oficial, apesar da demanda de interesses. Poucas equipes poderiam bancar a participação nos principais eventos. Várias competições regionais foram organizadas nos estados de RJ, SP, MG, DF, RS, entre outros (DA COSTA, 2004, p.262).

O time Radar foi um expoente na década de 1980, e ajudou a impulsionar o futebol feminino no Brasil ao ganhar diversos títulos nacionais e internacionais. Em 1982, conquistou o Women's Cup of Spain, derrotando seleções da Espanha, Portugal e França. Com isso novos clubes se motivaram a surgir, e em 1987 a CBF já tinha cadastrado 2 mil clubes e 40 mil jogadoras. Em 1988 foi realizado um evento teste para o que viria a ser a Copa do Mundo de futebol feminino em 1991 na China, este evento teste também ocorreu na China, o "Torneio Internacional de Futebol Feminino", o Brasil ficou com a 3ª posição da competição (DARIDO, 2002).

Atualmente, o Brasil possui um campeonato brasileiro de futebol feminino, que se divide em duas series, A1 e A2, sendo a A1 a primeira divisão, disputada desde 2013 e a A2 a segunda divisão, que teve início em 2017. A série A1 conta com 16 equipes, sendo elas: Audax-SP; Corinthians-SP; Ferroviária-SP; Flamengo-RJ; Foz Cataratas-PR; Iranduba-AM; Kindermann-SC; Minas Brasília-DF; Ponte Preta-SP; Rio Preto-SP; Santos-SP; Sport-PE; São Francisco-BA; São Jose-SP; Vitória-BA e Vitoria das Tabocas-PE. Sendo o atual campeão da edição 2019 a Ferroviária-SP que também ganhou a edição 2014, os outros títulos foram vencidos por Corinthians-SP (2018); Santos-SP (2017), Flamengo-RJ (2016), Rio Preto-SP (2015), Ferroviária-SP (2014) e o Centro Olímpico-SP (2013). Já o campeonato de futebol feminino brasileiro serie A2 conta com 36 equipes. Até o momento houve apenas três edições do campeonato serie A2, em 2017, 2018 e 2019, com o Pinheirense-PA levando a taça em 2017, o Minas Brasília-DF em 2018 e o São Paulo – SP em 2019. Até 2016 existia uma Copa do Brasil de futebol feminino que contava com a participação de 32 equipes e teve 10 edições, com São Jose-SP e Santos-SP com 2 títulos, Audax-SP, Foz Cataratas-PR, Ferroviária-SP, Kindermann-SC, Duque de Caxias-RJ e MS/Saad-MS ganharam 1 vez a competição (CBF, 2019).

No contexto internacional de clubes, o Brasil demonstra força e potência, sendo o campeão de 8 das 11 edições realizadas da Taça Libertadores da América de futebol feminino, onde São José-SP com 3 Títulos e o Santos-SP com 2 são os maiores campeões do torneio, Corinthians, Audax-SP e Ferroviária-SP também possuem 1 título cada (CONMEBOL). O Brasil também possui um título do Mundial de Clubes com o São José, mas este não é reconhecido pela FIFA.

Em um âmbito mais regional, dentro da América do Sul, pode se dizer que o Brasil é forte tanto a nível de clubes quanto a nível de seleção. A seleção Brasileira já conquistou 6 vezes a taça da Copa América (1991, 1995, 1998, 2003, 2010, 2014), 3 vezes medalha de ouro nos Jogos Pan-Americanos (2003, 2007, 2015), 2 medalhas de ouro da Universiada de Verão (2001, 2005). No cenário mundial o Brasil possui 2 medalhas de ouro dos Jogos Mundiais Militares (2011, 2015), mas no futebol profissional a seleção nunca ganhou uma Copa do Mundo, tendo seu melhor resultado um vice-campeonato em 2007, mesmo tendo em campo a melhor jogadora do mundo por 6 vezes, e talvez a melhor de todos os tempos, Marta (FIFA).

Apesar destas conquistas, ainda há muito caminho a ser percorrido para que o esporte feminino chegue a um mesmo nível de suporte como o masculino, há muitos tabus a serem quebrados e mitos para serem desfeitos. Se tratando de um país como o Brasil onde o futebol é incorporado a identidade nacional, deve-se pensar o quanto o futebol é, para as mulheres, não apenas um espaço para se conquistar, mas como também um espaço para mudar alguns sentidos e demonstrar que este espaço também é seu (GOELLNER, 2005).

### 2.2.3 FUTEBOL FEMININO NA MIDIA BRASILEIRA

No Brasil e em outros países do mundo, a mídia é um ponto forte no futebol, há sites, revistas, rádios, jornais, programas de TV e até canais especializados em futebol, qualquer meio pelo qual ele possa ser divulgado ou debatido e abrangido. No Brasil o problema é que enquanto no esporte masculino a maior parte do conteúdo se dá para as questões técnicas e táticas, no feminino as questões abordadas são mais o estético e sexual.

Possivelmente os percussores do futebol no Brasil, que estavam acostumados a ver as mulheres apenas nas arquibancadas, enfeitando seus eventos, não poderiam imaginar que o espaço dentro do campo, estritamente masculino, seria conquistado por elas. Apesar de já estar sendo praticado nas décadas anteriores de forma esporádica e isolado, foi nos anos de 1980 que o FF ganhou notoriedade da imprensa e no Brasil (principalmente com o E. C. Radar-RJ) e em excursões pelo exterior. No começo, era visto somente como espetáculo (os jogos eram antes das partidas masculinas nos estádios) (DA COSTA, 2004, p.262).

No início do Século XX a beleza da mulher era vista como sinônimo de saúde, e no começo dos anos 1970 foi adicionado a este discurso o da erotização dos seus corpos. Assim, estádios, ginásios, academias, parques e praças são tidos como locais sociais de espetacularização do corpo da mulher, ressaltando alguns atributos tidos como designados ao seu sexo: a graciosidade, a beleza e, sobretudo, a sensualidade. Com isso, o esporte acaba criando uma imagem da atleta contemporânea, a partir de seu olhar erotizado, que cria no seu corpo marcas que a tornam absolutamente desejável (GOELLNER, 2005).

Por causa desta visão sexualizada da mulher, o esporte acaba sendo prejudicado. Salvini et al (2015) relatam que algumas jogadoras têm que se dividir entre o bom rendimento dentro de campo e em parecer femininas para quem as assiste, transformando isso em uma característica do jogo, logo, a questão da sexualidade também afeta o modo como a atleta é vista dentro de campo.

As publicações de revistas esportivas têm um grande peso nesse tipo de conceito do corpo feminino e erotização da mulher. Outro estudo de Salvini e Marchi Jr (2013) demonstra como eram as capas e matérias esportivas a respeito do futebol feminino da década de 1980, onde mesmo com os bons resultados de uma equipe, o que era selecionado para a capa era a foto de uma de suas jogadoras de camisa e calcinha em uma posição que favorecia suas curvas, erotizando a profissão de jogadora de futebol.

A televisão também é outro meio que aborda de maneira a sexualizar a mulher, dando enfoque em seu corpo ao invés das suas habilidades. Dos Santos e Medeiros (2012), demonstram como os narradores de partidas femininas abordam questões fora do escopo do jogo, apenas pelo fato de serem mulheres, como por exemplo este trecho de uma narração de Luciano do Vale:

“[...] Fabíola Andrade, a mulher sempre tem algumas coisas interessantes para serem acrescentadas numa transmissão, por isso que eu acho que o nosso sexo oposto, que na verdade é o sexo... não é oposto, é que nos ajuda muito, é companheirão...você pode trazer algumas novidades das meninas? Qual é... O time da Bolívia é um time de bonitas? É um time de cabelo arrumado? Elas são vaidosas? Como é que é esse EnForme [sic] aí Fabíola?”. (DOS SANTOS e MEDEIROS, 2012, p.190).

Neste ponto o jogo perde seu foco e as qualidades corporais ou do “ser mulher” entram em foco deixando as qualidades do ser jogadora de futebol em segundo plano.

Em 2017 foi o primeiro ano que os canais SPORTV começaram a transmitir regularmente o campeonato brasileiro de futebol feminino, transmitindo os jogos nas segundas e quartas, as 19:30 da noite (CBF, 2017), o que durou apenas 1 ano.

Atualmente o Campeonato Brasileiro de Futebol feminino está sendo transmitido pela Rede Bandeirantes de Televisão, este acordo é recente e serve para as Series A1 e A2, já nos meios online o Twitter é a plataforma que transmite os jogos da série A1 (CBF, 2019).

### **3 METODOLOGIA DE PESQUISA**

#### **3.1 TIPO DE ESTUDO**

Este estudo se caracteriza como quantitativo, descritivo e transversal que tem como objetivo identificar quais motivos que fazem com que o futebol feminino não tenha a mesma representatividade quando comparado ao futebol masculino na perspectiva do torcedor brasileiro.

#### **3.2 PARTICIPANTES**

Os participantes foram 291 homens e mulheres acima de 18 e que de alguma maneira se interessassem por futebol, destes, 290 foram utilizados no trabalho pois um deles não se enquadrava nos critérios de inclusão.

##### **3.2.1 Critérios de Inclusão**

Homens e mulheres acima de 18 anos e que de alguma forma se interessam por futebol.

##### **3.2.2 Critérios de Exclusão**

Responder o questionário de maneira incompleta.

#### **3.3 INSTRUMENTOS E PROCEDIMENTOS**

##### **3.3.1 Instrumentos**

Foi utilizado como instrumento um questionário online contendo 33 perguntas construído na plataforma *Google Forms* e dividido em 8 seções. As perguntas visavam entender a opinião e a perspectiva do entrevistado com respeito ao futebol feminino e masculino. O formulário foi criado pelo autor e pela orientadora deste trabalho, onde se utilizou o referencial teórico como base para a elaboração das perguntas.

