

## REPRESENTATIVIDADE E RELEVÂNCIA NO FUTEBOL FEMININO BRASILEIRO: NOTAS SOBRE O SPORT CLUB CORINTHIANS PAULISTA

Renan Gomes de Oliveira<sup>1</sup>

**Resumo:** O presente artigo tem como objetivo evidenciar a representatividade e o lugar do futebol feminino na esteira da contemporaneidade brasileira, tendo como foco central o projeto esportivo da equipe Sport Club Corinthians Paulista. Para tanto, partimos de uma abordagem metodológica de cunho histórico, buscando ressaltar os problemas enfrentados pelo futebol feminino enquanto modalidade singular. O texto está dividido em duas partes. Em primeiro lugar, busca-se resgatar - historicamente - a representatividade que é intrínseca à modalidade, cujo movimento denota lutas e desafios contra a subalternidade das mulheres no futebol contemporâneo brasileiro. Em segundo lugar, trata-se de sublinhar essa representatividade do ponto de vista esportivo, isto é, a partir do projeto político e esportivo desenvolvido pelo Corinthians, cujos feitos demonstram características ímpares no Brasil. Assim, o artigo busca ressaltar, essencialmente, a crítica positiva sobre os rumos do futebol feminino neste país, tendo o clube citado como grande exemplo a ser seguido dentro e, principalmente, fora de campo.

**Palavras-chave:** Futebol Feminino; Representatividade; Corinthians.

### Representation and Relevance in Brazilian Women's Football: Notes on Sport Club Corinthians Paulista

**Abstract:** This article aims to highlight the representation and status of women's football in contemporary Brazil, focusing on the sports project of the Sport Club Corinthians Paulista team. To achieve this, we adopt a methodological approach rooted in history, seeking to emphasize the challenges faced by women's football as a distinct modality. The text is divided into two parts. First, it aims to historically reclaim the representation intrinsic to the modality, highlighting the struggles and challenges against the subordination of women in contemporary Brazilian football. Second, it underscores this representation from a sporting perspective, particularly through the political and athletic project developed by Corinthians, whose achievements exhibit unique characteristics in Brazil. Thus, the article seeks to emphasize a positive critique of the trajectory of women's football in the country, with the mentioned club serving as a prominent example both on and off the field.

**Keywords:** Women's Football; Representation; Corinthians.

---

<sup>1</sup> Mestre em Ciências da Religião pelo Programa de Pós-graduação Strictu Sensu em Ciências da Religião da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC). E-mail: renangomes16@outlook.com

## Introdução

No dia 10 de setembro de 2023, o Sport Club Corinthians Paulista protagonizou, ao lado da Associação Ferroviária de Esportes, mais uma final de campeonato, comprovando o impacto da equipe no cenário nacional do futebol feminino. Trata-se de um projeto esportivo que fomenta uma modalidade cuja história sempre esteve ligada à falta de legitimidade e, acima de tudo, a uma “constante luta contra o preconceito e a quebra de estigmas, a luta por reconhecimento e, acima de tudo, à resistência das mulheres jogadoras de futebol em épocas em que eram proibidas de fazê-lo” (BROCH, 2021, p. 696). Não obstante, a história do clube também é fruto de lutas sociais importantes no cenário brasileiro.

Embora ainda seja permeado por estigmas sociais e, principalmente, corporativos, o futebol feminino encontra-se em um momento histórico de consolidação, não apenas do ponto de vista esportivo, mas de tudo aquilo que o sustenta: sua profissionalização, estruturação, relevância e reconhecimento (GOELLNER, 2021). Nesse sentido, o objetivo deste artigo é ressaltar a representatividade e o lugar do futebol feminino na contemporaneidade brasileira, tendo como argumento central o contexto atual do Sport Club Corinthians Paulista.

A projeção desse clube pode ser entendida em duas esferas. Primeiro, no resgate da representatividade no futebol, cujo movimento histórico evidencia lutas constantes contra a subalternidade das mulheres no futebol contemporâneo. Em seguida, propõe-se delinear a representatividade no campo esportivo a partir do projeto desenvolvido pelo Corinthians, reconhecendo não apenas a legitimação da modalidade, mas também destacando uma crítica ao tratamento dispensado ao futebol feminino atualmente.

