

MERCADO ESPORTIVO E ESCOLARIZAÇÃO DE MULHERES ATLETAS

SPORTS MARKET AND SCHOOLING OF FEMALE ATHLETES

Carlus Augustus Jourand Correia¹
Leonardo Bernardes Silva de Melo²
Antonio Jorge Gonçalves Soares³

RESUMO

O objetivo desse artigo é problematizar as desigualdades esportivas e como as mulheres administram a dupla carreira de formação no esporte e na escolarização, em diferentes níveis, e os possíveis impactos dessa administração no mercado da modalidade. O mercado esportivo é o ambiente social e/ou virtual propício às condições para a troca de bens, serviços e performances atléticas com vista à transformação desses em produtos econômicos. No entanto, a formação do esporte moderno, e conseqüentemente do seu campo no século XIX, constituíram-se como um espaço da masculinidade, quase exclusivamente formado por homens e envolto em conceitos diretamente esperados pelo gênero masculino. Os indicadores selecionados para mensurar essas diferenças de mercado esportivo foram: postos de trabalho, remuneração dos atletas, acesso a patrocinadores, exposição da imagem, competições realizadas, número de praticantes/consumidores. A existência de esportes com mercados mais consolidados e expandidos pode significar, aos olhos das atletas, um campo de possibilidades maior para a profissionalização e, conseqüentemente, um direcionamento maior para a prática esportiva em detrimento de outras atividades, entre elas a formação escolar.

PALAVRAS-CHAVE: Esporte, Mulheres, Dupla Carreira, Mercado Esportivo.

ABSTRACT

The purpose of this article is to discuss sports inequalities and how women manage their dual training career in sport and schooling, at different levels, and the possible impacts of this administration on the market. The sports market is the social and/or virtual environment conducive to the conditions for the exchange of goods, services and athletic performances with a view to transforming them into economic products.

¹ Doutor em Educação pela UFRJ (PPGE-UFRJ), professor da rede estadual e municipal de ensino. E-mail: carlus.jourand@gmail.com

² Doutor em Educação Física pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Professor da rede estadual e municipal de educação do Rio de Janeiro, das Universidades Estácio de Sá e Centro Universitário São José. E-mail: leonardo.melo@globo.com

³ Doutor em Educação Física pela Universidade Gama Filho. Professor da Faculdade de Educação e do Programa de Pós-Graduação em Educação (UFRJ). Pesquisador do CNPq/área Educação. Líder do Laboratório de Pesquisas em Educação do Corpo (LABEC/UFRJ). E-mail: ajgsoares@gmail.com

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

However, the formation of modern sport, and consequently of its field in the nineteenth century, constituted itself as a space of masculinity, almost exclusively formed by men and surrounded by concepts directly expected by the male gender. For the analysis the indicators selected to measure these differences in the sports market were: Jobs, athletes' remuneration, access to sponsors, image exposure, competitions held, number of practitioners / consumers. The existence of sports with more consolidated and expanded markets may mean, in the eyes of the athletes, a larger field of possibilities for professionalization and, consequently, a greater direction for the practice of sports to the detriment of other activities, including schooling.

KEYWORDS: Sport, Women, Dual Career, Sports Market.

A FORMAÇÃO DO MERCADO ESPORTIVO E A RELAÇÃO COM AS MULHERES

O artigo em tela se propõe a refletir a condição das mulheres no mercado esportivo profissional de forma ampla, com maiores destaques na modalidade do futebol e nas outras mais presentes no mercado de entretenimento (basquete, tênis, handebol etc.). O argumento que desenvolvemos não dá conta dos diferentes processos de luta e resistência das mulheres na conquista de espaço social nessa esfera, como também não aprofunda o debate sobre outras possibilidades de invisibilidade impostas pelos padrões culturais enraizados de machismo e tradição patriarcal nesse campo. No entanto, operamos nossa análise tendo como pano de fundo tanto o processo de subordinação imposto às mulheres como também suas lutas e resistências que não daremos conta de aprofundar nesse texto. Destacamos que a estrutura de oportunidades que o mercado oferece é ainda insuficiente para pensarmos a paridade entre homens e mulheres, mesmo com todas as mudanças operadas no campo esportivo, difusão de tecnologia de treinamento e midiática, expansão do mercado e maior participação das mulheres nessa esfera social.

O mercado esportivo é o ambiente social e/ou virtual propício às condições para a troca de bens, serviços e performances atléticas com vista à transformação desses em produtos econômicos e simbólicos. O mercado esportivo se caracteriza pela inserção de atletas profissionalizados de alto rendimento em um ambiente competitivo caracterizado por competições regulares e estáveis que cada vez mais se associam ao capital

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

econômico para transformar o esporte em um produto de consumo e retorno financeiro para seus patrocinadores e investidores através da exposição midiática, do marketing e da publicidade (PRONI, 2000, p.98).

Esse mercado esportivo é uma das características do campo esportivo entendido como o lugar em que, dentre outras coisas, se disputam o monopólio de imposição da definição legítima da prática esportiva e da função legítima da atividade esportiva, amadorismo contra profissionalismo, esporte-prática, contra esporte-espetáculo, esporte distintivo contra esporte popular ou de massa (BOURDIEU, 2007). Com isso, a estruturação e o funcionamento desse mercado esportivo de mulheres, ao longo do tempo, possuem correlações com formas com as quais se estruturou historicamente o campo esportivo mundial.