Quadro 1 – Categorias das perguntas

Seção	Perguntas
1- Dados do entrevistado	1, 2, 3 e 4
2- Gosto pessoal relacionado ao Futebol	5, 6, 7, 20 e 23
3- Conhecimento a respeito do esporte feminino	8 e 29
4- Horários de preferência para assistir Futebol	9, 10 e 11
5- Frequência com que assiste à jogos de Futebol	12, 14, 18 e 22
6- Percepção com relação à mídia	13, 19, 21, 24 e 25
7- Percepção com relação ao nível do esporte	15, 26, 27 e 28
8- Opinião sobre o esporte	16, 17, 30, 31, 32 e 33

Fonte: o autor (2019)

### 3.3.2 Procedimentos

Os questionários foram disponibilizados online via formulário do *Google Forms* no período de 11 de setembro de 2019 a 3 de outubro de 2019.

### 3.4 RISCOS E BENEFÍCIOS

Por ser utilizado um questionário para a coleta dos dados os participantes não estavam sujeitos a riscos materiais e físicos; além disso, os participantes poderiam deixar de responder as questões a qualquer momento. Ainda assim, para minimizar quaisquer riscos, foi garantido o anonimato dos participantes.



No que se refere aos benefícios, os dados obtidos serão disponibilizados aos participantes e as informações da presente pesquisa podem ser relevantes para que ocorra uma mudança no modo como o esporte feminino é gerenciado e abordado.

### 3.5 ANÁLISE DOS DADOS

Os dados foram transcritos para números e tabelados no programa de planilhas para computador Planilhas Google, e foram analisados a partir de estatística descritiva como medidas de tendência central, medidas de dispersão e medidas de distribuição.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao todo, 290 questionários estavam aptos a serem utilizados na pesquisa. A seguir estarão expostos os resultados de todas as perguntas feitas no questionário para os entrevistados, divididos em 3 seções: Características dos entrevistados, Futebol, Mídia e Opiniões sobre o esporte.

### 4.1 CARACTERÍSTICAS DOS ENTREVISTADOS

No que se diz respeito a primeira seção, conforme demonstra a tabela abaixo, as faixas etárias com predominância são as de 18 a 23 anos (32,1%) e a acima de 35 anos (34,5%), apesar de haver a opção “outros” na questão sobre gênero houve apenas respostas para masculino (63,4%) e feminino (36,6%). Além disso, o estado com maior número de participantes foi o Paraná com 194 pessoas, o que corresponde a 66,9% do total.

**Tabela 1 – Dados dos entrevistados**

<b>Variável</b>	<b>Categoria</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Faixa Etária	18 a 23 anos	93	32,1%
	24 a 29 anos	74	25,5%
	30 a 35 anos	23	7,9%
	Acima de 35 anos	100	34,5%
Gênero	Masculino	184	63,4%
	Feminino	106	36,6%
Estado de Nascimento	Alagoas (AL)	1	0,3%
	Bahia (BA)	4	1,4%
	Distrito Federal (DF)	1	0,3%
	Espírito Santo (ES)	1	0,3%
	Goiás (GO)	1	0,3%
	Maranhão (MA)	1	0,3%
	Mato Grosso do Sul (MS)	4	1,4%
	Minas Gerais (MG)	7	2,4%
	Pará (PA)	1	0,3%
	Paraíba (PB)	1	0,3%
	Paraná (PR)	194	66,9%
	Rio de Janeiro (RJ)	7	2,4%
	Rio Grande do Norte (RN)	1	0,3%
	Rio Grande do Sul (RS)	19	6,6%
	Rondônia (RO)	6	2,1%
	Santa Catarina (SC)	22	7,6%
	São Paulo (SP)	18	6,2%
Sergipe (SE)	1	0,3%	

Fonte: o autor (2019)

Ainda no que se refere aos participantes que nasceram no Paraná, 61,9% é de gênero masculino e 38,1% de gênero feminino, onde a predominância na faixa etária está em “Acima de 35 anos” (37,1%). Quando analisados de forma separada, a maioria dos participantes do gênero masculino (37,5%) está acima dos 35 anos enquanto 39,2% das participantes do gênero feminino está na faixa dos “18 e 23 anos”.

## 4.2 PERCEPÇÕES SOBRE O FUTEBOL

Ao serem questionados sobre o seu gosto pelo futebol, a tabela 2 mostra que os participantes que se interessam por futebol revelaram ser grandes fãs de futebol (40,7%), gostar de futebol (27,9%) e acompanhar quando podem (19,7%), totalizando assim 88,3% de pessoas que de alguma forma acompanham ou gostam de futebol.

Quando analisados por gênero esses dados mudam, 95,1% de alguma forma acompanham futebol no gênero masculino, sendo 56,5% fãs do esporte, 27,7% gostam de futebol e 10,9% acompanham quando podem; já no gênero feminino 76,4% de alguma forma gostam ou acompanham futebol, sendo 13,2% fãs de futebol, 28,3% gostam de futebol e 34,9% acompanham quando podem.

Nesse sentido, é perceptível uma inversão nas grandezas, onde há uma maior quantidade de pessoas do gênero masculino sendo fãs do esporte. Outro motivo que ajuda nessa percepção é o fato de que 20,8% do gênero feminino não acompanha o esporte e 2,8% não gosta do esporte enquanto no gênero masculino esses valores são menores sendo 3,8% e 1,1% respectivamente. Estes dados coincidem com a pesquisa apresentada em 2016 pela CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes e Lojistas) e do SPC Brasil sobre o mercado de consumo do futebol brasileiro, em que apontou um interesse maior do gênero masculino pela modalidade.

**Tabela 2 – Gosto pessoal relacionado ao futebol**

<b>Variável</b>	<b>Categoria</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Gosta de Futebol	Não gosto nem um pouco	5	1,7%
	Não acompanho	29	10,0%
	Acompanho quando posso	57	19,7%
	Gosto de futebol	81	27,9%
	Sou um grande fã de futebol	118	40,7%
Possui um time para o qual torce	Sim	264	91,0%
	Não	26	9,0%
Time para o qual torce	Não torce para time específico	27	9,3%
	Corinthians SP	41	14,1%

São Paulo FC	21	7,2%
Internacional RS	39	13,4%
Coritiba PR	9	3,1%
Botafogo RJ	1	0,3%
Grêmio RS	51	17,6%
Vasco RJ	5	1,7%
Vitoria BA	1	0,3%
Fluminense RJ	3	1,0%
Cruzeiro MG	4	1,4%
Paraná Clube PR	5	1,7%
Palmeiras SP	22	7,6%
Flamengo RJ	24	8,3%
Athletico PR	16	5,5%
Ponte Preta SP	1	0,3%
Santos SP	8	2,8%
Atlético MG	2	0,7%
Real Madrid	1	0,3%
Seleção Brasileira	1	0,3%
Barcelona	1	0,3%
Liverpool	1	0,3%
Bahia BA	1	0,3%
Chapecoense SC	1	0,3%
XV de Piracicaba SP	1	0,3%
PAOK	1	0,3%
Santa Cruz PE	1	0,3%
Novo Hamburgo RS	1	0,3%

---

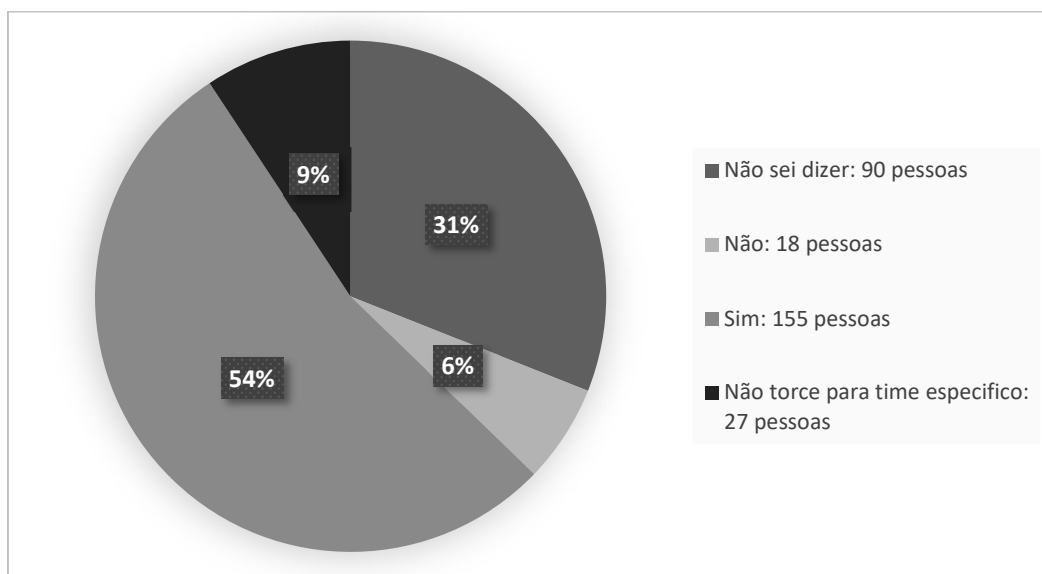
Fonte: o autor (2019)

Ainda analisando a Tabela 2, o número total dos entrevistados que torce para algum time de futebol foi de 91,0% e novamente o gênero masculino obteve um percentual maior quando relacionado com o feminino, onde 95,7% do gênero masculino possui um time pelo qual torcer e 83,0% do feminino. Em termos de times, o que possui um número maior de torcedores é o Grêmio RS (17,6%) seguido por Corinthians SP (14,1%) e Internacional RS (13,4%). Quando analisado por gênero, no masculino, o Corinthians SP aparece com o maior número de respostas (15,8%), e no feminino o Grêmio RS aparece com o maior número (21,7%).