## O futebol feminino na esteira da representatividade

Como apresenta o dicionário *Michaelis*<sup>1</sup>, o substantivo “representatividade” revela a “qualidade do que é representativo”. Já o adjetivo “representativo” traz, por excelência, outros significados:

---

<sup>1</sup> Michaelis. Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. São Paulo: Nova geração, 2005. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php>>. Acesso: 04 out. 2023.

1. Que representa ou serve para representar; 2. Que envolve e tem relação com representação; 3. Diz-se de organismo (sindicato, associação, etc.) com direito reconhecido de representar um grupo, uma comunidade etc.; 4. Diz-se de sistema político em que a soberania é exercida por delegados do povo, que este elege diretamente e que o representam (MICHAELIS, 2005).

No campo desportivo, tais significados se apresentam de forma heterogênea e, sobretudo, a partir de pautas sociopolíticas. O futebol não foge à regra, pois não difere — ou não deveria diferir — daqueles que o praticam. Historicamente, é claro, o “esporte bretão” manifesta-se em âmbito masculino a partir das elites nacionais. No entanto, desenvolveu-se essencialmente nas periferias do mundo, onde sua popularidade ressalta o fato de que a prática futebolística influencia os diversos segmentos da sociedade humana, hoje tão plural e globalizada.

Nesse sentido, o futebol tem a capacidade de representar as identidades locais por meio de instituições e grupos coletivos que atravessam o tempo histórico. Pensar o impacto do futebol feminino atualmente, em específico, significa resgatar o tempo em que tal prática era proibida. Em 2021, o Decreto-Lei nº 3.199, de 14 de abril de 1941, completou 80 anos de uma longa trajetória de exclusão e negação do futebol feminino ao ordenar que:

Art. 54. Às mulheres não se permitirá a prática de desportos incompatíveis com as condições de sua natureza, devendo, para este efeito, o Conselho Nacional de Desportos baixar as necessárias instruções às entidades desportivas do país. (Diário Oficial da União - Seção 1, p. 7453).

Assinado pelo então presidente Getúlio Vargas, o decreto proibia as mulheres de praticar esportes que não fossem “adequados à sua natureza”. Essa determinação, embora não citasse nominalmente, enquadrava o futebol, considerado na época um esporte violento, masculinizado e, portanto, fora dos “padrões femininos”. A partir da proibição, os jogos femininos foram cancelados<sup>2</sup> por ordem do Conselho Nacional de Desportos (CND) — uma repartição do Ministério da Educação —, com partidas encerradas, inclusive, por autoridades policiais (AGÊNCIA SENADO, seção 103).

---

<sup>2</sup> “Como muitas mulheres insistiam em ignorar a proibição velada, o CND decidiu deixar tudo mais claro. Em 1965, na ditadura militar, baixou uma norma enumerando os tais esportes incompatíveis. Além do futebol, elas ficaram expressamente proibidas de praticar futsal, futebol de praia, polo aquático, rúgbi, beisebol, halterofilismo e qualquer tipo de luta” (Agência Senado, edição 103).

Na luta pela legalização, a ex-nadadora Maria Lenk<sup>3</sup> representou o esporte na Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) de 1977. Isso porque não havia uma estrela nacional dos gramados em sua recente história. Lenk ressalta em sua fala que o “veto às futebolistas se refletia negativamente em todos os esportes”, além de recordar que, dos “atletas registrados nas federações, só 6% eram mulheres” (AGÊNCIA SENADO, seção 103).

Retornando aos motivos que levaram à proibição, o governo reiterou que a violência dentro de campo prejudicaria a “função” das mulheres na sociedade: ser mães. Além disso, afirmavam que o corpo das mulheres era “delicado” demais e que, no mundo do futebol, a masculinização poderia ocorrer não só no corpo, mas também no comportamento das mulheres. Em essência, as problematizações ressaltavam uma “degeneração moral do ‘sexo frágil’, que perderia a capacidade de ser boa esposa, mãe e dona de casa”. Em resposta a esses apontamentos superficiais, Maria Lenk argumentou:

A mulher não se esteriliza e não perde as suas características femininas quando pratica esporte. Pelo contrário. Se não tem saúde, músculos trabalhados, resistência física, a mulher jamais será uma boa mãe. Será uma péssima reproduutora nesse sentido físico. A mulher deve fazer esporte, e talvez ela se torne mais independente, porque aprende a lutar. Talvez ela desenvolva qualidades morais que lhe sejam necessárias na luta de ocupar o seu lugar na sociedade. Ela se embeleza, não com aquela beleza de miss, que precisa de máscaras artificiais, mas com aquela beleza natural, saudável, que se reflete na pele, na cor da sua saúde, na sua postura (AGÊNCIA SENADO, edição 103).

