

A FALTA DE VISIBILIDADE NO FUTEBOL FEMININO DENTRO DO LITORAL NORTE DE SÃO PAULO: Ilhabela e São Sebastião

Beatriz Lucas Bezerra¹

Otávio Augusto Hilarião²

Flávio Fernandes Moraes³

1

RESUMO: O presente artigo tem como finalidade abordar a falta de visibilidade do futebol feminino, mais especificamente no Litoral Norte de São Paulo, nas cidades de Ilhabela e São Sebastião. Foi realizada uma pesquisa de campo para analisar e estudar se esta problemática é presente na região, e, com os resultados obtidos, pôde-se concluir que será necessário o desenvolvimento de um projeto para uma campanha de mídia visando reparar a falta de divulgação dentro da categoria feminina do futebol do Litoral Norte paulista.

Palavras-chave: Futebol feminino. Visibilidade. Litoral Norte de São Paulo. Marketing.

THE LACK OF VISIBILITY IN WOMEN'S FOOTBALL WITHIN THE NORTH COAST OF SÃO PAULO: Ilhabela and São Sebastião

ABSTRACT: This paper aims to reduce the lack of visibility of women's football, more specifically on the north coast of São Paulo, in the cities of Ilhabela and São Sebastião. A field research was carried out to analyze and study whether the problem is present in this region or not, and, through the results obtained, it was possible to conclude that it will be necessary to develop a project in order to produce a media campaign which aims to repair the lack of promulgation of the female category of football.

Keywords: Woman's football. Lack. Visibility. North coast of São Paulo. Marketing

¹ RM: 21269. Aluna regular de Marketing, da Etec de São Sebastião (188) – E-mail: beatriz.bezerra34@etec.sp.gov.br.

² RM: 21106. Aluno regular de Marketing, da Etec de São Sebastião (188) – E-mail: otavio.hilario@etec.sp.gov.br.

³ Orientador; Professor Flávio Fernandes da Etec de São Sebastião – E-mail: flaviomoraes7@etec.sp.gov.br.

1. INTRODUÇÃO

O tema desse projeto é entender e diminuir a falta de visibilidade no futebol feminino dentro do Litoral Norte de São Paulo com foco nas cidades de São Sebastião e Ilhabela. O estudo visa pensar sobre a falta de visibilidade no esporte dentro da categoria feminina no Litoral Norte e entender os motivos pelos quais isso ocorre, procurando identificar os elementos essenciais mais viáveis para que em um curto período de tempo seja feita a reparação dessa falta de visibilidade dentro da modalidade.

O futebol é um esporte extremamente popular pelo mundo todo, inclusive no Brasil que é conhecido como o “País do Futebol”. Segundo a UOL, o futebol teve sua origem no Brasil no final do século XIX, por Charles Miller e desde então se tornou cada vez mais popular. De acordo com fontes da Ge. Globo, no Brasil em 1920, houve os primeiros registros do futebol sendo praticado por mulheres. Já em 1940, houve a primeira partida oficial no estádio do Pacaembu, em São Paulo, entretanto, essa prática não agradou a sociedade e a opinião pública da época, ocasionando muitas dificuldades que persistem até os dias de hoje.

Com o passar do tempo, o futebol feminino evoluiu tecnicamente e taticamente, mas a falta de veiculação nas mídias fez com que o futebol feminino não fosse tão bem visto pelas pessoas. Contudo, mesmo o Brasil sendo um dos países com mais reconhecimento pelo esporte, o grande direcionamento da mídia, ainda é a maioria somente para o público masculino, fazendo questão de não esconder a exclusão e a desigualdade no cenário feminino dentro do esporte.

Ao observar essa problemática dentro da nossa região, como a falta de procura e interesse das mulheres, é visível que um dos grandes fatores que influenciam nessa desvalorização é a falta de divulgação por parte da mídia e a escassez de informação sobre as escolas de futebol oferecidas no Município. É necessário que as estratégias de divulgação sejam mais efetivas para que os locais de treinamento sejam conhecidos não apenas por pessoas que queiram ser atletas, mas pela comunidade em geral com base na divulgação.

Medidas devem ser tomadas para que novas oportunidades surjam e ganhem mais visibilidade, afinal, o “País do Futebol” também inclui mulheres. Com isso, o trabalho visa compreender, analisar e pesquisar o porquê o futebol feminino não recebe tanto destaque no Litoral Norte de São Paulo em comparação ao

masculino e assim, aumentar gradativamente o número de meninas dentro do futebol na região, para que assim a visibilidade no esporte cresça.