Quando questionadas sobre o time para qual torcem ter uma equipe feminina, o gráfico 1 demonstra que 53,5% responderam que Sim e 31,0% não soube responder. Ao analisar por gênero, 67,4% do masculino disse que sim e 23,4% não soube responder, já no feminino 29,2% disse que Sim e 44,3% não soube responder, logo, é possível analisar através dos dados, um percentual de desconhecimento maior por parte do gênero feminino. Quando comparados por time, foi possível verificar que o Corinthians SP (80,5%) foi o clube cujo maior número de torcedores tinha conhecimento sobre a equipe feminina do seu clube, seguido por Internacional RS (56,4%) e Grêmio RS (52,9%).

É interessante ressaltar que times como Flamengo RJ (54,2%), Palmeiras SP (63,6%) e São Paulo SP (71,4%) apareceram na sequência como times com mais torcedores dentro do estudo, porém, também não apresentam um índice de 100% no que se refere a esse conhecimento sobre equipes femininas. Esse dado é importante tendo em vista que todos esses possuem futebol feminino, o que pode ser um indício que o time que faz uma melhor divulgação a respeito de sua equipe feminina seja o Corinthians SP.

Gráfico 1: Existência de um time feminino no clube que torce

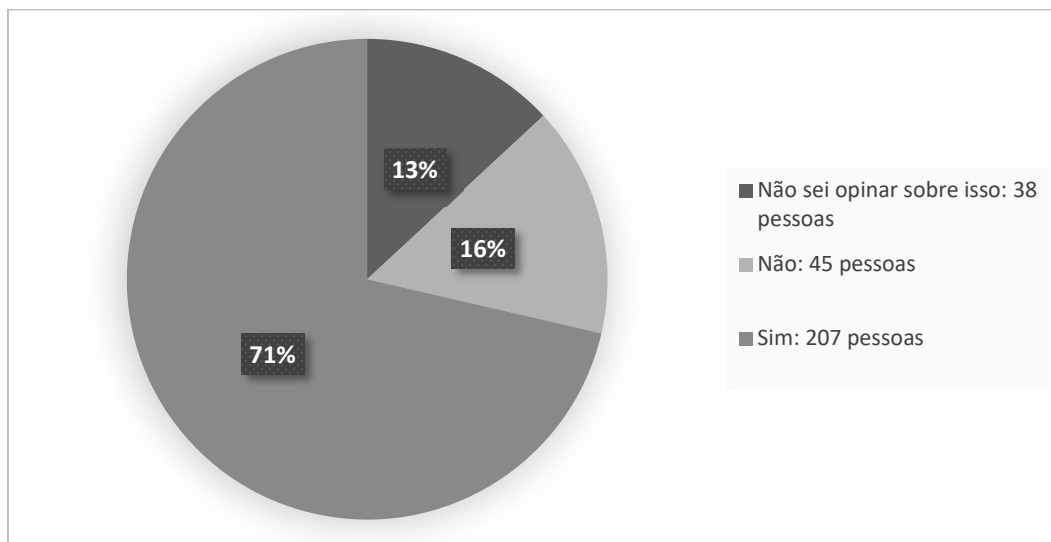


Fonte: o autor (2019)

Sobre a obrigatoriedade dos times da Série A do Campeonato Brasileiro de terem uma equipe feminina, o Gráfico 2 mostra que cerca de 71,4% (207)

concordam com a obrigatoriedade, 15,5% (45) disse não concordar e 13,1% não soube opinar.

Gráfico 2: Obrigatoriedade clubes Serie A terem time feminino



Fonte: o autor (2019)

A Tabela 3 sobre a frequência com que assiste a jogos de futebol, revela que 16,9% assiste futebol masculino sempre, 32,1% quase sempre e 25,9% às vezes, ou seja, 74,8% que assiste a futebol masculino pelo menos 1 vez por semana. Com relação ao futebol feminino estes números mudam, 2,4% sempre assistem, 3,1% quase sempre e 6,2% às vezes, totalizando 11,7% que assiste a futebol feminino pelo menos 1 vez por semana.

Quando analisada essa frequência apenas pelo gênero masculino há um aumento no total que assiste futebol masculino pelo menos uma vez na semana para 84,2%; em contrapartida, quando analisado apenas o gênero feminino no que diz respeito a assistir ao todo pelo menos uma vez futebol masculino na semana o valor cai para 58,5%, demonstrando que o gênero masculino é quem assiste mais futebol masculino, novamente, estes dados concordam com a pesquisa já mencionada de 2016 do CNDL e do SPC Brasil.

Analisando a frequência com que se vai ao estádio a tabela 3 mostra que quando se trata de futebol masculino 2,1% sempre vai, 2,8% quase sempre e 7,9% às vezes, ou seja, 12,8% frequentam o estádio masculino pelo menos 1 vez na

semana sendo 78,4% destes dados referentes ao público masculino. Esses valores se aproximam dos encontrados por Delfino et al. (2018) que revelaram que 69,6% do público que frequentava estádios eram do gênero masculino. Ao se analisar a frequência em estádios de futebol feminino os números mudam, tendo em vista que 1% respondeu 'quase sempre' e 3,8% respondeu 'às vezes'. Quando verificada a questão do gênero, percebe-se uma inversão dos resultados onde o gênero feminino aparece como maior frequência nessa faixa de análise (57,1%).

**Tabela 3 – Frequência com que assiste a jogos de futebol**

<b>Variável</b>	<b>Categoria</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Frequência com que assiste a jogos de futebol masculino	Sempre (4 ou mais vezes na semana)	49	16,9%
	Quase sempre (2 ou 3 vezes na semana)	93	32,1%
	Às vezes (1 vez na semana)	75	25,9%
	Raramente (1 vez no mês)	49	16,9%
	Nunca (menos de 1 vez no mês)	24	8,3%
Frequência com que vai ao estádio ver futebol masculino	Sempre (4 ou mais vezes no mês)	6	2,1%
	Quase Sempre (2 a 3 vezes no mês)	8	2,8%
	Às vezes (1 vez no mês)	23	7,9%
	Raramente (1 vez a cada 3 meses)	90	31,0%
	Nunca	163	56,2%
Frequência com que assiste a jogos de futebol feminino	Sempre (4 ou mais vezes na semana)	7	2,4%
	Quase sempre (2 ou 3 vezes na semana)	9	3,1%
	Às vezes (1 vez na semana)	18	6,2%
	Raramente (1 vez no mês)	96	33,1%
	Nunca (menos de 1 vez no mês)	160	55,2%
Frequência com que vai ao estádio ver futebol feminino	Sempre (4 ou mais vezes no mês)	0	0
	Quase Sempre (2 a 3 vezes no mês)	3	1,0%
	Às vezes (1 vez no mês)	11	3,8%

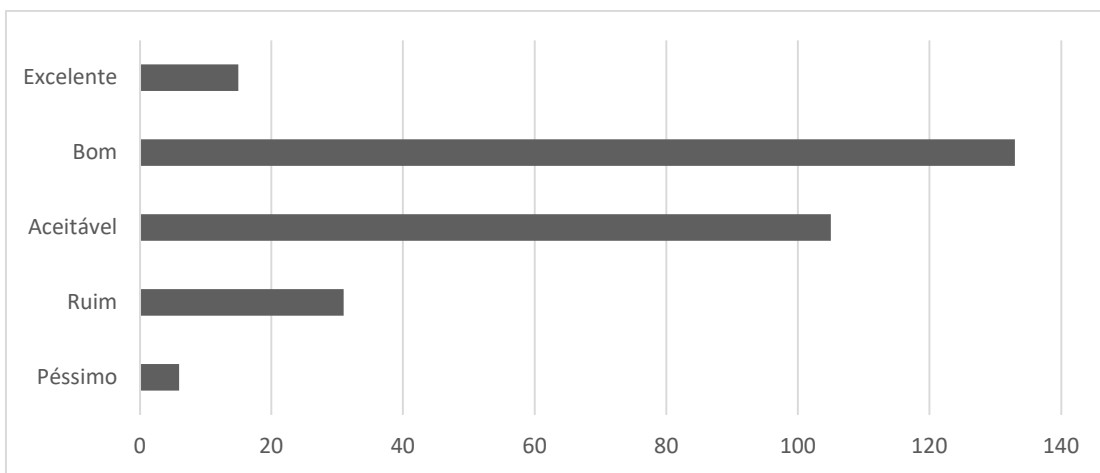


Raramente (1 vez a cada 3 meses)	29	10,0%
Nunca	247	85,2%

Fonte: o autor (2019)

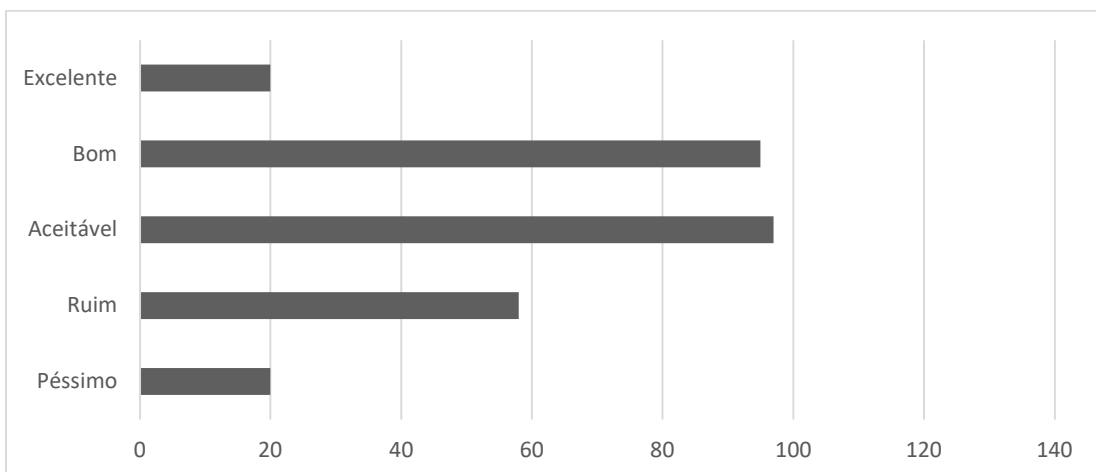
No que tange a percepção com relação ao nível do esporte, os gráficos 3 a 6 retratam o que os entrevistados pensam a respeito do nível do esporte praticado dentro Brasil, ou seja, se há diferença nos quesitos 'velocidade' e 'qualidade técnica' entre futebol masculino e feminino.