A figura de Maria Lenk foi fundamental, pois tratava-se de uma expressão de talento no esporte feminino que representava a luta pela igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres. Não obstante, a CPI de 1977 não tratava exclusivamente da proibição do futebol feminino, mas serviu como ponto inicial de investigação e ampliação do debate sobre a posição subalterna das mulheres na sociedade.

De acordo com a historiadora Giovana Capucim e Silva, autora do livro *Mulheres Impedidas: a proibição do futebol feminino na imprensa de São Paulo*, a proibição sempre esteve ligada ao nacionalismo da Era Vargas, que impôs ao país seu esforço de legitimar a ditadura do Estado Novo. Nesse

---

<sup>3</sup> “Heroína do esporte brasileiro, Lenk foi a primeira mulher da América do Sul a competir nos Jogos Olímpicos, na edição de 1932, em Los Angeles, e fez parte da primeira turma feminina a se diplomar em educação física no Brasil, em 1936” (Agência Senado, edição 103).

contexto, o futebol, que sempre esteve associado à masculinidade, caracteriza-se — mais do que nunca — como símbolo da identidade brasileira e, por consequência, como uma ferramenta do poder masculino.

Como ressalta Marina Broch, em seu artigo *Histórico do futebol feminino no Brasil: considerações acerca da desigualdade de gênero*:

Sobretudo, o medo de que as mulheres tivessem êxito na prática de uma atividade que era destinada aos homens, tidos como superiores intelectual e fisicamente, criava um ambiente de tensão, considerando que os discursos legitimadores acerca das condutas e dos limites de cada sexo entravam em choque. Assim, a prática seguia a continuidade através essencialmente da figura masculina, o jogador de futebol (BROCH, p. 701, 2021).

No período pós-1977, com o fim da CPI, já não havia maneiras de ignorar o panorama e a posição de inferioridade atribuída às mulheres. Nomes importantes do esporte, como o ex-técnico da seleção brasileira João Saldanha e até mesmo Edson Arantes do Nascimento<sup>4</sup>, eram extremamente contrários à liberação da modalidade feminina. Saldanha escreveu:

“Já imaginou, meu jovem leitor? Suponhamos que você está engrenando um papo esperto com uma garota e vem com aquela conversa de passarinho: ‘Escuta, minha filha, meu benzinho, eu acho que dá pé. Eu já sou formado em engenharia. E você, o que faz?’ Aí ela responde curto e grosso: ‘Eu sou zagueiro central de um time lá de Niterói’. Que tal, ah?”. E ainda complementou: ““Assisti a algumas partidas entre jogadoras chamadas de primeira qualidade, na Itália e na Inglaterra, e posso garantir que o jogo é feio. Algo assim meio híbrido. Não tem a graça feminina nem o vigor masculino” (AGÊNCIA SENADO, seção 103).

Ainda assim, no século XX, a Federação Internacional de Futebol (FIFA) e, consequentemente, a Confederação Brasileira de Desportos (CBD) avançaram na questão, passando a dar apoio ao propósito a partir de 1983. No entanto, em termos comparativos, a primeira seleção feminina foi formada 70 anos depois da seleção masculina, em 1988. Nesse mesmo ano, a seleção feminina, formada pela junção dos times Esporte Clube Radar (Rio de Janeiro) e Juventus (São Paulo), disputou o torneio experimental organizado pela FIFA

---

<sup>4</sup> — “Pode até ser um passatempo, mas não um verdadeiro esporte para as mulheres” (Agência Senado, seção 103).

Women's Invitational Tournament – um campeonato com a participação de 12 seleções –, conquistando a medalha de bronze nos pênaltis.

A regulamentação do futebol feminino na década de 1980 trouxe mais esperanças do que mudanças concretas, pois o discurso dos órgãos responsáveis pelo futebol no Brasil permaneceu no campo da especulação e das promessas. Na esfera social, como ressalta Broch, “o fenômeno da profissionalização no futebol teve diversas nuances nas quais é possível verificar os recortes de classe existentes, considerando que, a princípio, a prática do esporte era dedicada somente aos brancos” (BROCH, p. 699, 2021).

