

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA - UNESP**  
**Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design - Campus de Bauru**

**JEFERSON JOSÉ SILVÉRIO DOS SANTOS**

**ENTRE A MUDIATIZAÇÃO DE UMA PAIXÃO E O ORGULHO DE TORCER:  
POLÍTICAS COMUNICACIONAIS DE COLETIVOS LGBTQIA+ NO FUTEBOL  
BRASILEIRO**

Bauru  
2026



**JEFERSON JOSÉ SILVÉRIO DOS SANTOS**

**ENTRE A MIDIATIZAÇÃO DE UMA PAIXÃO E O ORGULHO DE TORCER:  
POLÍTICAS COMUNICACIONAIS DE COLETIVOS LGBTQIA+ NO FUTEBOL  
BRASILEIRO**

Trabalho de dissertação apresentada à  
Universidade Estadual Paulista (UNESP),  
Faculdade de Arquitetura, Artes,  
Comunicação e Design , Bauru, para  
obtenção do título de mestre em  
Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação  
Midiática

Orientador: Prof. Dr. Carlo José  
Napolitano

Bauru

2026

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| S237e | <p>Santos, Jeferson José Silvério dos</p> <p>Entre a midiaticização de uma paixão e o orgulho de torcer : políticas comunicacionais de coletivos LGBTQIA+ no futebol brasileiro / Jeferson José Silvério dos Santos. – Bauru, 2026</p> <p>201 p. : il.</p> <p>Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru</p> <p>Orientador: Carlo José Napolitano</p> <p>1. Midiaticização. 2. Futebol. 3. Coletivos LGBTQIA+. 4. Gênero e sexualidade. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design. II. Título.</p> |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE JEFERSON JOSÉ SILVÉRIO DOS SANTOS, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 13 de agosto de 2026, às 10h, no(a) <https://meet.google.com/fvo-kbkc-zvy>, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de JEFERSON JOSÉ SILVÉRIO DOS SANTOS, intitulada "Entre a midiaticização de uma paixão e o orgulho de torcer: Políticas comunicacionais de coletivos LGBTQIA+ no futebol brasileiro". A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Associado CARLO JOSÉ NAPOLITANO (Orientador(a) - Participação Presencial) do(a) Departamento de Ciências Humanas / UNESP / Câmpus de Bauru - FAAC, Professora Associada LARISSA MAUÉS PELÚCIO SILVA (Participação Virtual) do(a) Pró-reitoria de Ações Afirmativas, Diversidade e Equidade / UNESP / Reitoria - RUNESP, Professora Adjunta LEDA MARIA DA COSTA (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-graduação em Comunicação / Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Após a exposição pelo mestrando e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, o discente recebeu o conceito final **APROVADO**. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.



Documento assinado digitalmente  
CARLO JOSE NAPOLITANO  
Data: 13/08/2026 10:59:19-0300  
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Professor Associado CARLO JOSÉ NAPOLITANO



## **IMPACTO POTENCIAL DESTA PESQUISA**

A pesquisa poderá contribuir para ampliar o conhecimento sobre as relações entre mediatização, redes sociais e futebol, especialmente a partir das práticas comunicacionais de coletivos LGBTQIA+. Espera-se que os resultados favoreçam novas reflexões sobre as transformações da cultura torcedora, a participação social e as formas de circulação de sentidos no ambiente virtual, contribuindo para o debate acadêmico nacional e para o diálogo com estudos desenvolvidos em outros contextos. Ao abordar um fenômeno contemporâneo e socialmente relevante, o estudo também poderá produzir subsídios para ações educativas e para a valorização da diversidade na cultura futebolística.

## **POTENTIAL IMPACT OF THIS RESEARCH**

The research may contribute to expanding knowledge of the relationships between mediatization, social media, and football, particularly through the communication practices of LGBTQIA+ football supporters' groups. The findings are expected to foster further reflection on transformations in supporter culture, social participation, and the circulation of meanings in digital environments, contributing to academic debate in Brazil and to dialogue with studies developed in other contexts. By addressing a contemporary and socially relevant phenomenon, the study may also provide insights for educational initiatives and for promoting diversity within football culture.

**JEFERSON JOSÉ SILVÉRIO DOS SANTOS**

**ENTRE A MUDIATIZAÇÃO DE UMA PAIXÃO E O ORGULHO DE TORCER:  
POLÍTICAS COMUNICACIONAIS DE COLETIVOS LGBTQIA+ NO FUTEBOL  
BRASILEIRO**

Trabalho de dissertação apresentada à  
Universidade Estadual Paulista (UNESP),  
Faculdade de Arquitetura, Artes,  
Comunicação e Design , Bauru, para  
obtenção do título de mestre em  
Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação Midiática

Data da defesa: 13/08/2026

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Carlo José Napolitano  
UNESP - Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design - Campus de  
Bauru

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Larissa Maués Pelúcio Silva  
UNESP - Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design - Campus de  
Bauru

---

Prof.<sup>a</sup> Dra.<sup>a</sup> Leda Maria da Costa  
UERJ - Faculdade de Comunicação Social

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao meu companheiro Elias, por acreditar no meu sonho e por decidir viver este momento ao meu lado, mesmo diante da distância de sua família.

Agradeço também pela oportunidade de estar novamente próximo à minha família e por poder experienciar momentos de felicidade ao longo deste processo.

Aos professores e professoras do programa, agradeço pelas contribuições ao meu percurso formativo, pelo compartilhamento de conhecimentos e pelo auxílio durante esta etapa de aprendizagem.

Agradeço especialmente ao meu orientador, professor doutor Carlo José Napolitano, pela paciência, pela confiança e pela abertura que me proporcionou para que eu pudesse construir, com autonomia, as escolhas teóricas e metodológicas desta pesquisa. Foi a partir da nossa torcida em comum pelo Palmeiras que surgiu a inspiração para me debruçar sobre este tema.

Agradeço às professoras Larissa Maués Pelúcio Silva e Leda Maria da Costa, integrantes da banca examinadora, pelas valiosas contribuições e pelos ensinamentos compartilhados.

Agradeço também às pessoas interlocutoras desta pesquisa, por aceitarem participar deste trabalho e, sobretudo, por continuarem lutando pelo direito de torcer e pela construção de espaços mais plurais no futebol.

Por fim, agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela concessão da bolsa de mestrado, que possibilitou a realização desta pesquisa (processo 88887.990281/2024-00).

“O futebol é a mais importante das coisas  
menos importantes da vida”  
(Arrigo Sacchi)

## RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo analisar de que modo as políticas comunicacionais desenvolvidas nas redes sociais pelos coletivos PorcoÍris, LGBTricolor, Vasco LGBTQ+ e Marias de Minas, a partir de 2019, contribuem para o enfrentamento da LGBTQIA+fobia no futebol brasileiro. A pesquisa articula duas dimensões centrais do futebol no país: a midiaticização de um esporte historicamente constituído como paixão nacional e o orgulho de torcer, evidenciando, de um lado, as transformações ocorridas ao longo das últimas décadas em decorrência da intensificação da presença dos meios de comunicação e, de outro, a emergência e a (re)existência de coletivos LGBTQIA+ que, ao ocuparem os espaços virtuais, reivindicam sua legitimidade nesse universo. O problema que orienta a investigação decorre da indagação acerca de como as ações desses coletivos no ambiente digital colaboram para o enfrentamento da LGBTQIA+fobia no futebol brasileiro, considerando que, embora tenham se ampliado numericamente nos últimos anos, suas atuações permanecem majoritariamente circunscritas às redes sociais, em razão, principalmente, do estigma e da violência que historicamente atravessam esse espaço. Nesse sentido, a pesquisa justifica-se pela necessidade de compreender esse fenômeno diante da ampliação das formas de vivenciar o futebol, em um cenário no qual diferentes sujeitos passam a encontrar condições para expressar seus vínculos afetivos com os clubes. Para tanto, a dissertação recorre à revisão bibliográfica como procedimento central para a construção do referencial teórico, orientado pelo exame do processo de midiaticização do futebol a partir da abordagem institucional, com foco no contexto brasileiro, pela análise do surgimento de uma nova fase dos coletivos de torcidas LGBTQIA+ a partir de 2019 e pela discussão da relação entre futebol, gênero e sexualidade à luz da literatura queer. No âmbito empírico, dedica-se à análise de entrevistas individuais em profundidade realizada com integrantes dos coletivos selecionados. A pesquisa evidenciou que as redes sociais são centrais nas estratégias de enfrentamento da LGBTQIA+fobia desenvolvidas pelos coletivos de torcidas LGBTQIA+, ao favorecerem a circulação de discursos e a mobilização de ações. Também foram discutidas as limitações impostas pelo ambiente virtual e pela lógica algorítmica, bem como a necessidade de análises sobre os impactos dessas estratégias no futebol.

**Palavras-chave:** midiaticização; futebol; coletivos LGBTQIA+; Gênero e sexualidade.

## ABSTRACT

This dissertation aims to analyze how the communication policies developed on social media by the collectives PorcoÍris, LGBTricolor, Vasco LGBTQ+, and Marias de Minas, since 2019, contribute to addressing LGBTQIA+phobia in Brazilian football. The research articulates two central dimensions of football in Brazil: the mediatization of a sport historically constituted as a national passion and the pride of being a supporter, highlighting, on the one hand, the transformations that have taken place over recent decades as a result of the increasing presence of the media and, on the other, the emergence and (re)existence of LGBTQIA+ collectives that, by occupying virtual spaces, claim their legitimacy within this universe. The research problem stems from the question of how the actions of these collectives in the digital environment contribute to addressing LGBTQIA+phobia in Brazilian football, considering that, although their numbers have increased in recent years, their activities remain largely confined to social media, mainly due to the stigma and violence that have historically permeated this space. In this regard, the research is justified by the need to understand this phenomenon in light of the expansion of ways of experiencing football, in a context in which different individuals are increasingly able to express their affective ties to football clubs. To this end, the dissertation employs a literature review as the central procedure for constructing its theoretical framework, guided by an examination of the mediatization process of football from an institutional approach, with a focus on the Brazilian context; an analysis of the emergence of the third wave of LGBTQIA+ fan collectives since 2019; and a discussion of the relationship between football, gender, and sexuality in light of queer scholarship. At the empirical level, the study focuses on the analysis of in-depth individual interviews conducted with members of the selected collectives. The research demonstrates that social media play a central role in the strategies developed by LGBTQIA+ fan collectives to address LGBTQIA+phobia, by facilitating the circulation of discourses and the mobilization of actions. The study also discusses the limitations imposed by the virtual environment and algorithmic logic, as well as the need for further analysis of the impacts of these strategies on football.