Segundo Bourdieu (1983), cada campo da vida social humana constituiu-se como um campo autônomo possuidor de suas próprias regras, seus agentes, suas disputas, suas tradições e suas vanguardas. A construção desses campos é produto de processos históricos da existência humana e de suas formas de enxergar o mundo. Contudo, através de um movimento dialético, a autonomia dos campos também perpassa por uma homologia estrutural entre eles, ou seja, os campos são articulados entre si, não só pela interpenetração dos efeitos dos conflitos, mas pela interpenetração das ideias que atravessam os campos, principalmente porque os agentes transitam entre eles e vivem em diversos campos ao mesmo tempo.

Na constituição do campo esportivo durante o final do século XIX e início do século XX, podemos verificar como as ideologias e os agentes sociais de outros campos como o científico, social, político e econômico influenciaram no desenvolvimento das práticas esportivas e corporais, bem como nos indivíduos habilitados ou não a praticá-los (CORREIA, 2014).

A formação do esporte moderno e, conseqüentemente, do seu campo no século XIX constituíram-se como espaço masculino, quase exclusivamente formado por homens e envolto em conceitos diretamente vinculados à masculinidade, tais como virilidade, vigor, coragem, competitividade e moralidade (GIGLIO *et al.*, 2018). A concepção do esporte enquanto uma atividade masculina e, portanto, vedada às mulheres, partia de pressupostos das hierarquias vivenciadas socialmente que se

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

transformaram em argumentos legitimados pela ciência da época, como por exemplo, a noção das diferenças biológicas entre homens e mulheres e as disposições inatas dos gêneros para determinadas atividades. A experiência social ganhou inteligibilidade para justificar as diferenças, sobretudo, a partir da medicina e da biologia.

Influenciada por essas ideias científicas da época, a biologia era utilizada como forma de naturalizar as distinções sociais e reforçar o sistema patriarcal. Para Guttmann (2002) o corpo, na virada do século XIX para o XX, visto pela biologia trazia a explicação que naturalizava as diferenças entre homens e mulheres, colocando-as como frágeis e que deveriam ocupar o lugar cultural que lhes imputava o papel de futuras mães como pessoas subordinadas ao poder dos homens. A historiografia demonstra que esse processo não se deu sem resistências e com diferenças entre as diferentes camadas sociais (PROST, 2009; DEL PRIORI, 1993).

Nesse sentido, o campo esportivo moderno na sua origem incorporou elementos consolidados no campo social, acerca do papel secundário da mulher e da proeminência do homem. A exclusão das mulheres nos primeiros momentos do esporte estava baseada nos papéis sociais designados para cada um naquele contexto. O mimetismo da guerra, o uso viril do corpo, e o tensionamento da capacidade física – expressos por meio do esporte – eram atividades masculinas, enquanto às mulheres sobrava-lhes a maternidade e os cuidados do lar no caso das burguesas ou os trabalhos domésticos e da lavoura, para aquelas das classes populares (ELIAS; DUNNING, 1992). Conforme ressalta Goellner (2016, p. 33), “a inserção performática das mulheres no esporte era observada como forma de masculinizá-la, seja porque alteraria seu corpo, potencializando-o, seja concedendo ao seu caráter atributos reconhecidos como viris”.

Influenciada por esses pressupostos, a mulher, em princípio pouco inserida no mercado de trabalho formal e valorizado, na política e nas decisões familiares (com exceção das mulheres das classes populares que desde cedo foram cabeça de família) (DEL PRIORI, 1993), teve também restrita sua participação nas atividades de lazer, dentre elas o esporte. Essa situação pode ser corroborada pelas dificuldades de aceitação e de inserção das mulheres nos Jogos Olímpicos da era Moderna, iniciados em 1896.

Pierre de Coubertin, idealizador e presidente do COI (Comitê Olímpico Internacional) por 29 anos, tentou manter as mulheres afastadas da participação nos Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

Jogos Olímpicos. Para o dirigente, faltava às mulheres “graça estética” para a prática do esporte, considerado por ele como arte viril. Sua posição foi explicitada em artigo escrito pelo menos em 1938 e intitulado “As mulheres e os esportes”. Nele Coubertin diz que:

(...) serão sempre imitações imperfeitas. Nada se aprende vendo-as agir; e assim os que se reúnem para vê-las obedecem a preocupações de outra espécie (...) Talvez as mulheres compreenderão logo que esta tentativa não é proveitosa nem para seu encanto nem mesmo para sua saúde. De outro lado, entretanto, não deixa de ser interessante que a mulher possa tomar parte, em proporção bem grande, nos prazeres esportivos do seu marido e que a mãe possa dirigir inteligentemente a educação física de seus filhos (COUBERTIN, 1938 apud GOELLNER, 2005, p.144).

Na concepção de Coubertin, os esportes e, mais especificamente, os Jogos Olímpicos serviam para coroar a masculinidade, através da prática atlética, incompatível com a “natureza feminina”. Local onde imperava a esfera competitiva, a força, a virilidade e a coragem. Elementos só identificáveis nos corpos dos homens que se transformavam em ideal de masculinidade e a celebração pública da força masculina.