Essa realidade discriminatória apresentou outros contornos, especialmente a partir da introdução do salário para os atletas de futebol. Ainda assim, as classes mais baixas – pessoas pobres e negras – conseguiram atuar de maneira digna, garantindo sua subsistência. Por outro lado, as mulheres que sustentaram a modalidade na primeira década do século XXI continuavam a vivenciar problemas estruturais profundos, que não refletiram nos resultados dentro de campo. Ressaltam-se aqui as medalhas de prata conquistadas nas Olimpíadas de Atenas (2004) e Pequim (2008), além do vice-campeonato mundial na China (2007).

Do ponto de vista histórico, é fundamental compreender que a proibição gerou danos significativos para o desenvolvimento do futebol feminino no Brasil. No decorrer do atual século, a prática do futebol continua amplamente associada aos homens e, mais do que isso, os ataques ao futebol feminino ainda permeiam o imaginário social e o senso comum. Esses reflexos são visíveis e ainda sentidos pela modalidade feminina, que se desenvolve com base na luta e na vontade de praticar o esporte mais popular do país, quiçá do mundo. O exemplo a seguir demonstra um vislumbre do que o futebol feminino no Brasil pode alcançar, pois a realidade atual já é digna de notas.

### **As “brabas” do Corinthians: um projeto esportivo**

No contexto recente, o futebol feminino traz consigo afirmações importantes em âmbito nacional. Em 17 de abril de 2021, mais de 80 anos após a proibição, teve início a edição mais vista do Campeonato Brasileiro Feminino

desde 2013 – seu nascimento<sup>5</sup>. Em um período de 10 anos, a modalidade apresentou um desenvolvimento significativo em direção à profissionalização, bem como ao reconhecimento social e econômico.

Nesse período, o cenário pode ser destacado a partir de importantes equipes do futebol feminino que conseguiram se manter relevantes no país. Um dado importante para isso foi a exigência da Confederação Sul-Americana de Futebol (CONMEBOL), que, a partir de 2017, obrigou a existência de um time feminino nas competições nacionais para que as equipes masculinas pudessem disputar a Copa Libertadores da América. Além disso, em 2019, a CBF determinou que os times que disputam a Primeira Divisão (Série A) mantivessem equipes femininas adultas e de base, adequando-se à diretriz da FIFA.

Essas determinações tiveram um impacto significativo na modalidade, tanto do ponto de vista da competitividade quanto da visibilidade. As equipes de destaque da modalidade masculina passaram a dar suporte, ainda que básico. O reflexo disso está nos últimos rankings da CBF, estabelecidos a partir de um cálculo sobre o desempenho dos times nas competições das últimas cinco temporadas. No ano de 2023, destacaram-se equipes como Internacional, Sociedade Esportiva Kindermann, Flamengo, Santos, Palmeiras, São Paulo, São José e Grêmio no top 10. As primeiras colocações do ranking são ocupadas pelas principais equipes femininas no cenário brasileiro atual: a surpreendente Ferroviária, de Araraquara, São Paulo, e a equipe do Corinthians, da capital paulista.

Como ressalta Heloisa Schmidt, fundadora e pesquisadora do Grupo de Estudos em Direito Desportivo (Ibmec/RJ) e membra da plataforma digital Lei de Campo:

O histórico recente do Campeonato Brasileiro Feminino tende a demonstrar dois pontos que merecem destaque – o segundo talvez o mais relevante no histórico brasileiro: 1) Paciência é uma virtude, mas muito

---

<sup>5</sup> Em 2013, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) criou um ranking nacional feminino, levando em conta o desempenho dos clubes nos cinco anos anteriores. As 20 melhores colocadas foram selecionadas para a primeira edição do Brasileirão, que teve o apoio financeiro da Caixa Econômica Federal. Todas as cinco regiões do país tiveram representantes na competição. O campeonato foi de tiro curto, disputado em 49 dias. As equipes foram divididas em quatro grupos, avançando oito para a fase seguinte, e depois quatro para a semifinal. A primeira equipe campeã brasileira veio do Estado de São Paulo: o Centro Olímpico, clube poliesportivo paulistano também conhecido como Adeco. (Edição dos Campeões. Disponível: <https://edicaodoscampeoes.blogspot.com/>. Acesso em 16/10/2024).