**Keywords:** mediatization; football; LGBTQIA+ football supporters; gender and sexuality.

## LISTA DE IMAGENS

|                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Imagem 1 – Mosaico da torcida do Atlético-MG durante a final da Copa do Brasil de 2024                               | 35 |
| Imagem 2 – Estádio Beira-Rio (RS) antes e depois da reforma para a Copa do Mundo                                     | 42 |
| Imagem 3 – Placa orientando a torcida a permanecer sentada, no Estádio Nabi Abi Chedid (SP)                          | 47 |
| Imagem 4 – Festival itinerante “ <i>I Wanna Be Tour</i> ”, realizado no Allianz Parque (SP)                          | 48 |
| Imagem 5 – Faixa da torcida do Corinthians em protesto contra o aumento dos ingressos do Campeonato Paulista de 2013 | 52 |
| Imagem 6 – Torcedores do São Paulo F. C. protestam contra o futebol moderno                                          | 53 |
| Imagem 7 – Protesto de torcedores corintianos Emerson Sheik                                                          | 74 |
| Imagem 8 – Manchete sobre a proibição de mulheres praticarem futebol no Brasil                                       | 82 |

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1 – Postagem de convocatória para seminário da Resistência Azul Popular                                        | 55  |
| Figura 2 – Postagem da Frente 1899 em protesto contra diretoria do clube                                              | 56  |
| Figura 3 – Manchete sobre a proibição de mulheres praticarem futebol no Brasil                                        | 65  |
| Figura 4 – Postagem de torcedor no X criticando a participação de mulheres na narração de jogos da Premier League     | 67  |
| Figura 5 – Postagem do jogador Vitor Roque em sua página do Instagram                                                 | 71  |
| Figura 6 – Comentário no Instagram da Cazé TV sobre a repercussão da postagem do jogador Vitor Roque                  | 72  |
| Figura 7 – Manchete “Coligay: história e pedágio da vitória”                                                          | 83  |
| Figura 8 – Capa do Jornal dos Sports com declaração de Márcio Braga                                                   | 85  |
| Figura 9 – Reportagem de Antônio Crysóstomo criticando as falas de Márcio Braga                                       | 86  |
| Figura 10 – Postagem colaborativa entre coletivos e grupos esportivos no Dia Internacional de Combate à LGBTQIA+fobia | 96  |
| Figura 11 – Postagem do Porcolris mostrando o adesivo do coletivo no estádio                                          | 98  |
| Figura 12 – Postagem do Vasco LGBTQ+ com comentários sobre a partida do clube                                         | 107 |
| Figura 13 – Postagem do coletivo Porcolris com a agenda de jogo do futebol feminino                                   | 111 |
| Figura 14 – Postagem da torcida LGBTricolor sobre o movimento “Nossas Vidas Importam”                                 | 112 |
| Figura 15 – Postagem do coletivo Marias de Minas sobre o lançamento da camisa oficial                                 | 113 |
| Figura 16 – Postagem da LGBTricolor no Dia Internacional do Orgulho Gay                                               | 116 |
| Figura 17 – Reportagem da revista Elle Brasil sobre jogadores gays no futebol                                         | 121 |



## SUMÁRIO

|                                                                                                                             |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>INTRODUÇÃO</b>                                                                                                           | <b>14</b>  |
| <b>2 “AQUECIMENTO”: QUESTÕES METODOLÓGICAS</b>                                                                              | <b>19</b>  |
| 2.1 Revisão bibliográfica                                                                                                   | 19         |
| 2.2 Entrevista individual em profundidade                                                                                   | 24         |
| <b>3 “PONTAPÉ INICIAL”: A MIDIATIZAÇÃO DE UMA PAIXÃO</b>                                                                    | <b>31</b>  |
| 3.1 A afetividade clubística e os modos de identificação torcedora na contemporaneidade                                     | 31         |
| 3.2 “Arenização” e as transformações do futebol em um espetáculo midiaticizado                                              | 37         |
| 3.3 Movimentos de torcedores contra a elitização do futebol no Brasil                                                       | 49         |
| <b>4 O FUTEBOL NAS MÍDIAS COMO ESPORTE “DE MACHO, PARA MACHO”</b>                                                           | <b>57</b>  |
| 4.1 Pensando gênero e sexualidade no futebol a partir dos Estudos Queer                                                     | 57         |
| 4.2 Espaços de reprodução e naturalização da masculinidade hegemônica no futebol                                            | 64         |
| 4.3 “Pode ser gay, desde que ninguém saiba”: impactos na mídia sobre não corresponder à masculinidade hegemônica no futebol | 73         |
| <b>5 “SEGUNDO TEMPO”: TORCIDAS GAYS, COLETIVOS LGBTQIA+ E OS NOVOS MODOS DE TORCER NO AMBIENTE VIRTUAL</b>                  | <b>80</b>  |
| 5.1 O “desbunde” das torcidas gays e sua repercussão na mídia brasileira                                                    | 80         |
| 5.2 Um novo momento para os coletivos brasileiros de torcida LGBTQIA+: identidades, atuação e resistência                   | 88         |
| 5.3 Redes de resistência e ativismo digital dos coletivos LGBTQIA+                                                          | 93         |
| <b>6 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS INDIVIDUAIS EM PROFUNDIDADE</b>                                                                | <b>102</b> |
| 6.1 PorcoÍris (Palmeiras-SP)                                                                                                | 102        |
| 6.2 LGBTricolor (Bahia-BA)                                                                                                  | 103        |
| 6.3 Vasco LGBTQ+ (Vasco-RJ)                                                                                                 | 103        |
| 6.4 Marias de Minas (Cruzeiro-MG)                                                                                           | 104        |
| 6.5 Ambiente virtual e comunicação com a torcida                                                                            | 105        |
| 6.6 Políticas comunicacionais de atuação dos coletivos no ambiente virtual                                                  | 110        |
| 6.7 A importância das redes sociais no combate a LGBTQIA+fobia no futebol                                                   | 116        |
| <b>7 “APITA O ÁRBITRO. FIM DE JOGO?”: CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>                                                              | <b>123</b> |
| REFERÊNCIAS                                                                                                                 | 128        |
| APÊNDICES                                                                                                                   | 142        |

## INTRODUÇÃO

A presente dissertação envolve um conjunto de reflexões e escolhas teórico-metodológicas voltadas a compreender como o futebol brasileiro, especialmente as práticas relacionadas ao torcer, tem sido impactado pelas transformações decorrentes da intensa presença da mídia. No contexto brasileiro, em que o futebol se consolidou como “paixão nacional”, torna-se inviável analisá-lo de forma dissociada dos processos históricos, culturais e sociais que conformaram e continuam a conformar suas práticas, significados e modos de apropriação. Esse entrelaçamento torna-se particularmente visível diante das transformações que marcaram o século XX, sobretudo aquelas associadas aos processos de globalização e midiaticização.

Por outro lado, o futebol foi e permanece como um espaço no qual pessoas que não se conformam à binaridade de gênero ou que não performam de acordo com expectativas normativas relacionadas à gênero e sexualidade são frequentemente excluídas, hostilizadas e alvo de preconceito. Contudo, ao mesmo tempo em que esse ambiente reproduz mecanismos de exclusão, também possibilita a emergência de grupos que constroem formas de resistência, estabelecendo entre si novas maneiras de sociabilidade e outros modos de torcer. Desse modo, esta pesquisa justifica-se pela necessidade de compreender esse fenômeno diante da ampliação de formas de vivenciar o futebol, em um cenário no qual diferentes sujeitos encontram condições para expressar seus vínculos afetivos com os clubes.

*“Entre a midiaticização de uma paixão e o orgulho de torcer”* articula duas dimensões centrais do fenômeno analisado. De um lado, evidencia-se a paixão pelo futebol que, ao longo das últimas décadas, foi atravessada por distintos processos, os quais reconfiguraram as formas de torcer e ressignificaram as relações entre pessoas torcedoras, clubes e arquibancadas. De outro, sobressai o orgulho de torcer, expressão que sintetiza a presença de coletivos LGBTQIA+<sup>1</sup> que, ao ocupar espaços virtuais, reivindicam legitimidade no universo futebolístico e tensionam padrões hegemônicos responsáveis por excluir sujeitos que não se conformam às normas rígidas de gênero e sexualidade.

---

<sup>1</sup> Nesta dissertação, adota-se a sigla LGBTQIA+ por sua recorrência no ativismo e no debate público brasileiro para designar a diversidade de orientações sexuais e identidades de gênero. A sigla contempla lésbicas, gays, bissexuais, pessoas trans, queer, intersexo e assexuais, enquanto o sinal “+” representa outras identidades não abrangidas pelas letras.

Um dos principais conceitos trabalhados ao longo desta dissertação é o de política comunicacional, compreendida como o conjunto de estratégias, posições e práticas mobilizadas pelos coletivos em seus processos de comunicação. Mais do que a simples produção e circulação de conteúdos, essas ações expressam escolhas sobre o que comunicar, de que maneira o fazer e quais sentidos produzir a partir dessas práticas.

Nesse sentido, Denis Moraes (2015, p. 777) define as políticas comunicacionais como aquelas que “orientam e influenciam os processos de criação, produção, difusão e consumo de diferentes produtos comunicativos e culturais, em diferentes sistemas, plataformas, suportes, meios, redes e tecnologia”. A partir dessa compreensão, analisar as políticas comunicacionais dos coletivos permite observar como suas escolhas no ambiente virtual se articulam às formas de organização, posicionamento e atuação diante das questões que atravessam o futebol.

O problema inicial que orienta esta pesquisa emerge da indagação acerca de como as ações desses coletivos no ambiente virtual colaboram para o enfrentamento da LGBTQIA+fobia no futebol brasileiro. Nesse sentido, esta dissertação tem como objetivo principal analisar como as políticas comunicacionais desenvolvidas nas redes sociais pelos coletivos PorcoÍris, LGBTricolor, Vasco LGBTQ+ e Marias de Minas, a partir de 2019, contribuem para o enfrentamento da LGBTQIA+fobia no futebol brasileiro. A escolha desses coletivos fundamenta-se no fato de serem aqueles que, no momento da elaboração desta pesquisa, apresentavam o maior número de pessoas seguidoras em suas respectivas redes sociais.

A partir dessa compreensão, as ações desenvolvidas pelos coletivos de torcedores LGBTQIA+ nas plataformas digitais não são consideradas apenas como iniciativas isoladas de divulgação ou mobilização, mas como parte de um conjunto articulado de práticas comunicacionais que expressam posicionamentos, disputam narrativas e organizam formas de atuação no universo futebolístico. As publicações, campanhas, manifestações e demais conteúdos produzidos por esses grupos constituem estratégias por meio das quais buscam ampliar sua visibilidade, tensionar discursos hegemônicos e produzir respostas diante das desigualdades e formas de exclusão presentes nesse espaço.

Nesse sentido, a noção de política comunicacional torna-se fundamental para compreender como esses coletivos estruturam suas ações no ambiente virtual. Assim, mais do que observar a presença desses grupos nas redes sociais, busca-se analisar como suas ações são construídas e mobilizadas como formas de intervenção, diálogo e enfrentamento da LGBTQIA+fobia no futebol brasileiro.

Os objetivos específicos concentram-se em contribuir para a compreensão do problema proposto e são apresentados da seguinte forma: (i) examinar o processo de midiatização do futebol brasileiro a partir da abordagem teórica institucional; (ii) analisar a nova fase de formação dos coletivos de torcidas LGBTQIA+ nas redes sociais a partir de 2019; (iii) discutir a relação entre futebol, gênero e sexualidade à luz da literatura *Queer*; e (v) descrever e analisar as políticas comunicacionais nas redes sociais dos coletivos selecionado, por meio de entrevistas em profundidade com integrantes desses grupos.

A fim de estruturar esta pesquisa, a dissertação foi dividida em sete capítulos, com divisões internas organizadas em subseções, de modo a conduzir progressivamente a discussão teórica, empírica e analítica proposta. Além desta introdução, que apresenta o problema, os objetivos e a justificativa do estudo, os capítulos subsequentes desenvolvem o percurso metodológico, o referencial teórico e a análise do material empírico.