Gráfico 3: Percepção do nível do futebol masculino no Brasil



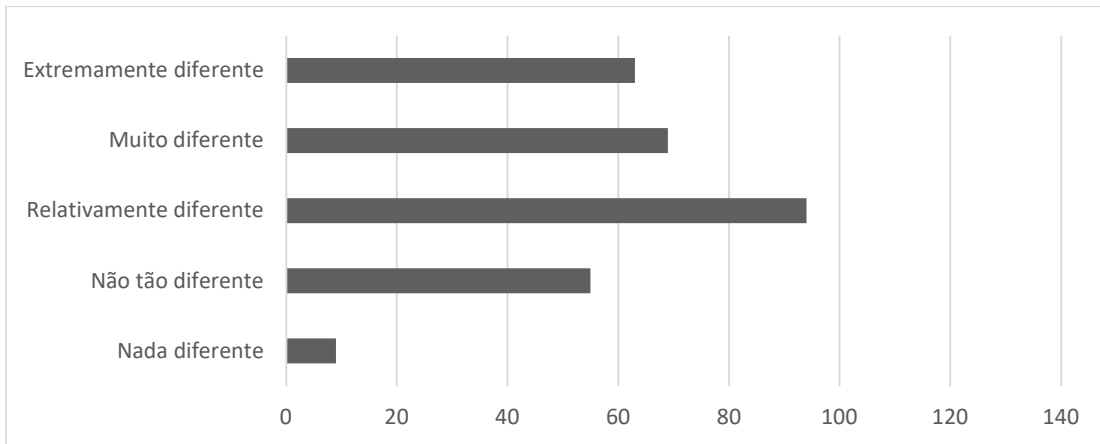
Fonte: o autor (2019)

Gráfico 4: Percepção do nível do futebol feminino no Brasil



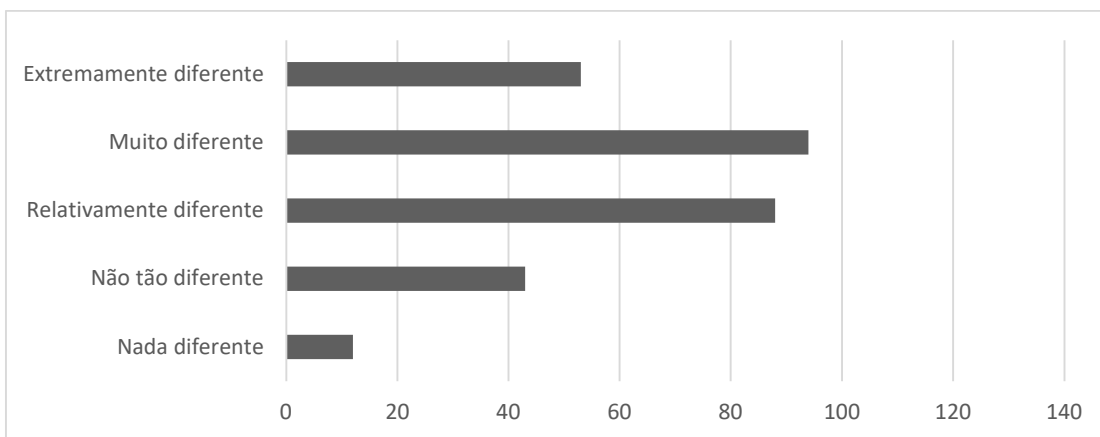
Fonte: o autor (2019)

Gráfico 5: Percepção entre a diferença da qualidade técnica entre o futebol masculino e feminino



Fonte: o autor (2019)

Gráfico 6: Percepção entre a diferença da velocidade do jogo entre o futebol masculino e feminino



Fonte: o autor (2019)

Ao se observar a percepção do entrevistado quanto ao nível do futebol masculino dentro do Brasil, foi possível observar que 12,8% definiram o futebol masculino como de nível “Ruim” ou “Péssimo”. Ao cruzarmos estes dados com a frequência com que se assiste a futebol e pegarmos a frequência “Nunca (menos de 1 vez no mês)” o número de entrevistados que acha o futebol masculino “Ruim” ou “Péssimo” sobe para 29,2%.

No futebol feminino o número de entrevistados que acha o nível do futebol praticado no Brasil “Ruim” ou “Péssimo” é de 26,9%; quando analisado apenas o grupo que respondeu a frequência com que assiste futebol feminino “Nunca (menos

de 1 vez no mês)” e que corresponde a 55,2% dos entrevistados, o número sobe para 31,9% que acham o nível “Ruim” ou “Péssimo” do futebol feminino no Brasil. Ao verificar apenas os que assistem a futebol feminino “quase sempre” (2 ou 3 vezes na semana) e “sempre” (4 ou mais vezes na semana) os valores de “Ruim” ou “Péssimo” caem para 6,3% e os valores de aceitável para cima sobem para 93,8%, sendo que “bom” tem valor de 50,0%. Estes valores cruzados demonstram uma tendência: quanto menos se assiste ao esporte, pior ele é percebido; e quanto mais se assiste ao esporte, melhor ele é percebido. Contudo, esta mesma observação não se aplica à percepção na diferença da velocidade do jogo e a qualidade técnica quando comparados futebol masculino e feminino, bem como a frequência de jogos que assiste, que não apresenta grande diferença nos resultados.

Quando analisados por gênero, as questões sofrem alterações nas predominâncias de respostas pois apenas 3,8% das pessoas do sexo feminino acha o futebol feminino praticado no Brasil de nível “Ruim” ou “Péssimo” e 50,9% acha o nível “Bom”; já os entrevistados de sexo masculino tem em sua predominância de resposta a opção “Aceitável” com 35,3% e “Ruim” ou “Péssimo” somando um total de 40,2%.

Na questão de percepção do nível técnico entre futebol masculino e feminino, 22,1% acha “Não tão diferente” ou “Nada diferente” com uma predominância em “Relativamente diferente” (32,4%). Ao separar por gênero a predominância de “Relativamente diferente” continua com números similares, mas as opções “Não tão diferente” e “Nada diferente” mudam: no gênero masculino o total das duas cai para 14,1% e no gênero feminino existe um aumento para 35,8%. Há também uma mudança na opção “Extremamente diferente”, onde o total é de 21,7% no gênero masculino e esse número sobe para 28,3%; já no gênero feminino cai para 10,4%.

Na pergunta sobre a percepção de diferença na velocidade de jogo entre o futebol masculino e feminino, um total de 19,0% respondeu “Não tão diferente” ou “Nada diferente” e a predominância foi “Muito diferente” (32,4%) sendo que a questão “Extremamente diferente” recebeu 18,3%. Quando feita a análise por gênero, ocorrem mudanças nessas variáveis haja vista que no gênero masculino a predominância de respostas sobre a diferença na velocidade de jogo entre o futebol masculino e feminino se mantém na opção “Muito diferente” (39,1%) com um aumento na opção “Extremamente diferente” para 24,5% e uma queda nas opções

“Não tão diferente” ou “Nada diferente” para 9,8%; já no gênero feminino, a predominância de respostas muda para “Relativamente diferente” (36,8%) e há uma queda em “Muito diferente” para 20,8% e em “Extremamente diferente” para 7,5%. Além disso, as opções “Não tão diferente” ou “Nada diferente” sofrem um aumento para 34,9%.

Em posse desses dados é possível dizer que o gênero afeta na maneira como se percebem os níveis do futebol feminino e em como se enxergam as diferenças entre o futebol masculino e feminino, onde existe uma melhor percepção por parte dos participantes do gênero feminino para com o futebol feminino, percebendo uma diferença menor entre os dois; já o gênero masculino percebe uma diferença muito maior entre os dois e também percebe o nível técnico de uma maneira pior.

A tabela 4 mostra as opiniões dos participantes, onde 86,6% respondeu que “Concorda” ou “Concorda plenamente” com o fato de o futebol ser feito para mulheres e 87,2% “Discorda” ou “Discorda totalmente” sobre o futebol poder prejudicar a mulher de alguma forma. Na pergunta sobre a possibilidade de deixar a sua filha praticar futebol, 87,9% respondeu que sim; e quando questionados sobre o filho realizar a mesma atividade, 92,1% revelou que sim. Quando cruzados os dados da possibilidade da filha praticar futebol com os dados sobre o futebol poder prejudicar a mulher ou de ele ser feito para mulheres, a predominância daqueles que responderam que não deixariam está naqueles que concordaram com o futebol ser feito para mulheres (65,7%) e naqueles que discordaram sobre o futebol ser prejudicial a mulher (68,6%). Mas ao se cruzar estes dados e categorias e se realizar uma análise proporcional, o número para aqueles que não deixariam a filha praticar futebol e que concordam de alguma maneira com o futebol ser feito para mulheres é de apenas 10,1%, já daqueles que não concordaram com o futebol ser feito para mulheres 50,0% não deixaria a sua filha praticar futebol. Daqueles que acreditam que o futebol não é prejudicial para as mulheres 10,5% não deixaria sua filha praticar futebol, já os que acreditam que de alguma maneira o futebol pode ser prejudicial para as mulheres 20,0% não colocariam a filha para praticar futebol.

Na questão com quem deixaria seu filho ou filha praticarem futebol, 16,9% deixaria o filho praticar apenas com meninos e 24,8% deixaria a filha praticar apenas com meninas, cruzando estes dados com gênero é possível identificar um aumento nesses índices para os participantes de gênero masculino, onde 22,8% deixaria o

filho praticar somente com meninos e 31,0% deixaria a filha praticar somente com meninas, já as participantes do gênero feminino 6,6% deixaria o filho praticar apenas com meninos e 14,2% deixaria a filha praticar apenas com meninas. Apesar de haver uma mudança entre os dois gêneros, ainda assim é possível observar um aumento no índice quando se comparam meninos e meninas.