esquecida no futebol: “investimento gera visibilidade, e visibilidade gera retorno” e os grandes campeões não surgiram da noite para o dia; 2) Preconceito com o futebol feminino: situação essa que surge com a proibição que perdurou por 40 anos e continuou com a falta de incentivo da modalidade (SCHMIDT, 2021)

Os preconceitos contra o futebol feminino são reflexos de um longo processo histórico de subalternidade, afirmado pela proibição da prática. Neste sentido, não podem ser combatidos da noite para o dia. Do ponto de vista estritamente esportivo, o Corinthians é a equipe que consegue se apresentar a partir de iniciativas muito bem-sucedidas – dentro e fora das quatro linhas – que ajudam a legitimar a prática da modalidade. Mas, afinal, o que torna este clube o grande campeão no panorama atual do futebol feminino brasileiro?

A equipe feminina do Parque São Jorge teve seu início no século passado, em 1997. Todavia, com a falta de investimento e afirmação, foi desativada entre 2008 e 2009. A retomada ocorreu no final de 2015, quando o Corinthians iniciou sua parceria com o Grêmio Osasco Audax, clube que já possuía seu time feminino. O sucesso foi quase instantâneo e, por conta das conquistas da Copa do Brasil (2016) e da Libertadores (2017), além de se tratar de uma das camisas mais tradicionais do futebol brasileiro, o clube alvinegro decidiu manter sua própria gestão.

O principal nome por trás da retomada e da sustentação da modalidade dentro do Corinthians é Cris Gambaré, Diretora de Futebol do clube desde 2016. Sua gestão de projeto, caracterizada principalmente pelo profissionalismo, aliada à comissão técnica de Arthur Elias, é o que garante a hegemonia da equipe no cenário nacional. Do ponto de vista estrutural, o projeto esportivo protagonizado pelo clube assume frentes importantes.

Em 2019, o clube criou as categorias de base Sub-17, projetando o desenvolvimento técnico a longo prazo. Esse passo foi de suma importância, pois acarretou, além de uma melhor preparação de atletas, uma maior visibilidade e projeção para o mercado da bola. Isso porque pensar e praticar o investimento na formação primária de atletas traz consigo a valorização da modalidade em seu contexto amplo, ou seja, nacional. Como ressalta Letícia Camargo em matéria veiculada pelo site Mercado do Futebol no ano de 2020:

No futebol feminino, encontram-se dificuldades logo no início da carreira. Não há, no Brasil, clubes para que as mulheres possam atuar até os 14 anos. Contradicoriatamente, essa é a idade em que boa parte dos garotos, já possuem uma base bem definida. O início tardio atrapalha a formação das meninas como atletas, criando um déficit no

desenvolvimento que muitas vezes precisa ser corrigido enquanto profissionais (CAMARGO, 2020).

De fato, trata-se de uma etapa fundamental na vida de futuros atletas. Atualmente<sup>6</sup>, a estrutura de futebol feminino do Corinthians comporta uma equipe de base completa, constituída por diversos profissionais e quatro (4) níveis de desenvolvimento técnico: as equipes Sub-17 e Sub-20, comandadas pela técnica Thaissan Passos, que também é Coordenadora Geral das Categorias de Base; e as equipes Sub-13 e Sub-15, comandadas pelo técnico Rui Ybarra. Quanto aos profissionais, o site oficial do clube apresenta a auxiliar técnica Tatiana D'Anibale, a analista de desempenho Lizandra Nunes, a preparadora física Raissa Jacob, o fisioterapeuta Renan Junior, a médica Gisele Brito, a psicóloga Gabrielle Guedes e o auxiliar da categoria Michael Silva.

Neste contexto, têm-se os primeiros eixos de sustentação da equipe feminina adulta, treinada pelo técnico Arthur Elias e composta por outros profissionais que fazem parte do projeto desenvolvido pelo clube<sup>7</sup>. Como afirma Rodrigues (2003, p. 17), a formação esportiva é “resultado de um processo pedagógico e civilizatório caracterizado pela regulamentação, controle, institucionalização e racionalização desta profissão”. O investimento do Corinthians neste quesito remonta a um problema histórico no desenvolvimento do futebol brasileiro como um todo (RODRIGUES, 2003).