O capítulo 2, *“Aquecimento”: questões metodológicas*, delimita as bases metodológicas que sustentam o desenvolvimento desta pesquisa, articulando escolhas teóricas, procedimentos analíticos e caminhos empíricos adotados ao longo da investigação. Nele, são explicitados os critérios que orientaram a construção do percurso metodológico, desde o mapeamento e a sistematização da produção acadêmica relevante até a execução das entrevistas no ambiente virtual. Ao abordar tanto a revisão bibliográfica quanto a realização das entrevistas com integrantes dos coletivos de torcidas LGBTQIA+ selecionados, o capítulo busca evidenciar de que maneira essas etapas se complementam na compreensão das dinâmicas comunicacionais analisadas.

Na sequência, o capítulo 3 intitulado *“Pontapé inicial”: A midiatização de uma paixão*, dá início à investigação sobre o processo de midiatização do futebol, com ênfase no contexto brasileiro. Inicialmente, trata-se de algumas das características que compõem a identificação torcedora com um clube de futebol, e como esses elementos foram ressignificados diante das transformações estruturais no futebol.

Entre as diferentes dimensões desse processo, o projeto de modernização dos estádios mostrou-se decisivo ao instituir modalidades de consumo cada vez mais abrangentes e ao exigir um perfil de torcedor com maior poder aquisitivo, especialmente em razão do aumento expressivo dos preços dos ingressos.

Este capítulo também abordará como o futebol, a partir da década de 1980, passou a ser incorporado a um novo e diversificado arranjo econômico, impulsionado pela entrada de novos agentes e fluxos de capital, os quais reorganizaram profundamente suas estruturas e intensificaram as disputas por visibilidade, audiência e rentabilidade. Esse contexto deu origem a movimentos de contestação à “elitização do futebol”, protagonizados inicialmente por algumas torcidas organizadas.

Em seguida, o capítulo 4, *O futebol nas mídias como esporte “de macho, para macho”*, propõe uma problematização das bases históricas que sustentam a naturalização de determinadas normas no universo futebolístico, mobilizando contribuições dos Estudos *Queer*. Nesse quadro, padrões de gênero, sexualidade e cor ou raça operam como critérios que delimitam quem é reconhecido como torcedor legítimo. Como veremos, essa lógica é constantemente reproduzida pela mídia, onde determinados comportamentos são socialmente esperados, enquanto outros são sistematicamente rejeitados por não corresponderem aos padrões normativos que foram historicamente estabelecidos como legítimos no universo futebolístico.

Embora tais movimentos tenham emergido com o propósito de confrontar o esvaziamento da cultura torcedora em favor de uma lógica de mercado, problematiza-se sua limitação ao não tensionarem, de maneira equivalente, outras estruturas normativas que regulam o futebol, como a cisheteronormatividade.

No capítulo 5, *“Segundo tempo”: Torcidas gays, coletivos LGBTQIA+ e novos modos de torcer no ambiente virtual*, é traçado um panorama sobre as mudanças na organização de grupos de pessoas torcedoras que desafiam os padrões normativos de gênero e sexualidade no futebol. Ainda na década de 1970, em pleno regime civil-militar no Brasil, surge a Coligay, primeira torcida assumidamente gay que se constituiu como um marco precursor de iniciativas que, décadas mais tarde, passariam a tensionar de forma mais sistemática as estruturas excludentes desse universo. Assim, como protagonistas desse novo cenário, novos modos de torcer nascem com coletivos de torcida LGBTQIA+ brasileiros que, diferentemente de

outras experiências, atuam predominantemente no ambiente virtual, fazendo desses espaços sua principal ferramenta de enfrentamento a essa lógica excludente.

A partir do percurso teórico-metodológico desenvolvido nos capítulos anteriores, o capítulo 6, *Análise das entrevistas individuais em profundidade*, apresenta a análise de uma entrevista realizada com integrantes dos coletivos Procóris, LGBTricolor, Marias de Minas e Vasco LGBTQ+. A opção por esse recorte decorre do caráter deste texto, elaborado no âmbito da qualificação, e tem como intuito evidenciar, de maneira situada, aspectos da atuação comunicacional do coletivo, em diálogo com os argumentos e referenciais teóricos discutidos ao longo da dissertação.

Por fim, o capítulo final desta dissertação, *“Apita o árbitro. Fim de jogo?”: Considerações finais*, reúne os apontamentos finais decorrentes do percurso analítico desenvolvido até esta etapa da pesquisa. O capítulo retoma os objetivos desta pesquisa, de modo a sistematizar os avanços e as possíveis limitações identificadas, bem como situar os desdobramentos futuros da investigação.

Foi possível identificar que as redes sociais desempenham papel fundamental nas estratégias de enfrentamento da LGBTQIA+fobia desenvolvidas pelos coletivos de torcidas LGBTQIA+. Essas plataformas assumem centralidade nesse processo ao possibilitarem a formação de redes de contato, a circulação de discursos e a organização de ações voltadas à mobilização e à visibilidade dessas pautas.

Contudo, a pesquisa também discute as limitações impostas pelo ambiente virtual e pela lógica algorítmica, que tende a priorizar determinados conteúdos em detrimento de pautas relacionadas a gênero e sexualidade, especialmente no contexto do futebol. Além disso, destaca-se a necessidade de uma análise situada sobre os impactos dessas estratégias na estrutura futebolística.

## **2 “AQUECIMENTO”: QUESTÕES METODOLÓGICAS**

Nesta seção inicial, apresentam-se os métodos e as técnicas de pesquisa que fundamentam a elaboração desta dissertação. Em um primeiro momento, descreve-se o procedimento de revisão bibliográfica, desenvolvido a partir da coleta e seleção de dissertações, teses, livros, artigos e capítulos de livros em bases de dados nacionais e internacionais. Em seguida, expõe-se a dimensão empírica da investigação realizada por meio de entrevistas em profundidade com integrantes dos coletivos de torcidas LGBTQIA+ selecionados.

### **2.1 Revisão bibliográfica**

A metodologia de revisão bibliográfica adotada nesta pesquisa fundamenta-se nas orientações de Antônio Carlos Gil<sup>2</sup> (2002) e de Marina de Andrade Marconi e Eva Maria Lakatos (2003), cujas abordagens ressaltam a importância desse procedimento para a sistematização e a análise de estudos já consolidados. A revisão bibliográfica permite um exame aprofundado das produções acadêmicas, possibilitando a identificação das principais abordagens teóricas e conceituais relacionadas ao tema, bem como a compreensão de suas articulações e implicações no contexto nacional.

De acordo com Gil (2002), a revisão bibliográfica consiste no levantamento, na seleção e na análise crítica da literatura já publicada (livros, artigos científicos, teses e dissertações) que trata do tema investigado. Essa abordagem tem como propósito identificar as principais teorias, conceitos, debates e lacunas existentes no campo de estudo, fornecendo uma base sólida para a construção do conhecimento. Sua principal vantagem, conforme destaca o autor, “reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente” (Gil, 2002, p. 45).

Marconi e Lakatos (2003) acrescentam que a revisão bibliográfica permite ao pesquisador aprofundar-se no estado da arte do tema investigado, explorar diferentes perspectivas teóricas e metodológicas e estabelecer o embasamento

---

<sup>2</sup> A primeira menção a cada pessoa autora é feita com o nome completo; nas demais ocorrências, utiliza-se apenas o sobrenome. A opção busca facilitar a identificação de quem está se referindo, inclusive quanto ao reconhecimento do gênero, nem sempre evidente a partir do sobrenome.

necessário para a elaboração e a discussão dos resultados da pesquisa. Segundo as autoras, esse procedimento “não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras” (Marconi; Lakatos, 2003, p. 183). Dessa forma, a revisão bibliográfica desempenha papel fundamental no processo de construção do conhecimento, ao fornecer subsídios teóricos e metodológicos que sustentam as reflexões e as argumentações desenvolvidas ao longo do trabalho.

Na esteira desse pensamento, Angélica Silva de Souza, Guilherme Saramago de Oliveira e Laís Hilário Alves (2021) ressaltam que:

A pesquisa bibliográfica é importante desde o início de uma pesquisa científica, pois é através dela que começamos a agir para conhecer o assunto a ser pesquisado, ou seja, desde o início, o pesquisador deve fazer uma pesquisa de obras já publicadas sobre o assunto pesquisado, investigando as conclusões e se ainda é interessante desenvolver a pesquisa sobre esse determinado assunto (Sousa; Oliveira; Alves, 2021, p. 68).

As etapas de seleção seguiram os interesses e os objetivos da dissertação. A primeira fase, correspondente ao levantamento bibliográfico preliminar (Gil, 2002), envolveu a seleção de dissertações, teses, artigos acadêmicos, livros e capítulos de livros disponíveis no Portal de Periódicos da CAPES, no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES e nas bases internacionais *Scopus* e *Web of Science*, sendo o material catalogado durante o primeiro semestre de 2025. A busca iniciou-se por meio de palavras-chave e foi delimitada pelo recorte temporal de 2015 a 2024. A partir desse ponto, em cada plataforma, tornou-se necessária a aplicação de filtros específicos para restringir os resultados ao escopo desta pesquisa.

Nas bases de dados brasileiras, a busca foi conduzida por meio das seguintes palavras-chave: “futebol e midiatização”; “futebol e mídia”; “futebol e redes sociais”; “futebol e gênero”; “futebol e sexualidade”; “futebol e homossexualidade”; “futebol e homofobia”; “coletivo de torcedores”; e “torcidas gays”. A delimitação abrangeu trabalhos enquadrados nas áreas de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Humanas, Multidisciplinar e Linguística, Letras e Artes. Em um primeiro momento, filtros como “Área de Avaliação” e “Área de Concentração” não foram aplicados, uma vez que essas classificações já se vinculam diretamente às “Grandes Áreas” definidas.

Essa opção metodológica baseou-se no entendimento de que essas áreas concentram debates e abordagens mais diretamente relacionados ao escopo da



pesquisa, reunindo produções que discutem tanto a dimensão sociocultural do futebol quanto as suas interações com mídia, gênero e sexualidade. Além disso, ao manter o recorte nas áreas mencionadas, tornou-se possível abarcar um conjunto mais amplo e interdisciplinar de trabalhos, evitando restrições que poderiam excluir estudos relevantes para a compreensão do fenômeno investigado.

Do mesmo modo, para sistematizar a seleção dos materiais utilizados na revisão, aplicou-se um protocolo de inclusão e exclusão que exigia a presença de palavras-chave relacionadas à temática nos resumos, nas palavras-chave ou nos títulos dos trabalhos. Assim, foram excluídos os materiais que não atendiam a esses critérios, alinhando a etapa de triagem aos objetivos específicos da pesquisa.

A partir dessas considerações, no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, a busca inicial resultou em 182 dissertações e 65 teses, contabilizadas a partir de todas as combinações de palavras-chave aplicadas. Esse volume expressivo evidencia a consolidação do tema no campo acadêmico brasileiro e reforça a relevância das áreas selecionadas para a compreensão das articulações entre futebol, mídia, gênero e sexualidade.

No Portal de Periódicos da CAPES, a análise concentrou-se exclusivamente em artigos revisados por pares, publicados em português, inglês ou espanhol e distribuídos entre periódicos nacionais e internacionais. Com base nesses parâmetros, foram identificados 268 artigos. Esse recorte buscou garantir a consulta a produções submetidas à avaliação acadêmica qualificada, ampliando a confiabilidade das interpretações construídas ao longo da pesquisa.