**Tabela 4 – Opiniões sobre o esporte**

<b>Variável</b>	<b>Categoria</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Colocaria o Filho para Praticar Futebol	Sim	267	92,1%
	Não	23	7,9%
Com quem deixaria praticar	Não importa o gênero	241	83,1%
	Somente com meninos	49	16,9%
O futebol é um esporte indicado para mulheres	Concordo plenamente	155	53,4%
	Concordo	96	33,1%
	Não concordo nem discordo	35	12,1%
	Discordo	2	0,7%
O futebol pode de alguma forma prejudicar a mulher	Discordo totalmente	2	0,7%
	Concordo plenamente	2	0,7%
	Concordo	4	1,4%
	Não concordo nem discordo	31	10,7%
Colocaria a Filha para Praticar Futebol	Discordo	79	27,2%
	Discordo totalmente	174	60,0%
	Sim	255	87,9%
Com quem deixaria praticar	Não	35	12,1%
	Somente com meninas	72	24,8%

Fonte: o autor (2019)

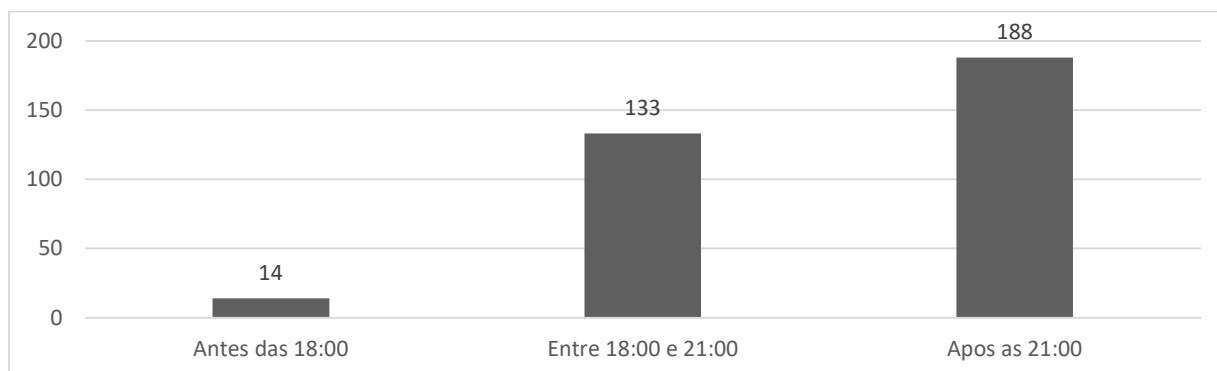
### 4.3 PERCEPÇÕES SOBRE A MÍDIA

Os gráficos 7,8 e 9 mostram a preferência de horários e dias da semana para se assistir a uma partida de futebol. Quanto a essa preferência, percebe-se que domingos (74,1%), quartas-feiras (57,6%) e sábados (55,2%) são os dias de maior preferência e durante a semana, o horário com maior índice de citações foi o “Após às 21:00” (64,8%) e nos fins de semana “Entre 15:00 e 18:00” (66,2%) e “Após as 18:00” (44,8%). Estes dias e horários batem com os jogos do futebol masculino que são transmitidos na Tv aberta, ou seja, quartas às 21:30 e aos domingos às 16:00 horas.

Cabe ressaltar que o futebol feminino começou a ter o campeonato feminino brasileiro série A1, a ser transmitido na Tv aberta pela rede Bandeirantes de televisão no ano de 2019 às 14:00 do domingo, mas os jogos que são realizados no meio de semana pelo campeonato ocorreram no período da tarde (geralmente às 15:00 horas) como é possível observar pelo site da CBF, o que vai de encontro aos horários de preferência dos entrevistados.

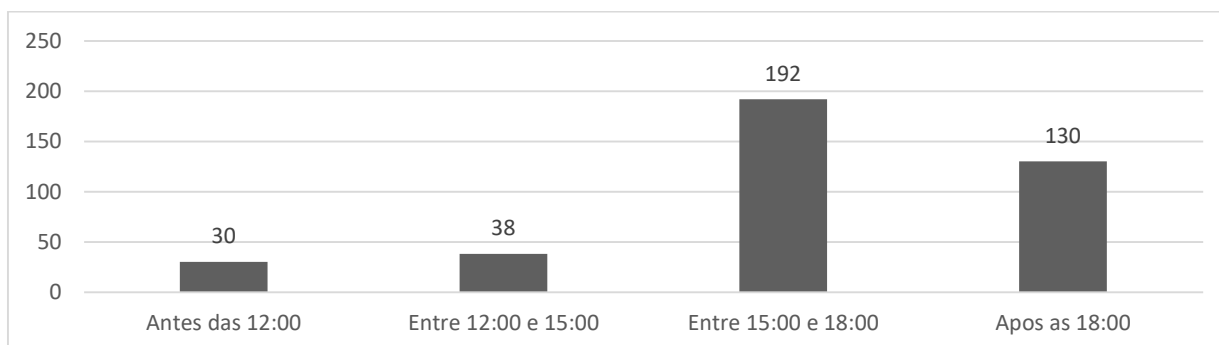
Cruzando os dados de horários e dias com os dados daqueles que assistem futebol feminino ‘nunca’ ou ‘raramente’, é possível observar que apenas 5,1% prefere o horário antes das 18:00 no meio da semana para assistir a uma partida de futebol feminino, sendo que 66,8% preferem depois das 21:00. Este dado pode reforçar a ideia de que a realização de partidas de futebol feminino no meio da semana no horário antes das 18:00 afaste ou dificulte o acesso do público.

Gráfico 7: Melhor horário para assistir a um jogo de futebol durante a semana



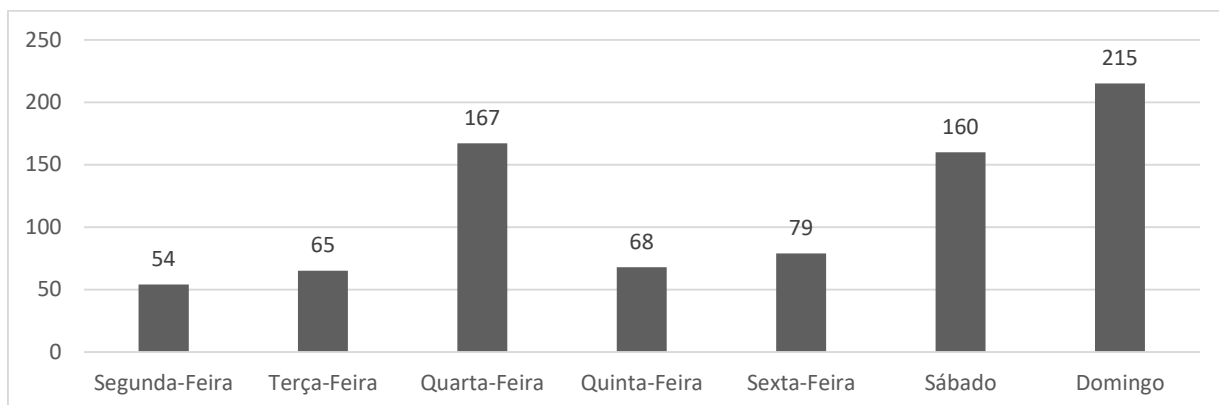
Fonte: o autor (2019)

Gráfico 8: Melhor horário para assistir a um jogo de futebol no final de semana



Fonte: o autor (2019)

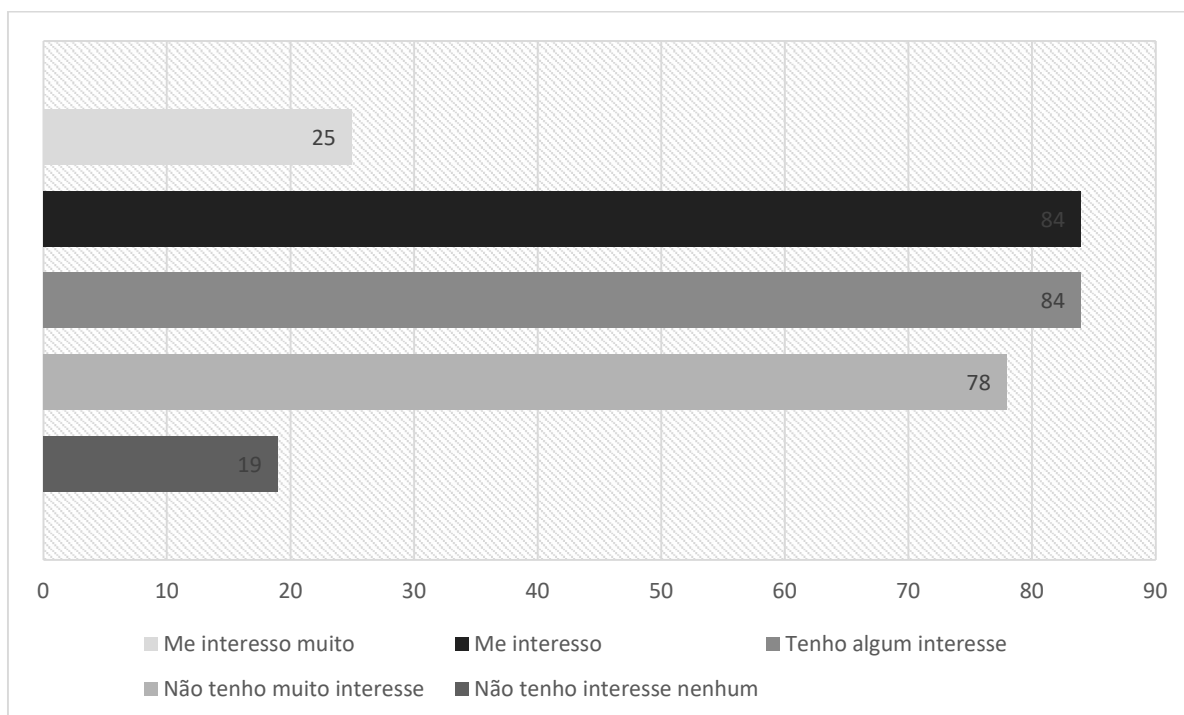
Gráfico 9: Melhor dia para assistir a um jogo de futebol



Fonte: o autor (2019)

O gráfico 10 revela o nível de interesse dos participantes com relação ao futebol feminino, onde “me interesso” e “tenho algum interesse” aparecem com predominância nas respostas, cada um com 29,0%. Há ainda 8,6% que disse que se interessa muito e, com isso, 66,6% demonstrou algum grau de interesse em futebol feminino, sendo esse número muito superior aos 11,7% que assistem futebol feminino pelo menos uma vez na semana, o que significa que existe uma demanda que pode não estar sendo atendida. Se analisados os dados por gênero é possível ver que 65,2% do gênero masculino apresentam algum tipo por futebol feminino e 68,9% do gênero feminino.