A despeito desse posicionamento, as mulheres, principalmente aquelas inseridas nos grandes centros urbanos da Europa e de outros países ocidentais, lutavam pelo seu espaço no universo esportivo, ao mesmo tempo em que diversos movimentos sociais requisitavam também paridade de participação em outras esferas e atividades públicas. As sufragistas lutavam, por exemplo, pelo direito de participar nas decisões de escolha política através do voto. Foi na virada do século XIX para o século XX que surgiu o movimento feminista, difusão da mulher no mercado de trabalho, no direito à instrução e na cena política (FRAISSE; PERROT, 1991).

A existência de uma noção comum de lutas em torno do direito à educação, ao voto e ao mercado de trabalho, no entanto, não pode ser vista como formação de um movimento unificado. Na verdade, a organização e atuação do movimento feminista nesse início, tanto no mundo como no Brasil, ficaram marcadas pela diversidade de interpretações sobre as formas de atuação e interpretações das autoras mais influentes do movimento. Essa diversidade fez com que Freedman (2014) afirmasse a existência de feminismos no plural.

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

No Brasil, um primeiro momento do movimento feminista, inserido entre o fim do século XIX e início do século XX, se fortaleceu principalmente a partir das ações de indivíduos isolados. Apesar de alguns exemplos de organização, esta era baseada primordialmente pela ação de uma mulher que procurava se descolar daquele ideal de mulher ligada a casa, aos filhos e ao marido, para lutar por mais espaço nos ambientes públicos e na defesa de direitos femininos (MATHIAS; RUBIO, 2010).

A ENTRADA DAS MULHERES NOS PRINCIPAIS EVENTOS DO CAMPO ESPORTIVO MUNDIAL

O cenário de mudanças no início dos anos 1900, de acordo com Pfister (1999), somente ganhou fôlego na década de 1920 como consequência da Primeira Guerra Mundial, quando as mulheres tiveram que assumir novas funções no mercado laboral, na vida política com o direito de voto, na educação com a maior participação na universidade e na liderança da família, em função da ausência de seus maridos destacados para lutarem na Primeira Grande Guerra.

O desenrolar do século XX e as transformações ocorridas no campo social, político e econômico, trouxeram para as mulheres uma nova relação com o corpo e com a sociedade, fazendo com que pudessem ocupar novos papéis na cena pública, dançando, saindo sós, explorando suas sexualidades, praticando esportes (THÉBAUD, 1991) e disputando competições esportivas (RUBIO, 2011). No entanto, a inserção das mulheres no esporte institucionalizado em agremiações, federações e confederações se fez de forma lenta, desigual entre as modalidades esportivas e baseadas em desigualdade de oportunidades quando comparadas aos esportes praticados pelos homens.

Um quadro da evolução da participação das mulheres nos Jogos Olímpicos – maior competição esportiva do mundo – retrata de maneira clara como só recentemente as mulheres conseguiram maior representatividade em número e em modalidades nesse evento.

Na primeira edição em Atenas (1896) todos os 241 participantes foram homens. A participação de mulheres só ocorreu pela primeira vez em Paris (1900), com a Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

aceitação de 22 competidoras (2,21%) nas modalidades de tênis e golfe. Apesar de um incremento significativo no número de participantes mulheres no período entre 1908 e 1948 – saltando de 37 para 390 atletas – esse contingente ainda não representava nem 10% do número total de competidores nos eventos. A porcentagem de mulheres nos jogos olímpicos só ultrapassou $\frac{1}{4}$ dos atletas em 1988, quando o contingente de mulheres alcançou 2.194 competidoras. Diga-se de passagem, a partir da década de 1980 vimos um incremento significativo no número de mulheres nos jogos e na porcentagem de participação delas entre os competidores.

Em 1980 em Moscou havia 1.115 mulheres (21,53%), passando na edição de 2000, em Sidney, para 4.069 (38,2%) e chegando ao Rio de Janeiro, em 2016, a marca histórica de 4.700 atletas, ou seja, 45% dos participantes (FREITAS; BARRETO, 2016). Quando observamos o número de modalidades destinadas às mulheres também é possível perceber um aumento gradativo de acesso antes interdito a elas. Sendo assim, se em 1900 as mulheres puderam competir somente em duas modalidades, em 1950 elas já participavam em mais de 25 modalidades e na última edição no Rio de Janeiro (2016) elas já estavam inseridas em 43 das 48 modalidades existentes (FIRMINO; VENTUR, 2017).

Quando nos voltamos para uma análise sobre o futebol de campo, categoria esportiva mais difundida e acompanhada no mundo, percebemos o quão recentes são os espaços e os investimentos realizados no futebol de mulheres. Na tentativa de obter alguma visão sobre a escala do profissionalismo de mulheres no esporte se torna interessante destacar o futebol, um esporte globalizado que ainda não deu amplitude e cobertura para participação das mulheres. Quase todos os países jogam essa modalidade esportiva, e atualmente existem mais países filiados à *Federação Internacional de Football Association* (FIFA) do que à Organização das Nações Unidas (CASTRO; RANINCHESKI; GROHMANN, 2015). É o esporte nacional em muitos países, sendo a Copa do Mundo o segundo maior evento esportivo do planeta em questão de audiência, investimentos e duração, perdendo apenas para os Jogos Olímpicos. Todavia, a saída das mulheres da arquibancada para as equipes oficiais foi um longo percurso.