Para a obtenção de resultados nas plataformas *Scopus* e *Web of Science*, adotaram-se diferentes combinações de palavras-chave em relação às pesquisas realizadas em língua portuguesa. Essa estratégia considerou as especificidades terminológicas em distintos contextos geográficos, uma vez que, nos Estados Unidos, o esporte é predominantemente designado pelo termo “soccer”, enquanto, em países europeus, emprega-se majoritariamente a denominação “football”. Dessa forma, foram utilizadas as seguintes palavras-chave: “*mediatization and football*”, “*mediatization and soccer*”, “*football and media*”, “*soccer and media*”, “*football and sexuality*”, “*soccer and sexuality*”, “*football and homosexuality*”, “*soccer and homosexuality*”, “*football and homophobia*”, “*soccer and homophobia*”, “*football and queer*” e “*soccer and queer*”.

Na base de dados *Scopus*, aplicaram-se os filtros de “Área Temática”, especificamente *Social Sciences*, *Arts and Humanities* e *Multidisciplinary*, além do filtro de “Tipo de Documento”, que restringiu a busca a artigos, livros e capítulos de livros, nos idiomas inglês, português e espanhol. Esse procedimento resultou na identificação de 483 artigos, 42 livros e 85 capítulos de livros. Já na plataforma *Web of Science*, a delimitação contemplou a seleção de artigos como “Tipo de Documento”, nos idiomas português, espanhol e inglês, e das mesmas áreas temáticas utilizadas anteriormente, totalizando 99 artigos. Nessa segunda base, observou-se que diversas combinações de palavras-chave não retornaram resultados, tais como “*football and sexuality*”, “*football and homosexuality*”, “*soccer and homosexuality*”, “*football and homophobia*”, “*soccer and homophobia*” e “*football and queer*”.

Para dar prosseguimento ao processo de revisão, seguiram-se as orientações propostas por Gil (2002), que abrangem: (i) leitura exploratória dos textos selecionados; (ii) leitura seletiva; (iii) leitura analítica; e (iv) leitura interpretativa. De acordo com o autor, a leitura exploratória tem como finalidade verificar se os materiais selecionados são pertinentes à pesquisa. Assim

A leitura exploratória pode ser comparada à expedição de reconhecimento que fazem os exploradores de uma região desconhecida. É feita mediante o exame da folha de rosto, dos índices da bibliografia e das notas de rodapé. Também faz parte deste tipo de leitura o estudo da introdução, do prefácio (quando houver), das conclusões e mesmo das orelhas dos livros. Com esses elementos, é possível ter uma visão global da obra, bem como de sua utilidade para a pesquisa (Gil, 2002, p. 77).

Durante esta etapa, foram identificadas 97 dissertações e 32 teses no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES; 115 artigos no Portal de Periódicos da CAPES; 371 artigos, 24 livros e 37 capítulos de livros na *Scopus*; e 51 artigos na *Web of Science* que, embora atendessem aos critérios iniciais de seleção, não estabeleciam relação direta entre futebol e midiaticização nem entre futebol, gênero e sexualidade. Por não contribuírem de forma efetiva para os eixos analíticos definidos, esses materiais foram excluídos do corpus.

Considerando esses critérios, avançou-se para a leitura seletiva do material. Nessa etapa, buscou-se qualificar os trabalhos que efetivamente contribuíram para os objetivos do estudo, priorizando aqueles que apresentavam vínculo claro com as questões centrais da investigação, conforme sugerem Marconi e Lakatos (2003), ao

enfatizarem a importância de selecionar conteúdos alinhados ao problema de pesquisa.

Assim, foram identificados e excluídos 57 dissertações e 17 teses no Catálogo de Teses e Dissertações CAPES; 85 artigos no Portal de Periódicos CAPES; 77 artigos, 9 livros e 12 capítulos de livros na Scopus; e 13 artigos na *Web of Science* que não atendiam aos critérios estabelecidos. No caso das bases nacionais, a exclusão decorreu da ausência de diálogo direto com o recorte temático da pesquisa, resultando em um conjunto final de 28 dissertações, 16 teses e 68 artigos. Já no âmbito internacional, os materiais foram descartados por não aprofundarem as discussões necessárias ou por mobilizarem abordagens teóricas pouco relevantes para os fins do estudo, totalizando 60 artigos, 9 livros e 24 capítulos de livros selecionados.

É importante destacar que as pesquisas selecionadas não esgotam as reflexões existentes sobre a temática abordada, tampouco constituem um panorama completo das críticas relativas ao processo de mediação do futebol ou das discussões acerca de gênero e sexualidade nesse universo. Reconhece-se que esse debate extrapola os limites acadêmicos e abrange múltiplas perspectivas formuladas em distintos contextos históricos e culturais, incluindo aquelas oriundas das próprias experiências dos coletivos<sup>3</sup> de torcida.

Feitas essas considerações, passou-se à leitura analítica dos trabalhos selecionados, cujo propósito consiste em “ordenar e sumariar as informações contidas nas fontes, de forma que estas possibilitem a obtenção de respostas ao problema da pesquisa” (Gil, 2002, p. 78). Esse procedimento, sustentado por uma abordagem crítica, permitiu aprofundar a compreensão dos conteúdos apresentados em cada estudo. Nessa etapa, adotou-se uma postura objetiva, com o exame atento das ideias e dos argumentos desenvolvidos pelos autores, bem como dos fundamentos teóricos e metodológicos que orientaram suas análises.

Por fim, realizou-se a leitura interpretativa do material, com o propósito de articular as informações obtidas ao marco teórico-conceitual que sustentaria a argumentação desta dissertação. Conforme explica Gil (2002), essa etapa ultrapassa a compreensão literal do texto, envolvendo uma análise reflexiva das

---

<sup>3</sup> Para fins desta pesquisa, adota-se o termo “coletivos” em seu sentido de organização comunitária, como forma de designar, de maneira abrangente, os agrupamentos de pessoas torcedoras LGBTQIA+.

ideias apresentadas, a identificação de lacunas ou contradições e a contextualização dos resultados no campo investigado.

Ao longo do percurso de elaboração teórico-argumentativa desta dissertação, a revisão bibliográfica não se manteve restrita ao conjunto de obras inicialmente selecionadas. Outras referências foram consultadas e incorporadas de forma pontual, especialmente aquelas indicadas nos próprios materiais analisados, bem como textos e documentos acessados no decorrer do processo investigativo.

## **2.2 Entrevista individual em profundidade**

A dimensão empírica desta pesquisa foi construída a partir da realização de entrevistas com integrantes de coletivos brasileiros de torcidas LGBTQIA+, sendo três conduzidas ao longo do primeiro semestre de 2025 e uma no segundo semestre do mesmo ano, por meio de videochamadas realizadas na plataforma Google Meet. Por se tratar de uma ferramenta gratuita, amplamente difundida e de fácil utilização, o *Google Meet* viabilizou a realização das interlocuções a distância, além de oferecer recursos que possibilitam a gravação das entrevistas, aspecto fundamental para a posterior transcrição e análise do material empírico.

As interlocuções ocorreram com integrantes dos coletivos PorcoÍris (Sociedade Esportiva Palmeiras-SP), LGBTricolor (Esporte Clube Bahia-BA), Marias de Minas (Cruzeiro Esporte Clube-MG) e Vasco LGBTQ+ (Club de Regatas Vasco da Gama-RJ). A escolha desses coletivos foi definida durante a elaboração do projeto de pesquisa, no segundo semestre de 2024, a partir de decisão construída conjuntamente com o orientador, professor doutor Carlo José Napolitano, período em que tais grupos apresentavam os maiores índices de engajamento em suas respectivas redes sociais, aferidos com base no volume de pessoas seguidoras nas plataformas oficiais de cada coletivo.

Tal seleção não se fundamenta em critérios de representatividade estatística, tradicionalmente associados ao conceito de amostra, mas na “significação e na capacidade que as fontes têm de fornecer informações confiáveis e relevantes ao tema da pesquisa” (Duarte, 2010, p. 68). Desse modo, o número de coletivos incluídos neste estudo não foi definido por procedimentos probabilísticos, mas por um recorte intencional, orientado pelo critério do alcance de suas ações e de sua visibilidade no espaço digital.

Ao longo do desenvolvimento do estudo, constatou-se o crescimento de outros grupos, como o Vozão Pride, associado<sup>4</sup> ao Ceará Sporting Club<sup>5</sup> (CE), que passou a registrar número superior de pessoas seguidoras em comparação ao Vasco LGBTQ+. Ainda assim, a delimitação inicialmente adotada foi mantida, em consonância com o recorte previamente estabelecido para esta investigação.

No que se refere aos aspectos éticos, o projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC), campus Bauru (SP), por meio da Plataforma Brasil, em 10 de outubro de 2024 (CAAE: 84014224.5.0000.5663). Após a análise, o referido Comitê emitiu parecer favorável em 13 de fevereiro de 2025, autorizando a realização da pesquisa com participantes humanos, em conformidade com as normas éticas vigentes.

As entrevistas fundamentaram-se na concepção de entrevista individual em profundidade formulada por Jorge Duarte (2010), adotada neste estudo como técnica de pesquisa. Essa modalidade possibilita a obtenção de informações qualitativas ao acessar percepções, experiências e sentidos atribuídos pelos sujeitos às suas práticas e contextos de atuação. Conforme define o autor, trata-se de uma “técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” (Duarte, 2010, p. 62).

Esse modelo mostrou-se adequado aos objetivos da investigação e à natureza do fenômeno analisado, especialmente no que se refere à compreensão das dinâmicas comunicacionais e das experiências vividas pelos integrantes dos coletivos investigados. A entrevista individual em profundidade permite explorar o tema de maneira aprofundada, favorecendo a emergência de narrativas que evidenciam sentidos, posicionamentos e estratégias construídas no interior desses grupos. Desse modo, mais do que uma técnica de coleta de relatos baseada na consulta direta a informantes

A entrevista em profundidade pode ser um rico processo de aprendizagem, em que a experiência, a visão de mundo e perspicácia do entrevistador

---

<sup>4</sup> Isso não significa a existência de relação formal ou reconhecimento institucional pela agremiação. Pelo contrário, a maioria desses grupos organiza-se de forma autônoma, muitas vezes em tensão com as estruturas oficiais do clube.

<sup>5</sup> Clube de futebol sediado em Fortaleza (CE), o Ceará Sporting Club, fundado em 1914 e conhecido como Vozão, possui trajetória relevante no futebol nordestino e nacional.

afloram e colocam-se à disposição das reflexões, conhecimentos e percepções do entrevistado (Duarte, 2010, p. 82).

Entre as principais qualidades dessa abordagem, destaca-se, em primeiro lugar, sua flexibilidade, que “permite ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas” (Duarte, 2010, p. 62). Essa característica mostrou-se particularmente relevante durante a realização das entrevistas, uma vez que as falas das pessoas entrevistadas se vinculavam às experiências específicas de cada coletivo, cujos modos de organização e atuação se diferenciam entre si.

É importante, contudo, considerar que os relatos obtidos nas entrevistas não devem ser tomados como expressão da perspectiva do coletivo em sua totalidade, uma vez que correspondem às percepções e aos entendimentos particulares das pessoas entrevistadas. Desse modo, as entrevistas são compreendidas como relatos situados, cuja análise não busca atribuir caráter representativo ou definitivo às falas individuais, mas apreender aspectos das práticas e perspectivas dos coletivos a partir das pessoas por eles indicadas.