Para entender porque o futebol feminino não recebe tanto destaque no Litoral Norte de São Paulo, foi elaborada uma pesquisa e enviada para os respectivos treinadores das escolas de futebol da cidade de Ilhabela e São Sebastião. Também foram contatadas as Secretarias de Esportes da Prefeitura de cada cidade para a coleta de dados. Esse artigo tem como objetivo aumentar significativamente a visibilidade do futebol feminino no Litoral Norte por meio de divulgações com marketing digital a fim de que seja possível a ampla propagação das informações e oportunidades que estão sendo oferecidas, e como resultado, levar o nome da região para patamares superiores.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. Caracterização do objeto de estudo

É de grande importância que essa nova geração estude e entenda o porquê “o país do futebol” não reconhece de forma adequada as mulheres quanto aos homens dentro desse esporte. Este trabalho de conclusão de curso pretende desenvolver técnicas que aumentem o interesse e prendam a atenção da comunidade em geral para que conheçam as oportunidades de inscrições e localidades onde tenham treinamento de futebol feminino dentro de suas cidades.

A constante evolução do marketing, segundo Kotler (2021), é dividida em 5 etapas, para esse artigo, o foco principal é o marketing 4.0, que é marcado pela automatização, ou seja, a internet, redes sociais, o nascer do marketing digital e o marketing de conteúdo, que são as publicidades, propagandas, estratégias de marketing, e-commerce e entre outros tipos de inovações para a facilidade de venda, compra e divulgações. De acordo com Avancini (2010, p. 4-5) especificamente sobre o Futebol, divide-o em três mercados: o Produtor, o Consumidor e Intermediário. O mercado produtor é constituído por clubes e federações, vistos como empresas de serviços. O mercado intermediário é segmentado entre o de revenda, formado pelas empresas licenciadas e TVs que transmitem as partidas, e o industrial, que são as empresas de marketing esportivo.

Por fim, o mercado consumidor é definido pelo torcedor, o cliente final, que

tem relação diretamente com o mercado produtor, assim como com o mercado intermediário. Segundo Afif (2000), o marketing esportivo é uma das tantas estratégias existentes que utilizam o esporte para atingir suas metas. É um processo de elaborar e também programar atividades de produção, promoção, formação de preço e distribuição de um produto esportivo, tanto para satisfazer as necessidades, quanto atender desejos de consumidores através do processo de troca e realizar os objetivos da empresa.

Infelizmente, o futebol feminino não possui a mesma repercussão que o futebol masculino mundialmente, isso acontece também na região do Litoral Norte paulista, onde este artigo irá fazer suas pesquisas e também estudar, pois, a discrepância é notória comparando as duas categorias. Além do suporte técnico e número de competições, a divulgação e visibilidade na mídia é muito maior para a categoria masculina do que a feminina, possuindo menos destaque nas mídias e não tendo tanta visibilidade como deveria. Segundo a especialista em educação física, Goellner (2005, p. 97), o esporte desempenha um papel crucial na promoção da visibilidade das mulheres no espaço público. Ao longo da história esportiva nacional, foram vistos vários talentos femininos se destacarem. No entanto, é importante reconhecer que essas conquistas são resultado principalmente do esforço individual e de pequenos grupos de mulheres (e também homens), e não de uma política nacional efetiva de inclusão das mulheres no esporte.

2.2. Metodologia

Foram realizadas pesquisas bibliográficas para compreender por que o futebol feminino não recebe tanto destaque no Litoral Norte de São Paulo. Livros como "A bola da vez" de Antônio Afif (2000) e "Administração de Marketing" de Kotler (2008) foram consultados para embasar os conceitos sobre os assuntos do artigo, tanto a categoria feminina dentro do futebol quanto o marketing 4.0 que é o foco desse trabalho. Além disso, outros autores como Ana Tarrisse (2020), a jornalista Giullya Franco (2022) e entre outros também, foram de extrema importância para uma reflexão sobre esse problema, compreensão das definições e resultados das pesquisas do artigo.

Em complemento, foram enviados formulários via Google Forms para os treinadores das escolas de futebol em Ilhabela e São Sebastião, e as Secretarias de

Esportes das respectivas cidades foram contatadas com o objetivo de coleta de dados. As perguntas nos formulários abordaram a quantidade de alunas, informações de locais, horários de treinamento, inscrições para a modalidade e também, os treinadores oferecidos pelas prefeituras. O objetivo era analisar o número de atletas, seus níveis de treinamento e de que forma estão sendo divulgados as aulas para a categoria feminina para a população das cidades, se são em mídias sociais, eventos sobre as cidades ou alguma outra opção que ficou aberto para uma resposta livre.