As Copas do Mundo de futebol, modalidade masculina, existem desde 1930 quando a FIFA realizou a primeira edição no Uruguai, desde então elas acontecem

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

regularmente – com exceção das edições de 1942 e 1948 que não ocorreram devido à Segunda Guerra Mundial – e vêm crescendo em investimentos e interesses de patrocinadores e aficionados pelo esporte. No entanto, para as mulheres só foi inaugurada uma competição dessa natureza em 1991, 61 anos depois da masculina, com a primeira edição realizada na China.

Sobre a participação das mulheres no futebol é interessante destacar que no Brasil, ela foi proibida entre 1941 e 1979 devido ao decreto-lei 3.199 de 14 de abril de 1941. O decreto foi criado durante a Era Vargas (1930-1945) e proibiu, dentre os esportes considerados masculinos, a prática institucionalizada do futebol feminino no Brasil, segundo os termos da legislação. A justificativa era de que essa e outras modalidades, consideradas “de homens”, eram incompatíveis com a condição (feminina) e natureza biológica das mulheres. Assim, a determinação legal freou a possibilidade de institucionalização do futebol de mulheres na sociedade brasileira. Somente a partir de 1979, com a revogação desse decreto, é que o futebol de mulheres dá os primeiros passos para sua institucionalização no Brasil.⁴ Todavia, esse fato legal não impediu que mulheres em diferentes espaços, durante esse impedimento, praticassem futebol em forma de lazer, embora em números reduzidos.

Nos últimos 30 anos é inegável o avanço da participação de mulheres no campo esportivo, como mostram os Jogos Olímpicos e as criações de novas competições nacionais e internacionais de futebol, como a Copa do Mundo de Futebol FIFA, a *Champions League*⁵, bem como a Taça Libertadores da América⁶. Apesar disso, ainda hoje, as oportunidades de profissionalização para “sobreviver do esporte” não são paritárias entre homens e mulheres. O mercado esportivo direcionado aos homens se encontra mais estruturado do que aquele destinado às mulheres, em quase todas as modalidades, com exceção das raras modalidades que oportunizaram acesso mais rápido ao mercado esportivo (por exemplo, o tênis). Dentro dessa realidade, os investimentos e

⁴ A proibição da prática do futebol para mulheres no Brasil de forma institucionalizada não significou o abandono dessa atividade pelas mulheres. Estudos mais recentes feitos por Rigo *et al* (2008) e Ribeiro (2018) já levam em conta que o futebol entre mulheres não parou, necessariamente, com a proibição de 1941.

⁵ Competição de futebol de clubes na Europa.

⁶ Competição de futebol de clubes na América do Sul.

o espaço midiático dedicado aos homens são ainda significativamente maiores do que aquele conferido às mulheres.

PANORAMA DO MERCADO ESPORTIVO DAS MULHERES NO MUNDO

Nas análises realizadas, os indicadores selecionados para mensurar essas diferenças de mercado esportivo foram: Postos de trabalho, remuneração dos atletas, acesso a patrocinadores, exposição da imagem, competições realizadas, número de praticantes/consumidores. A utilização desses indicadores está balizada nas discussões realizadas por Proni (2000), Souza (1991), Mack (1980) e Helal (1997) quando, de forma direta ou indireta, esses autores dissertam sobre a importância desses elementos para entender o processo de profissionalização do esporte.

Os dados sobre o mercado esportivo das mulheres são fragmentados e em alguns casos, as confederações e federações nacionais possuem pouco ou nenhuma informação sistemática sobre número de profissionais, salários ou valores de patrocínio destinados aos esportes de mulheres. Diante disso, as informações utilizadas nessa pesquisa para identificar o mercado esportivo para mulheres são incompletas, mas nos possibilitam desenhar um panorama global para reflexão das oportunidades colocadas para as mulheres se profissionalizarem.

As informações foram coletadas a partir das 12 principais ligas esportivas de mulheres⁷, inseridas em seis modalidades diferentes. O argumento utilizado é que ao analisar os números das ligas mais consolidadas, podemos identificar aquela situação esportiva que se caracteriza como as melhores dentro do universo esportivo de mulheres. Sendo que para os casos omissos, a situação de esportivização tende a ser menos consolidada e até mesmo mais precarizada no sentido de salários, patrocínios e possibilidades de praticar o esporte.

⁷ O critério para considerá-la relevante foram os valores pagos a suas atletas, o número de participantes, a quantidade de jogos no ano e a exposição dessas ligas nas mídias dos países e do mundo.

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

Tabela 1 - As 12 maiores ligas esportivas de mulheres no Mundo

Liga	País	Temporada	Esporte	Times	Jogadores	Salário Médio
WNBA	USA	2017	Basquete	12	144	€ 64.330
Super Netball	Austrália	2017	Vôlei	8	80	€44.770
D1-feminine	França	2017-2018	Futebol	12	273	€ 42.180
Frauen-Bundesliga	Alemanha	2017-2018	Futebol	12	278	€37.060
FAWSL	Inglaterra	2017-2018	Futebol	10	157	€ 29.960
Damehåndbold	Dinamarca	2017-2018	Handball	12	198	€ 29.540
NWSL	USA	2017	Futebol	10	199	€ 23.300
Big Bash	Austrália	2017-2018	Cricket	8	128	€ 13,210
Damallsvenskan	Suécia	2017	Futebol	12	240	€ 12.000
W-League	Austrália	2017-2018	Futebol	9	162	€ 9.150
AFL Women	Austrália	2018	Rugby	8	218	€ 8.370
Liga MX	México	2017-2018	Futebol	16	384	€ 1.880

Fonte: Sporting Intelligence, 2017.