Por conseguinte, não se buscou alcançar conclusões precisas ou definitivas acerca da problemática investigada. A entrevista em profundidade não se orienta pela testagem de hipóteses, uma vez que, em pesquisas de natureza qualitativa, a noção de hipótese tende a ser substituída pela adoção de pressupostos (Duarte, 2010). Esses pressupostos são compreendidos como um conjunto de conjecturas antecipadas que orientam a pesquisa acadêmica (Duarte, 2010), funcionando como balizas interpretativas que conduzem a investigação sem engessá-la.

Parte-se, assim, do pressuposto de que os coletivos de torcedores LGBTQIA+ atuam, desde sua constituição, em um campo de disputas simbólicas por visibilidade, reconhecimento e legitimidade no universo futebolístico. Com base nas experiências e percepções dos sujeitos entrevistados, buscou-se compreender de que modo essas estratégias acionadas nas redes sociais têm contribuído para o enfrentamento da LGBTQIA+fobia no futebol brasileiro, em consonância com o objetivo central desta pesquisa.

Para a condução das entrevistas, adotou-se o formato semiaberto, organizado a partir de questões semiestruturadas. Essa modalidade combina perguntas abertas e fechadas, permitindo que a pessoa entrevistada “discorra acerca do tema em

questão sem se prender à indagação formulada” (Minayo, 2016, p. 77), o que favorece a emergência de narrativas mais livres e aprofundadas.

Esse formato de entrevista fundamenta-se em uma matriz orientadora, entendida como “um roteiro de questões-guia que dão cobertura ao interesse de pesquisa” (Duarte, 2010, p. 66). O roteiro, portanto, atuou como eixo organizador das interlocuções, garantindo a abordagem dos temas centrais da investigação sem comprometer a fluidez da conversa ou a singularidade das experiências relatadas pelos integrantes dos coletivos.

As questões elaboradas para as entrevistas tiveram origem direta no problema de pesquisa e buscaram contemplar a amplitude do tema investigado, sendo formuladas de modo suficientemente aberto para favorecer respostas desenvolvidas e reflexivas. Conforme assinala Duarte (2010, p. 66), esse conjunto de perguntas “tem origem no problema de pesquisa e busca tratar da amplitude do tema, apresentando cada pergunta de modo mais aberto possível”.

Consequentemente, torna-se possível estabelecer uma estrutura comum para a comparação das respostas e a articulação dos resultados, o que contribui para a sistematização das informações fornecidas por diferentes interlocutores. Nesse sentido, o roteiro de questões-chave não apenas orienta a condução das entrevistas, mas também funciona como referência para a organização e a análise do material empírico.

A escolha das pessoas informantes foi realizada pelos próprios coletivos, que indicaram aquelas que consideravam aptas a responder às questões relacionadas às suas práticas e políticas de comunicação. Essa seleção considerou, portanto, o conhecimento e a participação dessas pessoas nas atividades comunicacionais dos grupos, sem pressupor que seus relatos constituíssem, por si mesmos, informações definitivas sobre o objeto investigado. Nesse sentido, a análise das entrevistas foi articulada a outras fontes de evidência, recorrendo-se à “triangulação dos dados com o acréscimo de fontes diversificadas de evidência, como documentos, observações e literatura, e seu encadeamento consistente na etapa de análise” (Duarte, 2010, p. 68).

Para a apresentação do projeto e o agendamento das entrevistas, o primeiro contato com os coletivos foi realizado por meio de mensagens enviadas pelas plataformas Instagram e X (antigo Twitter), no final de 2024. Na ocasião, os quatro

grupos manifestaram interesse em participar do estudo, viabilizando o prosseguimento das etapas previstas para a realização das interlocuções.

Em momento posterior, foi encaminhado por correio eletrônico o “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido” às pessoas interlocutoras. O documento, exigido pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), apresenta a declaração de concordância em participar do estudo, a explicitação dos objetivos e dos procedimentos metodológicos adotados, bem como os compromissos éticos assumidos pela pessoa pesquisadora na condução da investigação. Após a devolução dos termos devidamente assinados em formato digital, as datas e os horários das entrevistas foram definidos individualmente com cada participante, de acordo com sua disponibilidade, conforme indicado na Tabela 1.

Tabela 1 — Cronograma de agendamento das entrevistas

| Nome           | Coletivo        | Data da entrevista | Plataforma  |
|----------------|-----------------|--------------------|-------------|
| Gabriela Silva | Marias de Minas | 16/06/2025         | Google Meet |
| Beatriz França | Vasco LGBTQ+    | 17/06/2025         | Google Meet |
| Nathan Gori    | PorcoÍris       | 24/06/2025         | Google Meet |
| Onã Rudá       | LGBTricolor     | 03/09/2025         | Google Meet |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Previamente ao agendamento das entrevistas, foi elaborado um roteiro semiestruturado, composto por questões-chave e tópicos estruturantes destinados a orientar a condução das interlocuções (Apêndice A). Esse instrumento reuniu aspectos considerados centrais para esta pesquisa, organizando temas e eixos analíticos a serem abordados ao longo das entrevistas, cujas datas e forma de realização foram posteriormente definidas com cada participante.

O documento serve como guia para a condução das entrevistas, evitando dispersões e assegurando que os pontos fundamentais fossem contemplados, conforme estratégia sugerida por Duarte (2010) para entrevistas dessa natureza. As perguntas foram encaminhadas previamente às pessoas participantes, permitindo o conhecimento antecipado dos temas a serem abordados e favorecendo um diálogo mais qualificado durante os encontros. Além disso, durante as entrevistas, apresentou-se de forma didática a compreensão de “mídiação” adotada nesta



pesquisa, uma vez que o termo pode ser interpretado de diferentes maneiras, nem sempre compatíveis com o referencial teórico que orienta este estudo.

Esse planejamento também previu um momento inicial dedicado à apresentação dos objetivos da pesquisa e do interesse pelo objeto investigado, bem como à explicitação do tempo estimado de duração das entrevistas. Nessa etapa, buscou-se ainda verificar se as pessoas participantes se sentiam confortáveis com a gravação de áudio e vídeo, necessária para a posterior transcrição e análise do material empírico. O procedimento visou assegurar transparência, consentimento e um ambiente de interlocução mais seguro, contribuindo para o estabelecimento de uma relação de confiança entre pesquisador e participantes ao longo do processo.

Apesar da adoção do roteiro, sua utilização não implicou rigidez na condução das interlocuções. Eventuais interrupções, comentários ou deslocamentos temáticos realizados pelas pessoas participantes não foram cerceados, uma vez que tais manifestações, ainda que se afastasse momentaneamente do eixo central das questões, constituem elementos relevantes do processo investigativo. Para além do conteúdo diretamente respondido, as percepções e olhares singulares de cada pessoa interlocutora foram considerados parte integrante do material empírico, contribuindo para a compreensão das experiências e dinâmicas vivenciadas no interior dos coletivos analisados.

Em continuidade à condução das entrevistas, solicitou-se inicialmente que cada pessoa participante se apresentasse e narrasse o processo de surgimento do respectivo coletivo, contextualizando sua trajetória, motivações e formas de organização. A partir desse momento introdutório, a interlocução avançou para a formulação das perguntas propriamente ditas, estruturadas de modo a transitar de questões mais amplas para tópicos progressivamente mais específicos, favorecendo o aprofundamento reflexivo e o engajamento da pessoa entrevistada ao longo da conversa.

Para melhor aproveitamento do material produzido, a transcrição dos relatos foi realizada imediatamente após o término de cada entrevista, momento em que “o ambiente e as respostas estão mais vivos na memória e as inferências, contextualizações e análises são imediatas” (Duarte, 2010, p. 77). Além disso, a escuta atenta das gravações durante o processo de transcrição permitiu a identificação de elementos que contribuíram tanto para o aprimoramento das

entrevistas subsequentes quanto para a correção de eventuais equívocos na condução das interlocuções, favorecendo o refinamento progressivo da pesquisa

Para a descrição e análise dos resultados, as informações obtidas nas entrevistas foram articuladas entre si e em diálogo com a literatura mobilizada ao longo da pesquisa. Nessa direção, a análise implicou um movimento de desagregação e recomposição dos dados, entendido como um processo de interpretação que envolve “separar o todo em partes e examinar a natureza, funções e relações de cada uma” (Duarte, 2010, p. 78), permitindo identificar conexões, tensões e recorrências relevantes para esta pesquisa.

Assim, procedeu-se à construção de categorias analíticas que possibilitaram organizar e sistematizar o conjunto das informações obtidas, “a partir do fracionamento e da classificação em temas autônomos, porém inter-relacionados” (Duarte, 2010, p. 79). As categorias definidas para orientar esse processo analítico foram: (i) Ambiente virtual e comunicação com a torcida; (ii) Políticas comunicacionais de atuação dos coletivos no ambiente virtual; e (iii) A importância das redes sociais no combate à LGBTfobia no futebol.

### **3 “PONTAPÉ INICIAL”: A MUDIATIZAÇÃO DE UMA PAIXÃO**

A proposta deste capítulo é examinar os impactos decorrentes do choque entre as transformações estruturais do futebol e a luta pela preservação dos sentidos simbólicos associados à cultura torcedora. Em um primeiro momento, discutem-se os elementos que constituem a afetividade clubística e as novas formas de engajamento com o clube e com o futebol na contemporaneidade. Em seguida, analisa-se o processo de modernização dos principais estádios brasileiros como um dos desdobramentos dessas transformações, responsável por reconfigurar o perfil da pessoa torcedora contemporânea. Por fim, a terceira seção apresenta as iniciativas de torcedores que deram início ao movimento de contestação à “elitização do futebol” no Brasil.

#### **3.1 A afetividade clubística e os modos de identificação torcedora na contemporaneidade**

As emoções em torno do futebol extrapolam o espaço delimitado pelo campo de jogo, pois não se restringem ao desempenho esportivo nem às regras formais da partida. Os atletas, ao representarem os clubes em que atuam, tornam-se também representantes de coletividades, uma vez que cada instituição carrega consigo uma comunidade de sentimentos que transcende a lógica contratual e comercial. Por sua vez, a experiência de torcer apresenta-se como a materialização da paixão pelo futebol, marcada por vínculos afetivos e identitários que sustentam o sentimento de pertencimento e a intensidade das práticas associadas a esse universo.

Segundo Arlei Sander Damo (2014), os adversários de um jogo são “parceiros de um mesmo evento” que só adquire sentido a partir da interação entre forças opostas. A existência de um rival não se limita a uma presença circunstancial, mas constitui condição fundamental para a experiência esportiva, pois é na alteridade que se forjam as narrativas de pertencimento, as rivalidades históricas e a intensidade das emoções mobilizadas em torno do futebol.

Essa rivalidade construída dentro de campo reflete o que se observa nas arquibancadas. No caso do clubismo, as manifestações torcedoras não se limitam ao ‘tempo regulamentar’, mas se estendem ao cotidiano, sustentadas por vínculos locais, regionais e afetivos que conferem continuidade a essa relação. Essa

presença constante faz do torcer um elemento de pertencimento que se manifesta nas práticas sociais, nos espaços urbanos e nas memórias coletivas.