Gráfico 10: Nível de interesse pelo futebol feminino



Fonte: o autor (2019)

Conforme exposto na tabela 5, quando perguntados sobre os motivos que levariam a assistir a uma partida de futebol feminino, 65,5% dos participantes respondeu que apenas o fato de ser uma partida de futebol já os motivaria a assistir; 28,6% respondeu que a qualidade técnica do jogo seria um fator para assistir, 10,3% que nenhuma das opções o faria assistir e 8,9% disseram que a beleza ou o corpo das jogadoras os fariam assistir. Estes dados vão ao encontro dos estudos de Salvini et al. (2015), e mostram que o corpo e beleza das jogadoras não são motivos principais para assistir a uma partida, sendo assim, os resultados apontam que o esporte e a qualidade dele são fatores que definem o interesse ou não em assistir a um jogo para a maioria dos participantes.



**Tabela 5 – Motivos para assistir futebol feminino**

<b>Variável</b>	<b>Categoria</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Motivos que levariam a assistir uma partida de futebol feminino	A beleza das jogadoras	16	4,5%
	O corpo das jogadoras	10	2,8%
	A qualidade técnica do jogo	83	23,4%
	Apenas o fato de ser futebol já me motiva a assistir	190	53,5%
	Nenhuma das opções me faria assistir a um jogo de futebol feminino	30	8,5%
	Seleção Brasileira	2	0,6%
	Ser o que está passando na Tv	1	0,3%
	Jogos importantes	6	1,7%
	Apoio a mulher no esporte	10	2,8%
	A maturidade do jogo, sem "teatro"	2	0,6%
	1	1	0,3%
	Comparação	2	0,6%
	Jogos do meu time	2	0,6%
	Preferir a categoria Feminina		

---

Fonte: o autor (2019)

A Tabela 6, traz os meios através dos quais os participantes assistem a futebol, onde a TV a cabo aparece como principal meio utilizado para assistir jogos de futebol masculino (35,8%) e feminino (42,0%); a tv aberta aparece em segundo lugar com 30,9% para o masculino e 33,1% para o feminino.

**Tabela 6 – Meio pelo qual assiste futebol**

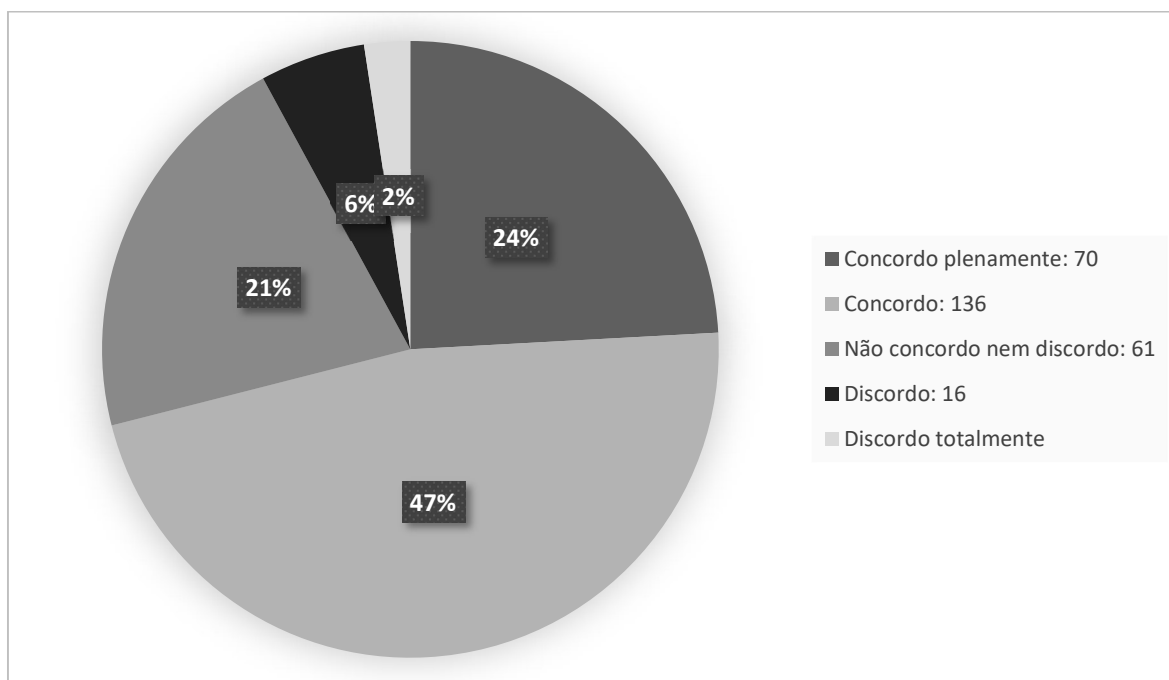
<b>Variável</b>	<b>Categoria</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Meio por onde assiste ao futebol masculino	Tv aberta	169	30,9%
	Tv a cabo	196	35,8%
	Streaming (internet)	128	23,4%
	Radio	51	9,3%
	Não Assiste	3	0,5%
Meio por onde assiste ao futebol feminino	Tv aberta	130	33,1%
	Tv a cabo	165	42,0%
	Streaming (internet)	79	20,1%
	Radio	10	2,5%
	Não Assiste	9	2,3%

---

Fonte: o autor (2019)

O gráfico 11 apresenta os resultados sobre o questionamento acerca de um possível maior interesse dos participantes ao futebol feminino caso ele passasse com mais frequência na televisão. Sobre isso, 24,1% concordaram plenamente e 46,9% concordam, sendo assim, podemos dizer que 71,0% dos participantes acredita que teria um aumento no seu nível de interesse pelo futebol feminino caso o mesmo passasse com maior frequência na televisão. Dos 78 entrevistados que responderam que não possuem muito interesse em futebol feminino cerca de 39,7% concordou que seu grau de interesse aumentaria caso o futebol passasse mais na televisão, o que representaria um aumento de 10,7% no número de pessoas passando assim dos 66,6% para 77,3%.

Gráfico 11: Frequência na TV e interesse pelo futebol feminino



Fonte: o autor (2019)

A respeito da Copa do Mundo de Futebol Feminino 2019 a tabela 7 mostra que cerca de 62,4% dos participantes disseram que ficaram sabendo pela TV aberta da competição e 14,5% não assistiu a nenhum jogo da competição do presente ano. Este número vai de encontro com os obtidos anteriormente onde 55,2% haviam respondido “Nunca (menos de 1 vez no mês)” quando perguntados sobre a frequência com que assistiam a jogos de futebol feminino, ainda quando perguntados sobre a frequência com que assistiam jogos 11,7% assistiam a pelo menos um jogo ou mais durante a semana.

Ainda a respeito da Copa do Mundo, 11,0% assistiram a todos os jogos e 20,3% apenas os jogos do Brasil, culminando em um aumento de 19,4% no total de pessoas que assistiram a Copa quando comparado a jogos normais. Se adicionarmos os participantes que assistiam com a frequência “Raramente (1 vez no mês)” (33,1%) e do outro lado adicionarmos os que assistiram a alguns jogos da Copa do Mundo (54,1%), o aumento de pessoas que assistiram a Copa quando comparado a jogos ‘normais’ sobe em 44,2%. Tal fato pode ser em decorrência de uma maior exposição na mídia ou por serem jogos de uma maior importância por se tratar da Copa do Mundo. Outro fator que pode ter contribuído para isso foi a maior cobertura de uma grande rede de televisão aberta aos jogos e a competição.

**Tabela 7 – Copa do mundo de futebol feminino**

<b>Variável</b>	<b>Categoria</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Por quais meios ficou sabendo da Copa do Mundo de Futebol Feminino 2019	Tv aberta	181	32,7%
	Tv a cabo	130	23,5%
	Streaming (internet)	118	21,3%
	Radio	11	2,0%
	Familiares	30	5,4%
	Amigos/as	69	12,5%
	Não soube do evento	13	2,3%
	Sites Esportivos	1	0,2%
Assistiu aos jogos do Brasil ou outras seleções na Copa do Mundo de Futebol Feminino 2019	Já sabia do evento por conhecer e gostar de futebol	1	0,2%
	Não assisti nenhum.	42	14,5%
	Sim, Alguns.	157	54,1%
	Sim, apenas os do Brasil.	59	20,3%
	Sim, todos!	32	11,0%

---

Fonte: o autor (2019)

## 5 CONCLUSÃO

O futebol feminino vem crescendo no mundo e dentro do Brasil nos últimos anos, a reformulação do campeonato feminino com a abertura da série A2 e a obrigatoriedade dos times da série A de futebol masculino em terem um time profissional feminino também vem contribuindo para esse crescimento nos últimos anos, mas ainda assim há muito caminho a percorrer para que o futebol feminino tenha dentro do Brasil o mesmo investimento e representatividade que o masculino e entender como o público pensa a respeito do esporte e a sua demanda é importante para que isso aconteça.