Ao analisar o esporte das mulheres a partir dessas ligas a primeira questão que chama a atenção é a média salarial conferida às atletas das diferentes modalidades. A WNBA, liga de basquete americano, é aquela que melhor remunera suas atletas possuindo uma média de € 64.330,00, por mês, sendo que o mínimo permitido para

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

remuneração é de € 30.000,00 e o teto para remuneração é de € 110.000,00. No outro extremo dessas ligas de destaque temos a MX, liga mexicana de futebol, que em média desembolsa por mês €1.800,00 para cada atleta. Apesar dos valores poderem ser considerados relativamente altos quando comparados com a média salarial do mercado ordinário profissional desses países, respectivamente USA e México⁸, ainda sim eles estão muito abaixo dos valores destinados aos atletas homens das mesmas modalidades. No caso da liga americana de basquete masculino, NBA, os valores médios de salário giram em torno de 2,1 milhões de euros por atleta, ou seja, cinco atletas da NBA poderiam pagar em um mês todos os salários das 144 atletas do WNBA pelo período de um ano.

Além da questão salarial claramente desfavorável às mulheres, quando comparada com os homens, a situação dos patrocínios também evidencia a dificuldade do esporte de mulheres em auferir dividendos financeiros por meio de parcerias comerciais. Como sabemos, as remunerações de atletas não se limitam aos salários e os valores de patrocinadores e marcas constituem-se como uma importante fonte de recursos para se “viver de esporte”. Aqui temos mais um exemplo de como padrão de status atua na cultura e no mercado, pois, os mercados feitos por homens e para homens, não investiram suficientemente na divulgação de produtos, mercadorias e espetáculo esportivo associados à atleta mulher que se alinha com as demandas e expectativas sociais da mulher livre, independente, consumidora, determinada e vitoriosa.

Nessa situação, observamos que os patrocínios para mulheres são pequenos tanto do ponto de vista quantitativo quanto do ponto de vista qualitativo. Segundo pesquisa realizada pela Revista Forbes em 2017, o contingente total de dinheiro investido por patrocinadores no esporte de mulheres representava apenas 0,4% do total investido no mercado esportivo, ou seja, os outros 99,6% estavam alocados em modalidades e atletas do gênero masculino.

De acordo com a Forbes, o esportista que ganhou mais dinheiro em 2017 foi o jogador de futebol português Cristiano Ronaldo, jogador do Real Madrid, que recebeu 93 milhões de dólares (€ 75,3). Enquanto isso, a mulher que mais arrecadou naquele

⁸ A média salarial mexicana em euros corresponde a aproximadamente 190,00, enquanto nos EUA esse valor é de aproximadamente 2.000,00 euros. (OIT, 2018)

mesmo ano foi Serena Williams, que ganhou 27 milhões de dólares (€ 21,8), ou seja, uma diferença de 2/3 entre eles. Embora saibamos que as modalidades e mercados são diferentes e a comparação pode ser considerada espúria, vale ressaltar que uma das atletas mais bem pagas do mundo fica distante do atleta mais bem remunerado naquela época.

Nas premiações por campeonatos, na mesma modalidade esportiva, a situação também não é diferente. A título de exemplificação, enquanto a equipe de futebol de mulheres dos EUA ganhou US\$ 2 milhões da organização nacional por vencer a Copa do Mundo de 2015, a seleção masculina alemã arrecadou US\$ 35 milhões após ser campeã da Copa do Mundo de 2014. Se o prêmio fosse dividido pelos jogadores em campo, a receita das americanas não chegaria a US\$ 200 mil por atleta, enquanto os alemães embolsariam mais de US\$ 3 milhões individualmente. Isso mostra que o mercado esportivo se estrutura a partir da tradição do esporte, como predominantemente masculina, e também tal mercado não trabalha, intensamente, para criar adesão e público para o esporte de mulheres que tem um tremendo potencial de expansão. A tradição parece atuar mais que a lógica racional de expansão do mercado capitalista nesse caso.

Se formos comparar a situação estritamente dentro da Federação Nacional de Futebol Norte-americana, ainda assim encontraríamos disparidades, pois, para essa mesma Copa do Mundo de 2014 a seleção americana eliminada nas oitavas de final recebeu como premiação US\$ 6 milhões pelo resultado. Isso significa três vezes mais do que a seleção de mulheres que se sagrou campeã.

O enriquecimento dos atletas reflete essa diferença de oportunidades e remunerações oferecidas às mulheres e aos homens. Na edição de 2016 divulgada pela Forbes, entre os cem atletas mais bem pagos do mundo há apenas duas mulheres: as tenistas Serena Williams, que recebeu US\$ 28,9 milhões, e Maria Sharapova, com US\$ 21,9 milhões por ano, respectivamente 40º e 88º no ranking. Valores altos, mas nem metade do que recebe a estrela masculina do tênis Roger Federer, US\$ 67 milhões. Quando nos voltamos para os resultados da Forbes no ano de 2017 percebemos que a situação torna-se ainda pior, com somente Serena Williams entre os 100 atletas mais

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

bem pagos, ocupando a posição 51º do ranking com rendimento de US\$ 27 milhões de dólares.