A outra frente importante para o sucesso do clube alvinegro foi o trato com as mídias e seus patrocinadores. Por excelência, denominaremos esses aspectos como marketing. O poder das marcas no futebol nunca foi tão escancarado como no século XXI, pois esse aspecto tornou-se responsável por grande parte das rendas e dos lucros dos clubes a nível mundial. Segundo Kotler:

---

<sup>6</sup> As informações apresentadas no texto foram coletadas durante o ano de 2023. Desde então, alguns pontos dentro da equipe feminina obtiveram transformações. A principal delas, foi a saída do então técnico Arthur Elias, que após a conquista da Libertadores 2023, assumiu o comando da Seleção Brasileira Feminina.

<sup>7</sup> O site oficial do Sport Club Corinthians Paulista apresenta a lista extensa dos profissionais que compõem a equipe adulta do futebol feminino: <https://www.corinthians.com.br/futebol/feminino/estrutura>.

A força de uma marca, incluindo as marcas esportivas, é construída de maneira holística, por meio de orquestrações de um conjunto de ferramentas, inclusive propaganda, relações públicas, patrocínios, eventos, causas sociais e porta-vozes. Para as marcas esportivas o patrocínio apresenta importância singular nesse processo (KOTLER, 2003, Apud SILVA, p. 15, 2021).

No Corinthians, embora a imagem da equipe masculina já fosse consolidada no mercado esportivo, as ações voltadas para a equipe feminina foram desenvolvidas de modo singular. De antemão, é importante ressaltar que o investimento é a chave de tudo, e a contribuição na categoria não foi exclusivamente dentro de campo, com as atletas, mas também nas redes sociais digitais.

Esse detalhe, comum nos dias atuais, foi incorporado ao time feminino — uma novidade entre os clubes brasileiros —, e o clube percebeu que a visibilidade dada às mulheres aproximava não só os torcedores das jogadoras, mas, principalmente, as marcas e os patrocinadores. Como ressalta Henrique Toth, em matéria veiculada pela Globo Esporte em 25 de setembro de 2022: “o Corinthians foi um dos primeiros times a ter redes sociais exclusivas para a modalidade [...] hoje, soma mais de um milhão de seguidores no Instagram e mais de 300 mil no Twitter” (TOTH, 2022).

Nesse sentido, as ações de marketing do clube buscaram aproximar cada vez mais “as Brabas” do torcedor, em um movimento que integra tanto as redes sociais quanto o estádio de futebol. Não por acaso, a bilheteria das finais do Campeonato Brasileiro de 2022 e 2023, realizadas na Arena Corinthians, ultrapassou os 40 mil torcedores — recordes nacionais da modalidade —, com renda bruta próxima a 1 milhão de reais.

Um passo fundamental para esse feito foi a realização de partidas na casa do clube, a Neo Química Arena. Em 25 de abril de 2018, o time feminino realizou a sua primeira partida no estádio, um evento considerado histórico pelo departamento de marketing corinthiano. Esse marco destacou o papel do feminismo nas ações do clube desde 2018. Quem ressalta isso é o próprio gerente de comunicação do clube, Tiago Oliveira:

“Faz parte da história do Corinthians se envolver em campanhas de teor social, que levem uma mensagem importante às pessoas. Com toda essa discussão a respeito do respeito às mulheres e do combate ao

machismo, não tínhamos como ficar de fora e não usar nossa estrutura e visibilidade para essa causa”<sup>8</sup>.

De fato, o lugar das mulheres nunca foi tão bem representado por uma equipe de futebol como pelo Corinthians feminino. No cenário atual, as redes sociais desempenham um papel fundamental na popularização da equipe. Desde 2016, o clube apostou em uma comunicação própria para a modalidade, desenvolvendo campanhas e projetos específicos para plataformas como Instagram e Twitter (atualmente chamado X).

Essa estratégia, que inicialmente parecia arriscada para a época, consolidou o Corinthians como o maior perfil do Instagram entre as equipes femininas das Américas e um dos maiores em interações no mundo. Um ponto de destaque é que o clube foi pioneiro no Brasil ao criar canais nas redes sociais voltados exclusivamente para seu elenco feminino — exemplo disso é o perfil **@SCCPFutFeminino** no Twitter.

Como ressalta Ítana Luzia dos Santos, “tal ação e a repercussão com seu público impulsionam outras equipes a também adotarem a mesma estratégia” (SANTOS, p. 56, 2022). De forma abrangente, o conteúdo das redes sociais da equipe feminina abrange postagens informativas e interativas, fortalecendo o engajamento com torcedores e promovendo maior visibilidade para a modalidade.