Em contraste, a identificação construída em torno da seleção nacional costuma ocorrer em momentos específicos, marcados por eventos esporádicos e por um “nacionalismo cíclico” (Helal; Cabo; Silva, 2009). Já as experiências com os clubes se apoiam em trajetórias de longa duração, atravessadas por disputas, rivalidades e por uma noção de “pertencimento clubístico” (Damo, 1998) que estrutura a vida das pessoas mais aficionadas pelo futebol.

Não é raro encontrar pessoas que, antes de torcerem para a Seleção Canarinha<sup>6</sup>, se afirmam torcedores de um clube. Se questionadas sobre a preferência entre ver a Seleção novamente campeã mundial ou seu clube conquistar uma competição continental, como a Copa Libertadores da América, dificilmente escolheriam o triunfo nacional em detrimento do clube. Esse reconhecimento, como observa Luiz Henrique de Toledo (1993), promove irrupções de solidariedades e rivalidades, compondo um cenário em que preferências e pertencimentos são reafirmados, mobilizando sujeitos em coletividades que se reconhecem como verdadeiras “nações”: corintianos, palmeirenses, são-paulinos, santistas, entre tantos outros.

Contudo, isso não significa que seja possível estabelecer um ideal de identidade torcedora a partir de uma identidade singular, mesmo que haja uma tendência a imaginá-la dessa forma. A ideia de uma “identidade mestra” (Hall, 2019) perde força justamente porque, na modernidade, os sujeitos não se reconhecem exclusivamente por interesses de uma única forma de representação, mas a partir de diferentes referenciais que podem ou não se aproximar. Ao analisar a construção da afetividade clubística, propor uma leitura contrária seria um equívoco, pois qualquer classificação não seria suficiente para refletir as formas como as próprias pessoas torcedoras, “*hinchas, fans, supporters ou tifosi*” se reconhecem nesse universo (Santos, 2017).

Os sujeitos podem partilhar simultaneamente diferentes identidades, como demonstram os dois agrupamentos analisados nesta investigação:

---

<sup>6</sup> A expressão “Seleção Canarinha” passou a ser utilizada na década de 1950, após a adoção do uniforme amarelo com detalhes verdes, criado pelo gaúcho Aldyr García Schlee em um concurso promovido pela CBD (atual CBF).

i) os integrantes de movimentos de torcedores, organizados em torno de duas identidades convergentes, a torcedora, marcada pela identificação com um mesmo clube, e a classe social, caracterizada pela percepção do esvaziamento da cultura torcedora em favor de uma lógica de consumo; e

ii) os coletivos LGBTQIA+, em que a identidade torcedora se articula com a sexualidade, reunindo pessoas que não se identificam com o padrão cisheteronormativo socialmente imposto para legitimá-las enquanto participantes.

Um segundo apontamento a ser considerado é que, ao analisar as transformações nas experiências torcedoras a partir das mudanças estruturais que marcaram o futebol nas últimas décadas, é necessário estar ciente de que essas experiências adquirem contornos quase religiosos, nas quais a relação entre as pessoas torcedoras e o clube é marcada por rituais, promessas, devoção e fidelidade incondicional. Assim, mesmo que esse universo como um todo tenha passado por grandes transformações, “os ideais do amadorismo — literalmente: do amante, daquele que ama — permanecem vivos no imaginário dos torcedores” (Damo, 1998, p. 49).

Nesse sentido, o ato de torcer, seja mediado ou não, está profundamente ligado a um sentimento de entrega e expectativa, no qual se projeta sobre o clube a esperança de uma vitória que retribua simbolicamente a dedicação e o afeto investidos. Sobre isso, segundo Hilário Franco Júnior (2007, p. 311)

Torcer por um clube de futebol é das atividades emocionalmente mais intensas da sociedade contemporânea. E das mais pretensiosas. É imaginar poder agir à distância para que alguma coisa aconteça da forma esperada. É julgar contribuir para o resultado final de uma partida sem entrar em campo.

A sensação de influenciar o resultado mesmo estando ‘fora do jogo’ mostra como a torcida, enquanto coletivo e não como unidade, se insere em um circuito de experiências mediado por representações e narrativas moldadas ao longo de toda a construção da afetividade clubística, nas quais expectativa e pertencimento se articulam de maneira situacional e complexa. Nessa lógica, o engajamento futebolístico se configura não apenas como observação passiva, mas como participação imersiva em um espaço social e simbólico, onde a pessoa torcedora desempenha um papel performativo, respondendo e contribuindo para a dramaturgia do jogo.

Sílvia Ricardo da Silva (2001, p. 15), em outra leitura dessa relação, entende o ato de torcer como uma “possibilidade de expressão pública de sentimentos”, dimensão que só poderia ser comparada ao que o mito, o ritual e as artes oferecem, conforme as reflexões de Clifford Geertz (1989). Essa experiência, cria um vínculo no qual a identidade individual e as identidades torcedoras se constituem mutuamente. Por conseguinte, isso se manifesta em práticas coletivas em que gestos, cantos e manifestações das torcidas funcionam como formas de comunicação carregadas de significado.

Como elemento constitutivo desse processo, os estádios de futebol funcionam como verdadeiros palcos onde se condensam as emoções mais intensas do torcer. Em termos antropológicos, podem ser compreendidos a partir da noção de “pedaço” formulada por José Guilherme Cantor Magnani, isto é, um espaço de “sociabilidade básica, mais ampla que a fundada nos laços familiares, porém mais densa, significativa e estável que as relações formais e individualizadas impostas pela sociedade” (Magnani, 1998, p. 116).

O pedaço é o lugar dos colegas, dos “chegados”, onde não há necessidade de explicações ou apresentações, pois todos compartilham códigos tácitos de reconhecimento, gostos e formas de agir (Magnani, 2002). A partir dessa perspectiva, os estádios se configuram como o pedaço onde os sujeitos se reconhecem mutuamente como parte de uma mesma comunidade de afetos e experiências.

Nessa medida, o ritual das torcidas acontece, geralmente, se iniciando antes mesmo de chegar ao estádio. Isso significa que, “em casa, no trabalho, na estação de metrô, em dia de jogo, nos sentimentos atraídos para o estádio — atração que também é física” (Gumbrecht, 2023, p. 101). O dia da partida carrega consigo uma tensão particular, na qual cada ação, cada deslocamento e cada interação com outras pessoas torcedoras é impregnada por expectativas sobre o desempenho do clube e os possíveis resultados.

Ainda que não seja exclusividade dos estádios, é nesse pedaço que as torcidas expressam suas emoções de maneira concentrada, especialmente em momentos de pressão ou desvantagem durante uma partida. Incentivos ao clube, como cânticos sincronizados, batidas de instrumentos e coreografias sincronizadas (vide os mosaicos que ocupam arquibancadas inteiras formando imagens grandiosas, ilustrado na Imagem 1), funcionam como manifestações de engajamento

e energia compartilhada. Esses elementos transformam o estádio em um espaço de intensa participação emocional, passível de momentos de alegria, assim como de frustração.

Imagem 1 – Mosaico da torcida do Atlético-MG durante a final da Copa do Brasil de



2024

Fonte: Placar (2024)<sup>7</sup>

Por outro lado, especialmente no âmbito desta investigação, os estádios também operam como lócus de reafirmação constante das normas de gênero e sexualidade. A organização das torcidas, os códigos de comportamento esperados e as formas de sociabilidade nas arquibancadas configuram dinâmicas que reproduzem hierarquias e padrões cisheteronormativos, reforçando expectativas sobre masculinidade, feminilidade e papéis sociais de gênero no contexto do futebol. Assim, esses ambientes, que serão discutidos com maior profundidade no próximo capítulo, não apenas expressam o engajamento emocional das pessoas torcedoras,

---

<sup>7</sup> Disponível em:  
<https://placar.com.br/copa-do-brasil/torcida-do-atletico-faz-mosaico-em-final-da-copa-do-brasil-veja-fotos/>

mas integram uma estrutura normativa mais ampla, na qual relações de poder e regimes de exclusão coexistem.

Já quem torce o faz tendo como referência um ‘clube do coração’. Essa ‘máscara’ não surge de maneira automática, nem é dada; ao contrário, é construída por meio de laços sanguíneos, afetivos ou mesmo territoriais. Contudo, um aspecto importante relacionado a essa escolha, que “uma vez realizada, não pode ser alterada” (Damo, 2002, p. 12). De fato, a noção de pertencimento no futebol envolve um compromisso que vai além da simples identificação com um clube, constituindo parte da experiência que molda a trajetória da pessoa torcedora. De acordo com a leitura de Damo (2002, p. 12)

Sendo assim, o clube do coração deixa de ser uma escolha momentânea, cabendo ao torcedor o ônus da opção. Torcer é o mesmo que pertencer, o que significa, literalmente, fazer parte, tomar partido, assumir certos riscos e vivenciar excitações agradáveis ou frustrações.

É comum que, especialmente na infância, a pessoa altere seu clube de preferência, muitas vezes sob influência da família ou do círculo social, já que essa escolha ainda não é plenamente autônoma. Com o passar do tempo, porém, essa flexibilidade tende a desaparecer: mudar de clube passa a ser percebido como uma transgressão às normas ‘não escritas’ desse universo, segundo as quais o vínculo com o clube deve ser permanente e inegociável. Assim, o pertencimento consolida-se como um compromisso duradouro, que atravessa a vida adulta e se impõe como uma das regras mais arraigadas da cultura futebolística.

Se esses são alguns dos contornos que compõem o ‘contrato social do torcedor’, é preciso considerar que a própria figura do torcedor se constitui historicamente e assume diferentes sentidos ao longo do tempo. As formas de pertencimento, identificação e afetividade relacionadas ao futebol são atravessadas pelas transformações sociais, econômicas, tecnológicas e midiáticas que reconfiguram essa experiência. Nesse processo, também se produzem diferentes maneiras de ser e de se reconhecer como torcedor, inclusive a partir de marcadores como gênero e sexualidade, questão que será retomada posteriormente.



### 3.2 “Arenização” e as transformações do futebol em um espetáculo midiático

O conceito de mediação mobilizado nesta pesquisa parte da ideia de um fenômeno contemporâneo que se articula com processos macrossociais, como industrialização, individualização e globalização. De acordo com Stig Hjarvard (2016, p. 38, tradução do autor)

Por mediação, se entende as mudanças sociais e culturais de longo prazo relacionadas ao aumento da presença dos meios de comunicação — por exemplo, as mudanças nas instituições políticas e nos processos de formação de opinião política influenciados pelo crescimento dos meios de notícias independentes, assim como pelo uso crescente de meios interativos em questões políticas.

Uma das diferenciações dessa abordagem é que ela acontece em um nível *meso* (médio) da cultura e da sociedade, ou seja, ela nos oferece uma estrutura geral para compreender a inter-relação, a longo prazo, entre as mudanças nos meios de comunicação e as mudanças na cultura e na sociedade, ao passo que sua análise acontece em um nível específico de domínio, levando em conta as circunstâncias históricas e particulares daquele determinado contexto (Hepp; Hjarvard; Lundby, 2010; Hjarvard, 2016).

Por conseguinte, esta leitura afasta-se de abordagens que sugerem que a mediação ocorre há muito tempo ou que existisse antes da invenção dos meios de comunicação de massa. Entende-se, ao contrário, que tal fenômeno só se tornou possível a partir de uma transformação profunda, tanto em termos quantitativos quanto qualitativos, na relação entre mídia, cultura e sociedade. Trata-se, assim, de um processo que se intensifica e se torna estruturante, deixando de se restringir a um domínio específico da comunicação e passando a abranger praticamente todas as instituições sociais, como família, política e religião (Hjarvard, 2015).