Dados da edição 2018 da revista supracitada chamam atenção por não ter nenhuma mulher no top 100, mesmo o ranking apresentando atletas de 11 diferentes modalidades. Esse mercado, apesar das transformações ocorridas ao longo do século passado, ainda é um campo de batalha para as mulheres na reivindicação de paridade de participação no esporte institucionalizado e nos rendimentos deste.

A questão paridade entre homens e mulheres se faz sentir mais em algumas modalidades quando comparadas com outras. O tênis, por exemplo, é um dos esportes mais equânimes, onde todos os principais torneios oferecem prêmios idênticos nas disputas de mulheres e de homens, e há a possibilidade de participação mista em torneios. No entanto, a diferença de salários e patrocínios dos primeiros do ranking ainda é considerável. Mesmo aqui a paridade ainda não existe.

No futebol essa diferenciação atinge seu ápice. Neymar e Marta são dois expoentes desse esporte e estiveram em campo na disputa pelo ouro olímpico em 2016. Ela já foi eleita seis vezes a melhor jogadora do mundo pela FIFA e marcou mais de 103 gols com a camisa da seleção. Ele conquistou o terceiro lugar na última votação para melhor do mundo em 2016, e chegou a mais de 50 gols defendendo o Brasil, na época desse levantamento. Mas a diferença financeira entre os dois se sobressai: Marta recebia um salário anual US\$ 400 mil contra US\$ 14,5 milhões de Neymar, de acordo com a Forbes. Se fossem pagos por gols, cada bola na rede da Marta valeria cerca de US\$ 3,9 mil, enquanto as do Neymar valeriam US\$ 290 mil. Esses valores são fortemente influenciados pelas receitas de patrocínio e pelo tipo de mercado que está estruturado. A título de comparação as receitas patrocinadas da Copa do Mundo masculina chegaram a US\$ 529 milhões. Na Copa do Mundo de Mulheres, US\$ 17 milhões de investimentos privados. Uma diferença de mais de 3.000% entre os dois.

Visibilidade e popularidade são palavras-chave para entender por que os esportes de mulheres atraem menos patrocínios. A mídia dá pouca visibilidade às conquistas das mulheres e aos campeonatos das mulheres. Além disso, a mídia produz muita visibilidade à representação do esporte para os homens, e pelos homens (GOELLNER, 2016). Embora o esporte de mulheres tenha um imenso potencial de

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

crescimento de mercado, a mesma mídia que investiu na difusão e divulgação dos esportes masculinos em seu processo de institucionalização, na virada do século XIX para o XX, educando seus consumidores, hoje pouco investe na formação desse potencial mercado que poderia atrair um alto contingente de adeptas às modalidades de mulheres, sem contar o imenso contingente de mulheres que está acima dos 50% nos censos populacionais e o alto potencial de consumo desse grupo, apesar da segmentação econômica.

Os acordos de transmissão e direitos televisivos exercem uma poderosa influência nos negócios esportivos. A popularidade dos jogos, com o comparecimento aos estádios para ver as equipes de mulheres, também afeta diretamente a receita dos campeonatos e o interesse das emissoras. Quanto menos pessoas prestigiam as atletas, menos elas são noticiadas e televisionadas. Quanto menos são noticiadas e televisionadas, menos pessoas têm o interesse despertado e as prestigiam. Um círculo vicioso que explica em grande parte a batalha para equalizar economicamente as competições de mulheres e homens. Acreditamos que essa situação só se reverterá a médio prazo com mobilização e apelo no mercado e fora do mercado, com educação e formação de sensibilidades para o esporte de mulheres.

Com relação aos postos de trabalho, também podemos verificar que o mercado esportivo para mulheres possui poucas vagas nas divisões de elite, principalmente devido ao pequeno número de clubes que integram as principais divisões do futebol de mulheres. Pegando o caso do futebol mais uma vez, entre as 12 maiores ligas de futebol de mulheres, observamos que nos países centrais desse esporte (EUA, Alemanha, Reino Unido, Suécia, México, Austrália etc), as ligas em geral, contam com o máximo de 12 clubes de futebol de mulheres na divisão principal, a exceção é o México que conta com 16 clubes na divisão de elite. Em comparação, as ligas de elite do futebol de homens contam no mínimo com 18 clubes podendo, em alguns países, chegar a 26, como é o caso do México. Esse fato impacta diretamente na quantidade de postos de trabalho para as mulheres e também na estruturação do mercado.

A título de comparação podemos identificar que enquanto a liga inglesa de mulheres conta com 10 equipes e 157 atletas na sua divisão principal, a *Premier League*, segmentação masculina, homóloga da modalidade no país, conta com 20

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

equipes e 522 atletas profissionalizados.⁹ No caso alemão, a liga de mulheres conta com 12 equipes e 278 atletas inscritas, a versão masculina, no entanto, conta com 18 equipes e 497 atletas inscritos.

Se formos abordar situações fora desse G-12 das maiores ligas de futebol, veremos que a situação de desigualdade de oportunidades se torna ainda mais acentuada. Analisando o exemplo brasileiro no futebol identificamos que somente há seis anos foi criada uma competição nacional de mulheres para a modalidade.¹⁰ Na última edição realizada em 2019 contava-se com 2 divisões, sendo que a primeira divisão com 16 equipes e 352 atletas inscritas e a segunda divisão com 36 equipes e 720 atletas inscritas. Enquanto isso, a modalidade masculina encontra-se consolidada e existente de forma regular desde 1971 e, de acordo com os dados do último campeonato em 2019, contava com 4 divisões sendo que as 3 primeiras divisões (A, B e C) possuíam 20 equipes cada e aproximadamente 700 atletas inscritos em cada uma delas. Na quarta divisão tínhamos 68 equipes e aproximadamente 1495 atletas inscritos (KESTELMAN; BARLEM, 2019).