Por lá, é possível encontrar todas as informações sobre a situação física das jogadoras, quais foram relacionadas para os jogos, quem entrará em campo, horários e locais das disputas, como conseguir os ingressos, informações pós-jogo, calendário da equipe, vídeos de bastidores, mensagens das atletas e *posts* de interação com a torcida (SANTOS, p. 56, 2022).

Junto a essas iniciativas do cotidiano do clube, destacam-se as ações voltadas para pautas sociais e simbólicas, como a celebração de datas comemorativas do calendário nacional e momentos marcantes da história do clube. Tudo isso sem abrir mão do protagonismo de suas jogadoras. Como ressalta Santos (2022), é comum ver o Corinthians feminino divulgar mensagens e imagens alusivas a datas como o Dia do

---

<sup>8</sup> Citação retirada do texto de Bárbara Sacchitiello, de 25 de Abril de 2018, pelo website Meio & Mensagem, intitulada “Como o feminismo vem ganhando espaço no marketing do Corinthians”. Disponível em:<https://www.meioemensagem.com.br/marketing/como-o-feminismo-vem-ganhando-espaco-no-marketing-do-corinthians#:~:text=Como%20o%20feminismo%20vem%20ganhando%20espa%C3%A7o%20no%20marketing,ao%20machismo%20entraram%20para%20as%20estrat%C3%A9gias%20do%20clube>. Acesso em 06/12/2024.

Orgulho LGBTQIA+, o Dia do Combate à Discriminação Racial e iniciativas contra o machismo no futebol.

Essas ações dialogam diretamente com o desenvolvimento do futebol feminino e o enfrentamento de seus estigmas no Brasil. Um grande exemplo é a campanha **#RespeitaAsMinas**, lançada na temporada de 2021. A campanha reforçou o compromisso do clube com a valorização, proteção e inclusão das mulheres, tanto nos gramados quanto nas arquibancadas. A iniciativa, realizada em parceria com a Nike, impactou significativamente as redes sociais e as lojas oficiais do clube. A mensagem foi estampada no uniforme roxo, utilizado por ambas as equipes — feminina e masculina —, marcando a primeira vez na história que um uniforme oficial de um clube da elite do futebol brasileiro foi estreado pelo time feminino (SANTOS, 2022).

Em resumo, as redes sociais do Corinthians feminino são mais que simples canais de divulgação; elas se configuram como espaços de interação, aproximação e engajamento. Esses canais promovem a troca de costumes e a criação de novas narrativas por meio de curtidas, compartilhamentos e publicações. O Corinthians feminino comprehende o poder desses espaços não apenas para atrair mais seguidores e curtidas, mas também para implementar estratégias que geram publicidade, propaganda e retorno financeiro para o clube. Além disso, essas ações têm incentivado a presença de um público que antes não era tão familiarizado com os estádios.

Essas iniciativas consolidam o Sport Club Corinthians Paulista feminino como a principal potência da modalidade no Brasil, tanto no aspecto esportivo quanto no impacto social e econômico.

## **Considerações finais**

De maneira objetiva, o presente artigo buscou apresentar as principais forças que moldam o futebol feminino brasileiro na atualidade, com ênfase na equipe do Sport Club Corinthians Paulista. Apesar de ser uma modalidade ainda marcada por estigmas sociais e corporativos, o futebol feminino se mantém e se desenvolve por meio da organização esportiva e do investimento econômico — fatores essenciais para qualquer esporte.

Nesse contexto, a representatividade desempenha um papel crucial no futebol feminino, sendo uma característica intrinsecamente ligada à história de

lutas e opressões enfrentadas pelas mulheres na busca por seu espaço no esporte. As batalhas históricas para simplesmente jogar futebol evidenciam o enorme esforço das mulheres desde o século passado no Brasil, e a partir dessa luta emergem os valores e propósitos que constituem o universo do futebol feminino.

Por fim, o projeto político e esportivo do Sport Club Corinthians Paulista destaca-se pela aposta na visibilidade digital, no investimento financeiro e na promoção de uma cultura social que valorize o futebol feminino de maneira ampla e inclusiva. As campanhas realizadas pelo clube, tanto nas redes sociais quanto nos estádios, geram impactos que transcendem as bilheterias e os patrocinadores — ainda que esses aspectos sejam fundamentais para o crescimento esportivo do clube. Essas ações refletem diretamente na forma como a sociedade enxerga e se relaciona com o futebol feminino.