Podemos compreender a mediação do futebol como um processo próximo ao que Hjarvard (2004, 2013) denomina mediação direta/forte. Esse modo ocorre quando atividades anteriormente realizadas sem mediação tecnológica passam a ser reconfiguradas em sua interação com os meios de comunicação. Isso significa que, em determinado momento histórico, a atuação da mídia como ‘intermediária’,

viabilizando a realização de práticas sociais, passou a integrar a própria constituição dessas atividades.

Essa relação torna-se evidente quando identificamos um ponto de inflexão em que “os meios de comunicação passam a servir como uma interface necessária” (Hjarvard, 2013, p. 42) para o funcionamento das dinâmicas internas, comerciais e simbólicas do esporte. A partir da consolidação das transmissões ao vivo, da integração da publicidade e da crescente adaptação das rotinas de clubes e atletas às demandas midiáticas, o futebol passou a operar cada vez mais segundo as lógicas da mídia.

O futebol tornou-se profissional no Brasil no início da década de 1930, em paralelo aos primeiros indícios da mídia radiofônica, que se afirmou como um dos principais vetores de sua popularização ao permitir que as pessoas se aproximassem do acontecimento esportivo. Essa dinâmica “ganhou um rosto e emoção através das imagens fotográficas e filmicas” (Borges, 2018, p. 4) com a chegada da televisão na década de 1950, que inaugurou uma nova forma de vivenciar o espetáculo esportivo no país.

Para David Rowe (1996), a transmissão televisiva constrói um espetáculo em si mesmo, no qual os recursos de enquadramento, repetição, *close-ups* e narração conduzem a emoção e intensificam o engajamento de quem assiste. A transmissão televisiva redefiniu a lógica de envolvimento com o futebol: a pessoa torcedora não é mais apenas quem comparece ao estádio, mas também aquele capturado pela experiência mediada, em que a participação e o pertencimento são orientados por uma dramaturgia cuidadosamente construída pela mídia.

Ainda que relação entre futebol e mídia é antiga, mas a consolidação e o avanço dessas tecnologias permitiram que a audiência ultrapassasse barreiras geográficas, ampliando significativamente seu alcance. Essa expansão da cobertura televisiva não apenas popularizou o futebol em todo o país, como também contribuiu decisivamente para consolidar o esporte como um verdadeiro “código de integração social” (DaMatta, 2006). A partir desse período, emergiu a projeção de ídolos nacionais que se tornaram símbolos mundiais, como a dupla Romário e Bebeto ou Ronaldo e Rivaldo, cujas imagens e legados foram amplamente narrados e potencializados pela mídia.

Esse processo, por sua vez, resulta de dinâmicas próprias dos meios de comunicação, que, além de organizar a produção e a circulação de conteúdos,

influenciam a forma como outras instituições se estruturam, ajustando suas práticas às demandas de visibilidade, ritmo e formato impostas pelas mídias. Hjarvard descreve essa dinâmica a partir da noção de “lógica da mídia”, termo que se refere ao “*modus operandi* tecnológico, estético e institucional pelos quais os meios de comunicação alocam recursos materiais e simbólicos e lidam com regras formais e informais” (Hjarvard, 2013, p. 77). Essa relação implica que as interações sociais, tanto no interior das instituições quanto entre elas, passaram a ser mediadas pela lógica e pelas formas próprias da mídia.

A lógica da mídia tem um papel ativo em como as pessoas interagem, como as instituições operam e como a cultura é transformada. Em primeiro lugar, ela condiciona as instituições a ajustarem seus modos de operação às exigências e formatos específicos da mídia. Em segundo lugar, influencia também as interações sociais, alterando não apenas o conteúdo, mas também a forma da comunicação, promovendo a ‘virtualização’<sup>8</sup> crescente das relações cotidianas. Finalmente, a lógica da mídia atua na distribuição de recursos simbólicos, determinando quem ou o que ganha visibilidade, quais temas se tornam relevantes e como os significados culturais são legitimados.

Nesse sentido, a partir de uma perspectiva institucional, a influência dos meios de comunicação na configuração do futebol contribuiu para uma dependência crescente dos clubes em relação ao capital proveniente dos direitos de transmissão, transformando o jogo em um conteúdo moldado pelas exigências da audiência e dos anunciantes. Como consequência, as partidas passaram a ser marcadas em dias e horários pouco acessíveis ao público que deseja acompanhar presencialmente, priorizando a lógica da transmissão e do consumo midiático em detrimento da experiência nos estádios.

É importante destacar que a midiáticação não deve ser entendida como uma “via de mão única” ou um “jogo de soma zero” (Hepp; Hjarvard; Lundby, 2016), em que mídia e esporte se dominam mutuamente. Em certos aspectos, esses campos podem operar de forma conjunta, possibilitando uma midiáticação simultânea do esporte e uma “futebolização” da mídia. Esse último movimento refere-se ao processo pelo qual elementos, valores e lógicas próprias do futebol passam a ser incorporados pelas instituições e produtos midiáticos, extrapolando os limites da

---

<sup>8</sup> O uso de aspas simples nesta pesquisa tem a função de diferenciar termos ou expressões que não correspondem a citações de outros autores ou autoras.

cobertura esportiva e influenciando formatos, narrativas e modos de interação com diferentes públicos.

Outro aspecto importante é que, com a ampliação das transmissões por canais pagos, pelo sistema de *pay-per-view* e por plataformas de *streaming*, a maioria dos jogos, desde a primeira divisão dos campeonatos nacionais e internacionais, assim como de divisões menores, passaram a ser televisionados. Isso possibilitou que o público pagasse para assistir especificamente às partidas de seu interesse (Vendite; Vendite; Palombo, 2007). Esse aumento dos meios de transmissão atendeu a uma demanda comercial crescente, ao passo que as emissoras e outros canais passaram a explorar diferentes nichos de público e aumentarem suas fontes de receita com a venda de pacotes personalizados.

Consequentemente, a possibilidade de exibir simultaneamente vários jogos de uma mesma rodada de um campeonato, superou ainda mais o alcance e o controle das plataformas de comunicação sobre os formatos de exibição, reforçando a lógica de segmentação do consumo de futebol. Dessa forma, com base em nossa análise e nos argumentos apresentados, é possível situar o futebol no nível da midiaticização direta/forte. O universo futebolístico, de uma extremidade a outra, realiza-se exclusivamente por meio da mídia. Desde a formação do calendário esportivo até os modos de interação entre clube e torcida são, de alguma forma, atravessados por essa lógica.

Essa interdependência fez com que não fosse mais necessário que os clubes lotassem os estádios — ainda que isso continue acontecendo atualmente. Em vez disso, “os recursos econômicos necessários vieram de fontes distantes e, além das receitas do dia de jogo, vieram de um moderno complexo esporte/mídia” (Helland, 2007, p. 105, tradução do autor). Esse deslocamento da centralidade da presença física para a audiência mediada mostra que competições e jogos são concebidos para diferentes mercados e públicos, inclusive além das fronteiras nacionais.

Ao se consolidar como manifestação cultural articulada à lógica comercial, o futebol passou a usufruir da crescente demanda por conteúdos transmitidos, assegurando sua visibilidade e transformando-se em ativo de alto valor econômico. Essa mesma lógica atinge também o estilo de jogo, onde, por exemplo, a valorização de jogadas espetaculares, como gols de ‘bicicleta’ ou dribles desconcertantes, são amplamente reproduzidas nas transmissões, comerciais e redes sociais.

Além disso, o ‘palco’ do futebol também precisou se adaptar para tornar-se, cada vez mais, um espaço rentável e atrativo. Entre 2003 e 2012, no Brasil, como parte da preparação para sediar a Copa do Mundo de 2014, tornou-se necessário adequar as infraestruturas existentes ou construir novas praças esportivas conforme normas e padronizações internacionais registradas no site oficial da FIFA (FIFA, 2025), processo que ficou conhecido como “arenização” e corresponde à transformação dos estádios tradicionais em arenas multiuso.

Das doze arenas previstas para ocorrerem os jogos, cinco foram construídas exclusivamente para a competição: a Arena Pantanal, em Cuiabá; a Arena Amazônia, em Manaus (AM); a Arena das Dunas, em Natal (RN); a Arena Pernambuco, em Recife (PE); e a Arena Corinthians, em São Paulo (SP). A essas se somou a Arena da Baixada, em Curitiba (PR), posteriormente incluída como sede do torneio. Outros dois estádios foram totalmente reconstruídos para atender às determinações da entidade: o Estádio Nacional de Brasília (DF), conhecido como Mané Garrincha, e a Arena Fonte Nova, em Salvador (BA).

Outros quatro estádios passaram por reformas extensas e dispendiosas, que implicaram inclusive demolições parciais: o Maracanã, no Rio de Janeiro (RJ); o Beira-Rio, em Porto Alegre (RS); o Castelão, em Fortaleza (CE); e o Mineirão, em Belo Horizonte (MG). Como mostra a Imagem 2, esse processo de reconstrução ilustra a transformação dos antigos estádios populares em arenas multiuso<sup>9</sup>, visualmente padronizadas e orientadas à lógica do espetáculo e do consumo, refletindo o modelo de modernização adotado no período.

---

<sup>9</sup> As arenas multiuso recebem esse nome por serem espaços esportivos projetados para abrigar diferentes atividades, como partidas de futebol, shows, convenções e espetáculos culturais.

Imagem 2 – Estádio Beira-Rio (RS) antes e depois da reforma para a Copa do Mundo de 2014



Fonte: El Ascenso, 2015 (reprodução)<sup>10</sup>

Paralelamente, embora não tenham integrado a lista oficial, os clubes Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense<sup>11</sup> e Sociedade Esportiva Palmeiras<sup>12</sup> também optaram por demolir suas antigas estruturas e construir novas arenas 'padrão FIFA', que incluem a terceirização de serviços e outras características associadas ao modelo europeu.

<sup>10</sup> Disponível em:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=1051995893726188&set=a.354784836780634>

<sup>11</sup> Fundado em 1903, em Porto Alegre (RS), o Grêmio é um dos clubes mais tradicionais do futebol brasileiro, com destaque no cenário nacional e internacional.

<sup>12</sup> Fundado em 1914, na cidade de São Paulo (SP), o Palmeiras adotou sua denominação atual em 1942, em decorrência das restrições impostas a instituições de origem italiana durante a Segunda Guerra Mundial.

Paralelamente, embora não tenham integrado a lista oficial, os clubes Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense<sup>13</sup> e Palmeiras também adotaram o modelo das arenas ‘padrão FIFA’, ainda que por trajetórias distintas: no caso do Grêmio, por meio da construção de um novo estádio, e, no do Palmeiras, a partir da ampla reforma e reconfiguração de sua estrutura preexistente. Em ambos os casos, a decisão esteve diretamente vinculada à lógica concorrencial de se equiparar em infraestrutura aos seus principais rivais: Sport Club Internacional<sup>14</sup> e Sport Club Corinthians Paulista<sup>15</sup>, respectivamente (Hollanda; Medeiros, 2019).

O projeto de modernização provocou uma série de questionamentos na sociedade brasileira. Para parte da população, a transformação das estruturas esportivas simbolizava também a renovação do próprio futebol nacional, uma vez que tanto os estádios quanto a prática em campo eram percebidos como defasados em relação ao padrão europeu. Outros, contudo, apontaram os efeitos negativos desse processo, sobretudo pelo emprego de verbas públicas que dificilmente se converteriam em benefícios concretos à coletividade.