A INSERÇÃO DA DUPLA CARREIRA NO DIÁLOGO COM O MERCADO

Observando o processo de formação de atletas na fase em que vivem a dupla carreira no esporte e na formação escolar/acadêmica, os dados indicam que as estudantes-atletas pouco investem na continuidade esportiva. Baron-Thiene e Alfermann (2015) apontaram que 62,1% dos estudantes-atletas da Inglaterra, Alemanha, EUA e Dinamarca que abandonaram a carreira esportiva e as escolas secundárias vocacionadas para o esporte, eram mulheres. Fuchs *et al.* (2016) indicaram que as atletas mulheres tendem a priorizar a carreira acadêmica em relação ao esporte, pois, são racionais e sabem da limitação do mercado esportivo para elas. Sua análise indica

⁹ Esses dados podem ser ainda mais discrepantes se englobarmos as divisões inferiores da Inglaterra, visto que na modalidade masculina temos mais de seis divisões com equipes profissionais ou semiprofissionais gerando algum tipo de vínculo empregatício profissionalizado. No caso feminino existem duas divisões principais e a partir da terceira divisão elas se dividem em campeonatos regionalizados.

¹⁰ Antes da criação dessa liga de futebol para mulheres, existiram outras iniciativas de âmbito nacional desde 1983. Contudo, se caracterizaram pela efemeridade e pela sua descontinuidade. Um desses casos, a título de exemplo, foi a Copa do Brasil de futebol Feminino que existiu entre 2007 e 2016.

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

que um dos motivos para essa tendência de decisão se vincula ao fato que esporte de mulheres oferece oportunidades limitadas de carreira e o mercado é reduzido, se comparado ao mercado esportivo para os homens. Além disso, os dados internacionais indicam que as mulheres apresentam melhor rendimento acadêmico em todos os níveis quando comparadas aos homens (DOUPONA TOPIČ, 2005; SHUMAN, 2009). A questão é: por que investir na carreira esportiva quando as credenciais educacionais oferecem mais oportunidade de sucesso para as mulheres. Observemos que no jogo entre o esporte e a escola/universidade as oportunidades de sucesso percebidas por homens e mulheres são diferentes e são dadas pela estrutura de mercado.

As mulheres também relataram maior confiança em atender às suas exigências acadêmicas em relação aos atletas do sexo masculino, provavelmente devido ao maior esforço dedicado ao estudo em função do sucesso ser mais controlável que o sucesso e os ganhos esportivos. Costa (2012) mostrou que atletas de futsal em Santa Catarina se mantinham no esporte como forma de obter bolsas de estudo em instituições de ensino particulares. Por outro lado, os estudantes-atletas masculinos tendem a escolher o projeto esportivo com maior frequência em função da própria estrutura do mercado que, ainda que limitado, oferece mais oportunidades quando comparado com o das mulheres. Observemos que no jogo entre o esporte e a escola as oportunidades de sucesso pelo grupo de meninas são diferentes.

Os números apresentados para esses casos específicos mostram que o problema do mercado do esporte para mulheres não se explica apenas pela demanda de consumo desse esporte na sociedade. As diferenças salariais, do número de postos de trabalho e dos patrocínios, estão associadas à tradição conservadora e patriarcal que ainda domina a cultura no campo esportivo e em outros campos de atuação social abertos, demandados pela luta de mulheres. As diferenças servem como elementos de denúncia, mas não explicam especificamente aquilo que produziu historicamente a não paridade de participação entre homens e mulheres. Não apenas podemos indicar o processo de subordinação geral que foi imposto às mulheres historicamente como resposta. Temos que pensar na produção das desigualdades também a partir de campos específicos de atuação social para desvendarmos os processos e barreira que impediram e ainda impedem a participação paritária entre mulheres e homens.

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

A análise e a compreensão do mercado esportivo para mulheres como um todo, e de cada modalidade, em específico, são importantes, pois, tais mercados estruturam a composição do campo de possibilidades dessas atletas e a forma pela qual enxergam as chances de oportunidades de profissionalização esportiva. A existência de esportes com mercados mais consolidados e expandidos pode significar, aos olhos das atletas, um campo de possibilidades mais alargado para a profissionalização e, conseqüentemente, um direcionamento maior para a prática esportiva em detrimento de outras atividades que historicamente a tradição legou as mulheres.

REFERÊNCIAS

BARON-THIENE, A.; ALFERMANNAN, D. Personal characteristics as predictors for dual career dropout versus continuation- A prospective study on adolescent athletes from German elite sport schools. **Psychology of Sport & Exercise**, v. 21, p. 42-49, nov. 2015.

BRASIL. Decreto nº 3.199, de 4 de abril de 1941. Estabelece as bases de organização do desporto em todo o País. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, 16 abr. 1941.

BOURDIEU. P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Tradução - Fernando Tomáz. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1983.

CASTRO, Henrique Carlos de Oliveira de; RANINCHESKI, Sonia; GROHMANN, Luiz Gustavo Mello (orgs.). **Poder e Esporte: política internacional e mudanças globais**. Brasília: Verbena Editora, 2015.