Este estudo buscou analisar quais aspectos se diferenciam, na percepção do torcedor, com relação ao futebol feminino e o futebol masculino. Foi possível perceber que para o público que assiste a futebol existe uma diferença na percepção da qualidade técnica e da velocidade de jogo quando comparado o futebol masculino e feminino. Verificou-se que os melhores dias e horários para o público participante assistir a uma partida de futebol, masculina ou feminina, seria quarta após as 21:00 e domingos e sábados entre 15 e 18:00 horas, sendo domingo o dia de maior preferência. Além disso também se verificou que dos participantes do estudo apenas uma pequena parte frequenta os estádios de futebol pelo menos 1 vez por mês e que este número cai para menos da metade quando se trata de futebol feminino.

Foi possível observar também que existe uma demanda e um público que consumiria o futebol feminino caso ele passasse com maior frequência na televisão e nos horários de preferência do público, já que os jogos do meio de semana geralmente aconteceram na temporada 2019 no período da tarde. Ainda relacionado a frequência com que assiste foi possível ver que quanto mais se assiste ao esporte melhor se é a percepção dele além de que grande parte disse que se o futebol feminino passasse com maior frequência na televisão o seu interesse pelo esporte poderia aumentar de alguma maneira. Cabe também ressaltar que o número de entrevistados que disse que assistiria ao futebol feminino pelo corpo e beleza das atletas foi baixo e a maioria dos entrevistados respondeu que apenas o fato de ser uma partida de futebol já os motivaria a assistir assim como houve um número relevante que respondeu que a qualidade técnica do jogo os faria assistir, o número

de entrevistados que acredita que o futebol pode de alguma maneira ser prejudicial a mulher ou de que o esporte não foi feito para mulheres foi pequeno, estes resultados mostram uma mudança na maneira de se pensar do público, onde começam a entender melhor a mulher no esporte e a aumentar a sua demanda e vontade de seguir o esporte.

As principais limitação deste estudo foi a amostra ser por conveniência e a distribuição não igualitária de participantes.

Para estudos futuros um grande número de participantes com uma pluralidade maior de participantes de todos os estados brasileiros pode possibilitar um quadro que relate melhor a realidade brasileira e ajude a construir uma melhor estratégia de divulgação e melhoria do esporte. Um estudo que cruze os dados da percepção do torcedor com bases de testes igualmente aplicados em atletas masculinos e femininos de futebol pode dizer se a percepção do torcedor condiz com a realidade ou se esta tem fundamentos em uma presunção cultural do esporte. A também a possibilidade de estudos que comparem a percepção de adultos, jovens, adolescentes e crianças ao assistirem a partidas de futebol, onde pode-se entender melhor como essa percepção é formada e evoluída através das idades.

## REFERÊNCIAS

BATISTA, R.; DEVIDE, F. **Mulheres, futebol e gênero: reflexões sobre a participação feminina numa área de reserva masculina**. EFDeportes.com, Buenos Aires, v.14, n 137, 2009. Disponível em: < <http://www.efdeportes.com/efd137/mulheres-futebol-e-genero.htm> >. Acesso em: 30 abril. 2017.

BARSETTI, Silvio. **Brasil começa 2017 com 662 times profissionais no futebol**. Disponível em: < <https://www.terra.com.br/esportes/futebol/brasil-comeca-2017-com-662-times-profissionais-no-futebol,36a1936f4e0da65e23cfa795fe6549f3ke4y112a.html> >. Acesso em: 03 dez. 2018.

CALDAS, Waldenyr. **Aspectos sociopolíticos do futebol brasileiro**. Revista USP, Brasil, n. 22, p. 40-49, aug. 1994. ISSN 2316-9036

CASTELLANI, L. F. **Educação Física no Brasil: a história que não se conta**. São Paulo: Papirus, 1991.

CBF. **100 anos: O primeiro jogo da história da Seleção Brasileira**. Disponível em: <<https://selecao.cbf.com.br/noticias/selecao-masculina/primeiro-jogo-da-selecao-brasileira#.Wg9GYxZrzHw>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

CBF. **Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino**. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/competicoes/brasileiro-feminino#.WhCmVxZrzHw>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

CBF. **Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino SERIE A2**. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/competicoes/brasileiro-feminino-a2/equipes/2017#.WhCmLhZrzHw>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

CBF. **Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino SERIE A1**. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/competicoes/brasileiro-feminino-a1/equipes/2017#.WhCmRhZrzHw>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

CBF. **CBF e Band fecham acordo para transmissão de seis competições**. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/noticias/campeonato-brasileiro-feminino/cbf-e-band-fecham-transmissao-feminino-a-1-a-2-e-masculino-sub-20>>. Acesso em: 27 maio 2019.

CBF. **CBF e Twitter fecham acordo para transmissão do Brasileiro Feminino.** Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/noticias/campeonato-brasileiro-feminino/cbf-e-twitter-fecham-acordo-para-transmissao-do-brasileiro-feminino>>. Acesso em: 27 maio 2019.

CBF. **Copa do Brasil de Futebol Feminino.** Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/competicoes/copa-brasil-feminino/equipes/2016#.WhCohRZrzHw>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

CNDL; SPC Brasil. **Mercado de consumo do futebol brasileiro.** Disponível em: <[file:///C:/Users/Wellygton%20De%20Azevedo/Downloads/Analise\\_Consumo\\_Futebol-1.pdf](file:///C:/Users/Wellygton%20De%20Azevedo/Downloads/Analise_Consumo_Futebol-1.pdf)>. Acesso em: 04 nov. 2019.

CONMBOL. **Copa Libertadores Feminina.** Disponível em: <<http://www.conmebol.com/pt-br/node/422026>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

DA COSTA, Lamartine. **Atlas do Esporte no Brasil.** Dante Gastaldoni, Brasil, ago. 2004.

DARIDO, Suraya. **Futebol Feminino no Brasil: Do seu Início à Prática Pedagógica.** *Motriz Abr - Ago 2002, V.8 n.2, p.43–49.*

DELFINO, Augusto Botelho et al. **Qualidade dos serviços em um estádio de futebol em dias de jogos: um estudo de caso.** *Revista de Gestão e Negócios do Esporte - São Paulo – Vol. 3 – N. 1, 50-70, jan.-jun./2018.*

DOS SANTOS, Doiara Silva; MEDEIROS, Ana Gabriela Alves. **O futebol feminino no discurso televisivo.** *Revista Brasileira de Ciências do Esporte, Florianópolis, SC, v. 34, n. 1, ago. 2011. ISSN 2179-3255.*

FIFA. **The Story of FIFA.** Disponível em: <<http://www.fifa.com/about-fifa/videos/y=2014/m=11/video=the-story-of-fifa-2477121.html>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

FIFA. **History of FIFA - The first FIFA World Cup.** Disponível em: <<http://www.fifa.com/about-fifa/who-we-are/history/first-fifa-world-cup.html>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

FIFA. **FIFA Women's World Cup China PR 1991.** Disponível em: <<http://www.fifa.com/womensworldcup/archive/chinapr1991/index.html>>. Acesso em: 17 nov. 2017.



Folha de São Paulo. **Com salários e premiação irrisórios, futebol feminino ainda engatinha**. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/10/com-salarios-e-premiacao-irrisorios-futebol-feminino-ainda-engatinha.shtml> >. Acesso em: 20 mar. 2019.

GOELLNER, Silvana Vilodre. **Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades** . Revista Brasileira de Educação Física e Esporte, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 143-151 , june 2005. ISSN 1981-4690.

GOVERNO BRASILEIRO. **Mulheres ganham espaço no mercado de trabalho**. Disponível em: <<https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2015/default.shtm>>. Acesso em: 16 nov. 2017.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios - 2015**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/mulheres-ganham-espaco-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em: 03 dez. 2018.

IBGE. **Estatísticas de gênero: responsabilidade por afazeres afeta inserção das mulheres no mercado de trabalho**. Disponível em: < <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20232-estatisticas-de-genero-responsabilidade-por-afazeres-afeta-insercao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em: 03 dez. 2018.

IBGE. **Retratos, A revista do IBGE: O Futebol é paixão nacional**. Disponível em: < [https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com\\_mediaibge/arquivos/99824c28d40d5c38987a16ba9dacc487.pdf](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/99824c28d40d5c38987a16ba9dacc487.pdf)>. Acesso em: 03 dez. 2018.

KNIJNIK, J. D. **Ser e ser percebido: uma radiografia da imagem corporal das atletas de handebol de alto rendimento no Brasil**. 122 p. Dissertação de Mestrado - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

MATTOS P. **A mulher moderna numa sociedade desigual**. In: Souza J, organizador. A invisibilidade da desigualdade brasileira. Belo Horizonte: Editora da UFMG; 2006. p.153-96.

POLI, Raffaele; RAVENEL, Loïc; BESSON, Roger. **World expatriate footballers**. Disponível em: <<http://www.football-observatory.com/IMG/sites/mr/mr25/en/>>. Acesso em: 17 nov. 2017.

POLI, Raffaele; RAVENEL, Loïc; BESSON, Roger. **Football Analytics – The CIES Football Observatory 2017/2018 season**. Disponível em: < [http://www.football-observatory.com/IMG/pdf/cies\\_football\\_analytics\\_2018.pdf](http://www.football-observatory.com/IMG/pdf/cies_football_analytics_2018.pdf)>. Acesso em: 02 fev. 2019.

RAGO, M. **Trabalho feminino e sexualidade. História das mulheres no brasil**. IN: PRIORE, Mary Del (Org.). *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2007, p. 578-606.