2.3. Resultados e Discussões

Em agosto de 2023, os formulários foram enviados para os professores das duas cidades, logo em seguida, foram contatadas as secretarias de esportes, porém, o contato oferecido pela secretaria de São Sebastião não condiz com o objetivo da pesquisa, pois, as perguntas eram especificamente do futebol feminino e as respostas vieram das estatísticas do futsal da mesma categoria.

Entretanto, os resultados obtidos dos demais, indicam que os professores de futebol estão disponíveis nos três períodos: manhã, tarde e noite, em várias localidades das duas cidades e que alunas iniciantes são predominantes nas aulas de treinamento, porém, em pequenas quantidades e que as inscrições são feitas através da secretaria de esportes das cidades. Os resultados apontam também, que as divulgações de aulas para o futebol feminino estão nas mídias sociais e em eventos das cidades. Contudo, pesquisando na página do Instagram da Secretaria de Esportes do município de Ilhabela, mais especificamente em 28 de setembro de 2023, se encontra apenas 4 publicações de 871 relacionadas ao futebol feminino. Já no perfil da Secretaria de Esportes do município de São Sebastião pesquisada na mesma data, há 425 publicações em geral e somente uma publicação sobre o futebol feminino. A cidade possui um destaque em sua página do apenas sobre o futsal/futebol da cidade e nele havendo 68 publicações e 16 sobre a categoria feminina. Também é notório que nos eventos sociais das cidades, não há nenhuma informação ou divulgação sobre treinamentos da modalidade.

Observando os resultados, é possível analisar uma ausência de quantidade de informações das secretarias e uma falta de conhecimento da comunidade em geral sobre a disponibilidade dos treinamentos do futebol feminino.

Considerando também a pesquisa de campo realizada e a análise dos resultados, pode se concluir que é necessário um produto para cada cidade no qual obtenha as informações necessárias, corretas e atualizadas para o conhecimento da comunidade em geral.

Por isso, esse artigo tem como finalidade executar um projeto de campanha de marketing para as prefeituras dos municípios de Ilhabela e São Sebastião.

Figura 1 – Imagem representativa do futebol feminino de Ilhabela.



(Fonte: Autores)

Figura 2 – Em sequência, cronograma informativo sobre locais, dias e horários para o treinamento de futebol com destaque a modalidade feminina em Ilhabela.

CRONOGRAMA

FUTEBOL - Professor: João Paulo de Souza			
CATEGORIA / FAIXA ETÁRIA	DIA(S) DA SEMANA	HORÁRIO	LOCAL
PROJETO EDUCAÇÃO *	Quarta-feira	Manhã	E. M. Sebastião Leite
PROJETO EDUCAÇÃO *	Quarta-feira	Tarde	E. M. Sebastião Leite
Sub-7 e Sub-9	Terça e Quinta	08h20 às 09h20	PEII - Barra Velha
Sub-11 e Sub-13	Terça e Quinta	09h20 às 10h20	PEII - Barra Velha
Sub-15	Terça e Quinta	10h20 às 11h20	PEII - Barra Velha
Sub-13	Terça e Quinta	14h30 às 15h30	PEII - Barra Velha
Sub-15	Terça e Quinta	15h30 às 16h30	PEII - Barra Velha
Feminino Escolinha	Terça e Quinta	16h00 às 16h45	PEII - Barra Velha
Sub-9 e Sub-11	Terça e Quinta	16h45 às 18h00	PEII - Barra Velha
Feminino Livre	Terça e Quinta	19h30 às 22h00	ITAQUANDUBA



PREFEITURA DE
ILHABELA
A ILHA DE TODOS COM O TRABALHO DE MUITOS



Secretaria
**ESPORTE
E LAZER**

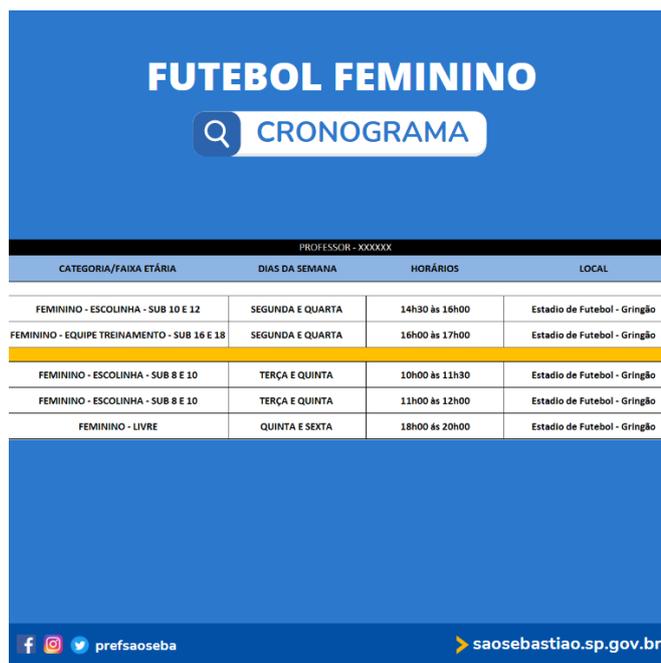
(Fonte:Autores)

Figura 3 – Imagem informativa sobre as escolas de treinamento de futebol de São Sebastião.