CORREIA, C. A. J. **Entre a profissionalização e a escolarização: projetos e campo de possibilidades em jovens atletas do Colégio Vasco da Gama**. 2014. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

COSTA, F. R. da. **A escola, o esporte e a concorrência entre estes mercados para jovens atletas mulheres no futsal de Santa Catarina**. 2012. Tese (Doutorado em Educação Física) – Programa de Pós-graduação em Educação Física, Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 2012.

DEL PRIORE, M. **Ao Sul do Corpo: condição feminina, maternidades e mentalidades no Brasil Colônia**. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1993.

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

DOUPONA TOPIČ, M. Sport, gender and the issues of life. *In*: Gilbert, Keith D. **Sexuality, sport and the culture of risk (103–118)**. Oxford: Meyer and Meyer Sport, v. 6, 2005.

ELIAS, N; DUNNING, E. **A Busca da excitação**. Lisboa: Difel, 1992.

FIRMINO, C. B.; VENTUR, M. S. A evolução histórica da participação feminina nos Jogos Olímpicos da Era Moderna e a inclusão das mulheres no esporte de competição. **Triade**, Sorocaba, SP, v. 5, n. 10, p. 247-260, dez. 2017.

FORBES. **The world's highest-paid athletes**. 2017. Disponível em: <http://www.forbes.com/athletes/list/>. Acesso em: 29. set. 2018.

FRAISSE, G; PERROT, M. Ordens e liberdades. *In*: DUBY, George; PERROT, Michelle (orgs.). **História das mulheres: o século XIX**. Portugal: Afrontamento, 1991. p. 10-15.

FREEDMAN, J. **A New Era of Consciouness-Raising**. Boston: Boston University, 2014.

FREITAS, A. BARRETO, M. **Almanaque Olímpico: SPORTV**. São Paulo: Casa da Palavra. 1. ed, 2014.

FUCHS, P. X. W. *et al.* European student-athletes' perceptions on dual career outcomes and services. **Kinesiologia Slovenica**, Eslovênia, v. 2, n. 22, p.31-48, 2016.

GIGLIO, Sergio Settani *et al.* Desafios e percalços da inserção da mulher nos Jogos Olímpicos (1894-1965). **Record**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 1-22, jan./jun. 2018.

GOELLNER, Silvana V. Mulheres e futebol no Brasil: entre sombras e visibilidades. *In*: **Revista de Educação e Esporte**. São Paulo, v. 19, n. 2, p. 143- 151, 2005.

GOELLNER, S. V. Jogos Olímpicos: a generificação de corpos performantes. **Revista USP**. São Paulo, n. 108, p. 29-38, jan./fev./mar. 2016.

GUTTMANN, A. **The Olympics: a history of the Modern Games**. 2. ed. Illinois: Universtiy of Illinois Press, 2002.

HELAL, R. **Passes e Impasses: futebol e cultura de massa no Brasil**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

KESTELMAN, A.; BARLEM, C. A história do futebol feminino no Brasil. **Globo Esporte**, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://interativos.globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino>. Acesso em: 06 jan. 2019.

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217

MACK, R. C. **Futebol Empresa**: a nova dimensão para o futebol brasileiro. Rio de Janeiro: Palestra, 1980.

MATHIAS, M. B.; RUBIO, K. As práticas corporais femininas em clubes paulistas do início do século XX. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v.24, n.2, p.277-86, abr./jun. 2010.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO – OIT. **Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo**: Avance Global sobre las Tendencias del Empleo Feminino 2018. Genebra: Oficina Internacional del Trabajo, 2018.

PRONI, M. W. **A metamorfose do Futebol**. Campinas: UNICAMP, 2000.

PROST, A. Fronteiras e espaços do privado. In: PROST, Antoine; VINCENT, Gérard (org.). **História da vida privada**: Da Primeira Guerra a nossos dias. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. p. 13 -136.

RIBEIRO, R. R. Futebol de Mulheres em tempos de proibição: o caso das partidas Vespasiano X Oficina (1968). **Mosaico**, Rio de Janeiro, v.9, n.14, p. 48-69, 2018.

RIGO, L. C. *et al.* Notas sobre o futebol feminino pelotense em 1950: um estudo genealógico. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 29, n. 3, p. 173-188, mai. 2008.

RUBIO, K. A cordialidade feminina no esporte brasileiro. In: RUBIO, Katia (org.). **As mulheres e o esporte olímpico brasileiro**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2011. p. 85-102.

SHUMAN M. P. **Academic, Athletic, and Career Athletic Motivation as Predictors of Academic Performance in Student Athletes at a Division I University**. Dissertação (Dissertation Submitted to the Faculty of The Graduate School) - University of North Carolina, 2009.

SOUZA, Ana Márcia de. **Esporte Espetáculo**: a mercadorização do movimento corporal humano. 1991. 152 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Educação, Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1991.

THÉBAUD, Françoise. A grande guerra: o triunfo da divisão sexual. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle; FRAISSE, Geneviève (orgs.). **História das mulheres no ocidente**: O século XIX. Porto: Afrontamento, 1991. p. 31-93.

Recebido em: 03/02/2020
Aprovado em: 02/04/2020

Mercado esportivo e escolarização de mulheres atletas - Carlus Augustus Jourand Correia; Leonardo Bernardes Silva de Melo; Antonio Jorge Gonçalves Soares – p. 199-217