Mais do que um exemplo a ser seguido, o Corinthians feminino consolida-se como uma referência, não apenas como um clube de futebol, mas como um símbolo de transformação e superação no esporte.

## Referências bibliográficas

BASTOS, F. C.; CARVALHO, M. J.; MORAES, I. F. *Formação de jogadores de futebol: processo histórico e bases para a evolução no Brasil*. PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review. Vol. 5, N. 2 Maio/Agosto, 2016.

BRASIL. *Decreto-Lei Nº 3.199, de 14 de abril de 1941*. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-3199-14-abril-1941-413238-publicacaooriginal-1-pe.html>. Acesso em 28/11/2024.

BROCH, Marina. *Histórico do futebol feminino no Brasil: considerações acerca da desigualdade de gênero*. Temporalidades - Revista de História, Edição 35, v. 13, n. 1 (Jan./Jun), 2021.

CHUTE DE BICO. *A Valorização do Futebol Brasileiro Feminino: Rumo à Igualdade nos Gramados*. Chute de Bico, 2023. Disponível em: <https://blog.chutadebico.com.br/a-valorizacao-do-futebol-feminino/>. Acesso em 01/12/2024.

CAMARGO, Letícia. *Futebol feminino: o papel das categorias de base*. Mercado do Futebol, 2020. Disponível em: <https://mercadodofutebol.com/futebol-feminino/futebol-feminino-o-papel-das-categorias-de-base/>. Acesso em: 02/12/2024.

DESS, Conrado. *Notas sobre o conceito de representatividade*. Urdimento - Revista de Estudos em Artes Ciências, Florianópolis, v. 1 n. 43, abr. 2022.

FERREIRA, D. P., & PAIM, M. C. C. *Estruturação das categorias de base no futebol.* EFDeportes - Revista Digital (Buenos Aires), Ano 16, N. 158, 2011. Disponível em: <https://www.efdeportes.com/efd158/estruturacao-das-categorias-de-base-no-futebol.htm>. Acesso em 03/12/2024.

GOELLNER, Silvana V. *Mulheres e futebol no Brasil: descontinuidades, resistências e resiliências.* Movimento (Porto Alegre), v. 27, e27001, 2001.

KNOPLOCH, Carol. *Entenda a fórmula do sucesso da Ferroviária, bicampeã da Libertadores feminina.* O Globo, 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/entenda-formula-do-sucesso-da-ferroviaria-bicampea-da-libertadores-feminina-24936474>. Acesso em 01/12/2024.

SANTOS, Ítana Luzia. *#Respeitaasminas: o Twitter do Corinthians feminino e a ressignificação do futebol de mulheres.* Monografia - Universidade Federal de Uberlândia, Faculdade de Educação, Curso de Jornalismo. Uberlândia (MG), 137 p. 2022.

SILVA, Ariane Azevedo. *A influência do marketing no futebol feminino.* 2021. 56f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de Empresas). Pontifícia Universidade Católica de CampinasLocal, Rio de Janeiro, 2021.

SILVA, Giovana Capucim. *Mulheres impedidas: A proibição do futebol feminino na imprensa de São Paulo.* Rio de Janeiro: Multifoco, 2017.

SCHMIDT, Heloísa. *O que torna a Ferroviária e o Corinthians os grandes campeões do cenário de futebol feminino do Brasil?* Disponível em: <https://leiemcampo.com.br/o-que-torna-o-ferroviaria-e-o-corinthians-os-grandescampeoes-do-cenario-de-futebol-feminino-do-brasil-2/>. Acesso em 27/11/2024.

TOTH, Henrique. Profissionalização e investimento até em redes sociais: como o Corinthians virou potência no futebol feminino. Globo Esporte, São Paulo, 25 de set. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2022/09/25/profissionalizacao-e-investimento-ate-em-redes-sociais-como-o-corinthians-virou-potencia-no-futebol-feminino.ghml> Acesso em: 22 jan. 2025.

WESTIN, Ricardo. *Futebol feminino já foi proibido no Brasil, e CPI pediu legalização.* Agência Senado, Edição 103, 2023. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/arquivo-s/futebol-feminino-ja-foiproibido-no-brasil-e-cpi-pediu-legalizacao>. Acesso em: 26/11/2024.