(Fonte:Autores)

Figura 4 – Em sequência, cronograma informativo sobre locais, dias e horários para o treinamento de futebol feminino em São Sebastião



FUTEBOL FEMININO

🔍 **CRONOGRAMA**

PROFESSOR - XXXXXX

CATEGORIA/FAIXA ETÁRIA	DIAS DA SEMANA	HORÁRIOS	LOCAL
FEMININO - ESCOLINHA - SUB 10 E 12	SEGUNDA E QUARTA	14h30 às 16h00	Estádio de Futebol - Gringão
FEMININO - EQUIPE TREINAMENTO - SUB 16 E 18	SEGUNDA E QUARTA	16h00 às 17h00	Estádio de Futebol - Gringão
FEMININO - ESCOLINHA - SUB 8 E 10	TERÇA E QUINTA	10h00 às 11h30	Estádio de Futebol - Gringão
FEMININO - ESCOLINHA - SUB 8 E 10	TERÇA E QUINTA	11h00 às 12h00	Estádio de Futebol - Gringão
FEMININO - LIVRE	QUINTA E SEXTA	18h00 às 20h00	Estádio de Futebol - Gringão

f i t p f e s a o s e b a saosebastiao.sp.gov.br

(Fonte:Autores)

Essas campanhas tem como objetivo informar as comunidades através das mídias sociais, com publicações informativas em relação aos horários, locais e inscrições de treinamento para o futebol feminino das cidades. As cores principais presentes em cada campanha, fazem parte da identidade visual de cada prefeitura destinada.

3. CONCLUSÃO

Com base nas pesquisas bibliográficas realizadas durante o artigo, foi possível concluir que a falta de visibilidade do futebol feminino no Brasil é um problema que já vem sendo tratado a tempo, porém, engatinhando para um resultado de sucesso. Visivelmente, igualar o destaque feminino ao masculino é difícil, mas sabe-se que a modalidade possui uma grande popularidade no mundo e principalmente no Brasil, entretanto, a mídia não é um aliado tão forte das mulheres quanto poderia ser, e isso resulta na falta de visibilidade em que o artigo pretende diminuir.

Com atualizações para alcançar um público maior, a campanha designada também pretende divulgar os dados necessários em eventos sociais, principalmente eventos esportivos das cidades oferecendo banners, cartazes e outdoors específicos com as informações de cada município.

REFERÊNCIAS

- AFIF, A. **A Bola da vez**: o marketing esportivo como estratégia de sucesso. São Paulo: Infinito, 2000.
- AVANCINI, J. et al. **Sport Club Internacioavanal 100 anos, 100 mil sócios**. ESPM Central de Cases, p. 4-5, 2010. Acesso em 25 de out. 2023
- FRANCO, G. **História do futebol**. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/>>. Acesso em 18 jun. 2023.
- GOELLNER, S. V. **Mulheres e futebol no Brasil**: entre sombras e visibilidades. Rev. bras. Educ. Fís. Esp., São Paulo, v. 19, n.2, p. 143-51, 2005.
- KOTLER, P. **Administração de marketing**: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- KOTLER, P. KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**: Technology for humanity. John Wiley & Sons, 2021. Acesso em 19 de jun. 2023.
- OLIVEIRA, A. **Origem do futebol na Inglaterra no Brasil**. Disponível em <<https://www.rbff.com.br/>> Acesso em 21 jun. 2023.
- Secretaria de Esportes (SEESP)**. Disponível em <<https://www.saosebastiao.sp.gov.br/>>. Acesso em 24 de set. De 2023.
- Secretaria de Esportes Ilhabela**. Disponível em <https://www.instagram.com/esportes_ilhabela/>. Acesso em 24 de set. De 2023.
- TARRISSE, A. **A história do futebol feminino no Brasil**. Disponível em: <<https://interativos.ge.globo.com/>>. Acesso em 19 jun. 2023.
- TRIBUNA, A. **A evolução do futebol feminino**: do preconceito à valorização. Disponível em: <<https://atribuna.com.br/>>. Acesso em: 20 jun. 2023.