SALLES, J. G. C; SILVA, M. C. P; COSTA, M. M. **A mulher e o futebol-significados históricos**. In. VOTRE, S. (Org). *A representação social da mulher na Educação Física e no esporte*. Rio de Janeiro: Gama Filho, 1996, p. 79-94.

SALVINI, Leila; MARCHI JÚNIOR, Wanderley. **Uma história do futebol feminino nas páginas da revista placar entre os anos de 1980 – 1990**. Movimento (ESEFID/UFRGS), Porto Alegre, p. 95-115, out. 2012. ISSN 1982-8918.

SALVINI, Leila; SOUZA, Juliano e MARCHI JUNIOR, Wanderley. **Entre fachadas, bastidores e estigmas: uma análise sociológica do futebol feminino a partir da teoria da ação social de Erving Goffman**. Rev. bras. educ. fís. esporte vol.29 no.4 São Paulo Outubro/Dezembro 2015.

TEIXEIRA, Fábio Luís Santos; CAMINHA, Iraquitán de Oliveira. **Preconceito no futebol feminino brasileiro: uma revisão sistemática**. Movimento (ESEFID/UFRGS), Porto Alegre, p. 265-287, nov. 2012. ISSN 1982-8918.

WILSON, Jonathan. **Inverting the Pyramid**. Orion, Segunda Edição, Gra-Bretanha 2013.

## APENDICE 1 - QUESTIONÁRIO

### Questionário sobre a percepção do torcedor a respeito do futebol masculino e feminino.

Essa pesquisa visa descobrir qual a percepção do torcedor brasileiro a respeito do futebol feminino. Sendo assim, solicitamos a sua colaboração para responder as questões abaixo, sem a necessidade de se identificar, tendo em vista que os dados obtidos serão apenas utilizados para os fins acadêmicos e não serão revelados, mostrados ou comentados de forma individualizada. Desde já agradecemos pela sua colaboração e pelo seu tempo.

**Contato:** wellygtonwiniciusdeazevedo@gmail.com

1	Tenho 18 ou mais anos e concordo em participar desta pesquisa?	( ) Sim ( ) Não
2	Qual a sua idade	( ) 18 a 23 anos ( ) 24 a 29 anos ( ) 30 a 35 anos ( ) Acima de 35 anos
3	Qual o seu gênero	( ) Masculino ( ) Feminino ( ) Outro: _____
4	Em qual estado você nasceu?	_____
5	Você gosta de Futebol?	( ) Não gosto nem um pouco ( ) Não acompanho ( ) Acompanho quando posso ( ) Gosto de futebol ( ) Sou um grande fã de futebol
6	Você possui um time pelo qual você torce? (se não, pule para a questão 9)	( ) Sim ( ) Não
7	Qual o nome do time pelo qual você torce?	_____
8	O time pelo qual você torce possui uma equipe feminina?	( ) Sim ( ) Não ( ) Não sei dizer

9	Qual seria o melhor horário para você assistir a um jogo de futebol durante a semana? (Marque mais de uma opção se necessário)	<input type="checkbox"/> Antes das 18:00 <input type="checkbox"/> Entre 18:00 e 21:00 <input type="checkbox"/> Após as 21:00
10	E qual seria o melhor horário nos fins de semana? (Marque mais de uma opção se necessário)	<input type="checkbox"/> Antes das 12:00 <input type="checkbox"/> Entre 12:00 e 15:00 <input type="checkbox"/> Entre 15:00 e 18:00 <input type="checkbox"/> Após as 18:00
11	Quais os melhores dias para você assistir a um jogo de futebol? (marque mais de uma opção se necessário)	<input type="checkbox"/> Segunda-feira <input type="checkbox"/> Terça-feira <input type="checkbox"/> Quarta-feira <input type="checkbox"/> Quinta-feira <input type="checkbox"/> Sexta-feira <input type="checkbox"/> Sábado <input type="checkbox"/> Domingo
12	Com que frequência você assiste a um jogo de futebol masculino?	<input type="checkbox"/> Nunca (menos de 1 vez no mes) <input type="checkbox"/> Raramente (1 vez no mes) <input type="checkbox"/> As vezes (1 vez na semana) <input type="checkbox"/> Quase sempre (2 ou 3 vezes na semana) <input type="checkbox"/> Sempre (4 ou mais vezes na semana)
13	Quais os meios que você usa para assistir/ouvir a um jogo de futebol masculino? (marque mais de uma opção se necessário)	<input type="checkbox"/> Tv aberta <input type="checkbox"/> Tv a cabo <input type="checkbox"/> Streaming (internet) <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Outro: _____
14	Com que frequência você costuma ir ao estádio assistir a um jogo de futebol masculino?	<input type="checkbox"/> Nunca <input type="checkbox"/> Raramente (1 vez a cada 3 meses) <input type="checkbox"/> As vezes (1 vez no mes) <input type="checkbox"/> Quase Sempre (2 a 3 vezes no mes) <input type="checkbox"/> Sempre (4 ou mais vezes no mes)
15	Qual o nível do futebol masculino praticado no Brasil na sua percepção?	<input type="checkbox"/> Péssimo <input type="checkbox"/> Ruim

		<input type="checkbox"/> Aceitável <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Excelente
16	Se você tivesse um filho, você o colocaria para praticar futebol?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
17	Com quem você deixaria seu filho praticar futebol?	<input type="checkbox"/> Somente com meninos <input type="checkbox"/> Não importa o gênero
18	Com que frequência você assiste a um jogo de futebol feminino?	<input type="checkbox"/> Nunca (menos de 1 vez no mes) <input type="checkbox"/> Raramente (1 vez no mes) <input type="checkbox"/> As vezes (1 vez na semana) <input type="checkbox"/> Quase sempre (2 ou 3 vezes na semana) <input type="checkbox"/> Sempre (4 ou mais vezes na semana)
19	Quais os meios que você usa para assistir/ouvir a um jogo de futebol feminino? (marque mais de uma opção se necessário)	<input type="checkbox"/> Tv aberta <input type="checkbox"/> Tv a cabo <input type="checkbox"/> Streaming (internet) <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Outro: _____
20	Você se interessa pelo futebol feminino?	<input type="checkbox"/> Não tenho interesse nenhum <input type="checkbox"/> Não tenho muito interesse <input type="checkbox"/> Tenho algum interesse <input type="checkbox"/> Me interessa <input type="checkbox"/> Me interessa muito
21	Se o futebol feminino passasse com maior frequência na televisão você iria ter mais interesse por ele?	<input type="checkbox"/> Discordo totalmente <input type="checkbox"/> Discordo <input type="checkbox"/> Não concordo nem discordo <input type="checkbox"/> Concordo <input type="checkbox"/> Concordo plenamente
22	Com que frequência você costuma ir ao	<input type="checkbox"/> Nunca

	estádio assistir a um jogo de futebol feminino?	<input type="checkbox"/> Raramente (1 vez a cada 3 meses) <input type="checkbox"/> As vezes (1 vez no mes) <input type="checkbox"/> Quase Sempre (2 a 3 vezes no mes) <input type="checkbox"/> Sempre (4 ou mais vezes no mes)
23	Quais os motivos que o levariam a assistir a um jogo de futebol feminino: (marque mais de uma opção se necessário)	<input type="checkbox"/> A beleza das jogadoras <input type="checkbox"/> O corpo das jogadoras <input type="checkbox"/> A qualidade técnica do jogo <input type="checkbox"/> Apenas o fato de ser futebol já me motiva assistir <input type="checkbox"/> Nenhuma das opções me faria assistir a um jogo de futebol feminino <input type="checkbox"/> Outro: _____
24	Como você ficou sabendo da copa do mundo de futebol feminino? (marque mais de uma opção se necessário)	<input type="checkbox"/> Tv aberta <input type="checkbox"/> Tv a cabo <input type="checkbox"/> Streaming (internet) <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Familiares <input type="checkbox"/> Amigos/as <input type="checkbox"/> Não soube do evento <input type="checkbox"/> Outro: _____
25	Você assistiu os jogos do Brasil ou outras seleções na Copa do Mundo Feminina?	<input type="checkbox"/> Sim, todos! <input type="checkbox"/> Sim, apenas os do Brasil. <input type="checkbox"/> Sim, Alguns. <input type="checkbox"/> Não assisti nenhum.
26	Qual o nível do futebol feminino praticado no Brasil na sua percepção?	<input type="checkbox"/> Péssimo <input type="checkbox"/> Ruim <input type="checkbox"/> Aceitável <input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Excelente

27	Na sua percepção, existe diferença na qualidade técnica entre o futebol masculino e feminino?	<input type="checkbox"/> Extremamente diferente <input type="checkbox"/> Muito diferente <input type="checkbox"/> Relativamente diferente <input type="checkbox"/> Não tão diferente <input type="checkbox"/> Nada diferente
28	Na sua percepção, existe diferença na velocidade do jogo entre o futebol masculino e feminino?	<input type="checkbox"/> Extremamente diferente <input type="checkbox"/> Muito diferente <input type="checkbox"/> Relativamente diferente <input type="checkbox"/> Não tão diferente <input type="checkbox"/> Nada diferente
29	Você acha correto a obrigatoriedade dos clubes de Serie A terem um time feminino?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
30	Na sua opinião, o futebol é um esporte indicado para mulheres?	<input type="checkbox"/> Discordo totalmente <input type="checkbox"/> Discordo <input type="checkbox"/> Não concordo nem discordo <input type="checkbox"/> Concordo <input type="checkbox"/> Concordo plenamente
31	Você acredita que o futebol pode de alguma forma prejudicar a mulher?	<input type="checkbox"/> Discordo totalmente <input type="checkbox"/> Discordo <input type="checkbox"/> Não concordo nem discordo <input type="checkbox"/> Concordo <input type="checkbox"/> Concordo plenamente
32	Se você tivesse uma filha, você a colocaria para praticar futebol?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
33	Com quem você deixaria sua filha praticar futebol?	<input type="checkbox"/> Somente com meninas <input type="checkbox"/> Não importa o gênero