Apesar de esse processo ter gerado diversas manifestações, é possível destacar o impacto direto sobre a cultura torcedora, decorrente de um modelo que reduziu a dimensão democrática e popular em favor de uma lógica mais elitizada. Além de outras exigências estruturais, como a instalação de cadeiras numeradas, registrou-se também a construção de camarotes, setores VIP e áreas de consumo segmentadas, cujo arranjo intensificou as diferentes formas de exclusão e racionalizou a experiência do futebol.

Vale retomar brevemente o contexto histórico da ascensão do brasileiro João Havelange (1916-2016) à presidência da FIFA, em 1974, momento que representou uma ‘virada de chave’ na trajetória da entidade e no processo de mercantilização do futebol. Com uma atuação fortemente voltada à profissionalização da gestão e à abertura para o mercado, sua administração foi decisiva na constituição de um modelo de negócio centrado na espetacularização do futebol e na ampliação de

---

<sup>13</sup> Fundado em 1903, em Porto Alegre (RS), o Grêmio é um dos clubes mais tradicionais do futebol brasileiro, com destaque no cenário nacional e internacional.

<sup>14</sup> O Internacional, também conhecido como “Colorado”, foi fundado em 4 de abril de 1909, em Porto Alegre (RS), com a proposta de ser um clube aberto a pessoas de todas as origens, inspiração para o próprio nome da agremiação.

<sup>15</sup> O Corinthians surgiu em 1º de setembro de 1910, na cidade de São Paulo (SP), por um grupo de operários do bairro Bom Retiro, inspirado pelo *Corinthian Football Club* da Inglaterra.



suas receitas comerciais. A frase emblemática com que assumiu o cargo: “*Vim para vender um produto chamado futebol*”, ilustra bem essa orientação.

Durante seu mandato, que se estendeu até 1998, Havelange firmou parcerias estratégicas com grandes corporações transnacionais, como Coca-Cola e Adidas, ao mesmo tempo em que aproveitou os avanços tecnológicos da transmissão via satélite para ampliar o alcance dos torneios organizados pela FIFA (Santos, 2017). Essa nova dinâmica inaugurada sob sua gestão consolidou, de uma vez por todas, o futebol como um produto altamente lucrativo e transformou as competições em vitrines de marcas e valores comerciais.

Nesse contexto, a modernização das estruturas administrativas e operacionais do futebol passou a ser vista não apenas como uma exigência técnica, mas como condição necessária para o fortalecimento das receitas. Os megaeventos se transformaram em plataformas comerciais, exigindo dos países-sede e dos clubes uma ampla reestruturação dos estádios, cada vez mais alinhados aos interesses de patrocinadores e conglomerados midiáticos.

Desde a década de 1990, nota-se uma redução significativa na capacidade dos estádios brasileiros, que antes abrigavam públicos superiores a 100 mil torcedores em uma única partida (Mascarenhas, 2018). Ainda em 1995, por exemplo, o estádio Cícero Pompeu de Toledo (SP), teve sua parte de sua arquibancada extinta, sendo anos mais tarde completamente ‘cadeirizado’, juntamente com o Maracanã e outras praças esportivas. Com isso,

Os “setores populares” simplesmente deixavam de ser populares. Esse foi um período marcado por uma série de reformas provisórias nos maiores estádios do Brasil. Provisórias pela incapacidade financeira dos clubes, não pela ausência de um “consenso” (Santos, 2017, p. 96).

Uma vez que o projeto de globalização do futebol estava em curso, era necessário também que uma nova forma de experienciar o esporte fosse valorizada. Flávio de Campos (2014), irá citar os dois pilares principais que buscavam legitimar as transformações realizadas através da modernização dos estádios no Brasil:

1) A necessidade de reestruturar os estádios e as cidades-sede, a fim de atender aos padrões internacionais estabelecidos pela entidade máxima do futebol. As exigências estavam detalhadas no chamado Caderno de Encargos, que



estipulava parâmetros rigorosos para segurança, acessibilidade, conforto, mobilidade e gestão dos espaços. Esse discurso foi utilizado como uma ferramenta de legitimação das reformas, apresentando a modernização como algo necessário, inadiável e benéfico não só para o futebol, mas para a própria imagem internacional do país.

2) Combate à violência e prevenção de tragédias, associado às questões de segurança e à necessidade de evitar episódios como o “Desastre de Hillsborough”, em 1989, na Inglaterra (Hillsborough, 2022). Além disso, apontava-se o suposto estado precário das instalações e o atraso tecnológico, reforçando a narrativa de que a modernização não respondia apenas à violência, mas também a uma infraestrutura considerada obsoleta para essa nova realidade.

Assim, inspirado nas experiências de controle implementadas na Europa, inicia-se no Brasil um regime de ‘disciplinarização’ das pessoas torcedoras. Nesse contexto, as manifestações das torcidas organizadas (TOs) passaram a ser alvo de ações restritivas por parte do Ministério Público e da Polícia Militar e respaldadas por segmentos da imprensa (Orlando, 2024). Mais tarde, com o Estatuto do Torcedor implementado em 2003, e posteriormente reformulado em 2010, essa legislação ampliou o alcance das infrações e endureceu as penalidades aplicáveis, promovendo, de forma crescente, a criminalização de práticas tradicionais da cultura torcedora.

A nova versão da lei tornou ilegal um “vasto leque de práticas culturais tradicionais na cultura torcedora, expressas em cânticos, em bandeiras, cartazes, fogos de artifício, etc” (Gaffney; Mascarenhas, 2014, p. 94). Essas mudanças acompanham a intensificação da midiaticização e da espetacularização do futebol, ao buscar moldar o ambiente esportivo segundo formatos televisivos e comerciais mais ‘palatáveis’. O Estatuto do Torcedor (Lei 10.671/2003) foi posteriormente revogado e substituído pela Lei Geral do Esporte (Lei 14.597/2023), sancionada em 14 de junho de 2023, ampliando ainda mais as bases institucionais dessa demanda.

Esse controle torna-se ainda mais evidente pelo emprego de sofisticados sistemas de vigilância nesses espaços: circuitos internos de segurança, grande número de câmeras em todos os setores e protocolos rígidos, criando um ambiente monitorado que transforma a experiência da arquibancada em algo cada vez mais

regulado e padronizado. Além disso, com a crescente valorização dos atletas pela mídia,

Não era mais condizente com os estádios que os colocavam vulneráveis à fúria da multidão. Ao mesmo tempo, essas novas “estrelas” midiáticas despertam interesse numa classe média-alta disposta a pagar caro para frequentar os estádios, desde que em condições de conforto e segurança (Mascarenhas, 2014, p. 217).

No âmbito das medidas de segurança, a FIFA passou a impor normas mais rígidas para partidas internacionais, exigindo que todos os torcedores permanecessem sentados e restringindo manifestações culturais espontâneas, como desfiles, cantos e ‘carnavalizações’ típicas de algumas torcidas. Tais medidas foram, no entanto, apoiadas pelos próprios clubes, interessados em atrair um novo perfil de público: os ‘consumidores’ do futebol-espetáculo, vistos como mais ‘comportados’ e financeiramente mais rentáveis. Essa atitude de consentimento por parte de determinadas instituições manifesta-se de forma contínua no futebol, sendo constantemente ajustada e incorporada às práticas do espetáculo.

Exemplo disso é a instalação de placas nas arquibancadas, que orientam as pessoas torcedoras a se levantarem apenas quando a bola atinge o gol. A Imagem 3, registrada no Estádio Municipal Nabi Abi Chedid, em Bragança Paulista (SP), ilustra essa situação. Apesar de não seguir os padrões das arenas modernas, o estádio também reproduz a mesma lógica. A mensagem implícita é de que, durante o restante da partida, a permanência sentada é a postura adequada, a fim de não ‘prejudicar’ a visão dos demais presentes.

Imagem 3 – Placa orientando a torcida a permanecer sentada, no Estádio Nabi Abi Chedid (SP)



Fonte: Band (2025)<sup>16</sup>

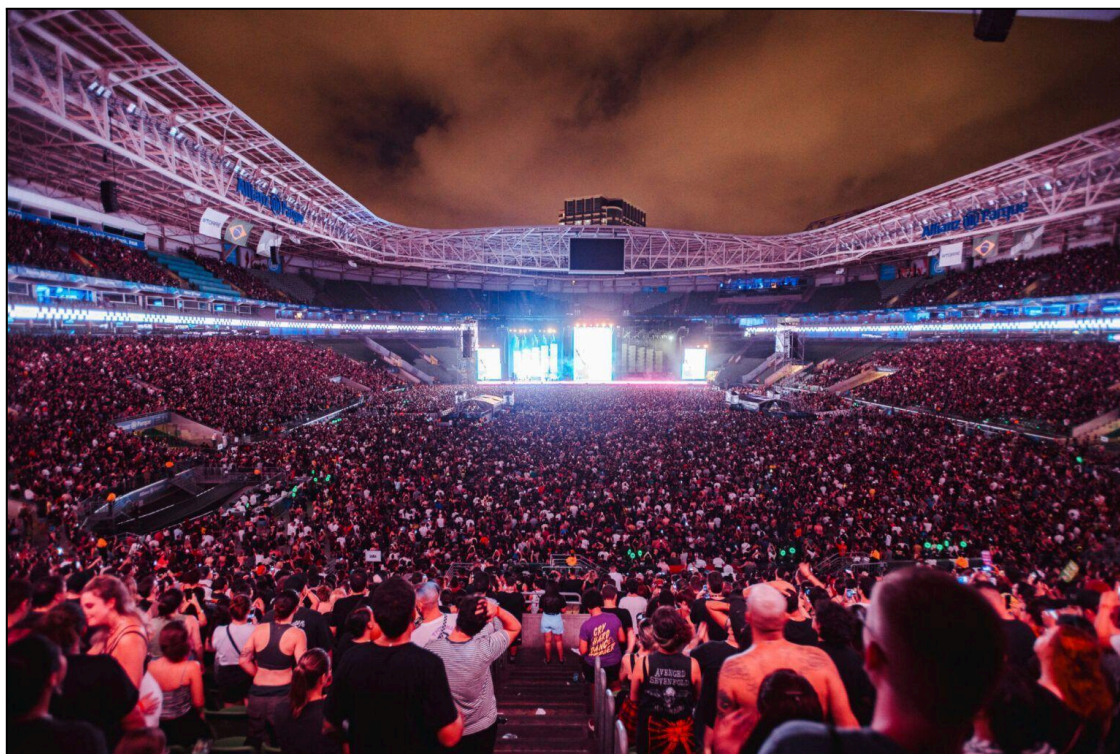
Por conseguinte, os altos investimentos em estruturas internas e externas, destinados a abrigar uma gama crescente de empreendimentos comerciais no entorno dos estádios passaram a exigir a adaptação do esporte a um modelo de negócios orientado à maximização do lucro e do consumo. A modernização estrutural desses espaços também busca abranger atividades para além do universo esportivo, como shows, festivais e outras atividades culturais de grande porte, conforme se observa na Imagem 4. Muitas arenas, inclusive, são cedidas para a realização desses eventos, o que frequentemente leva à transferência de partidas para outros estádios — caso bastante recorrente no Allianz Parque (SP).

---

<sup>16</sup> Disponível em:

<https://www.band.com.br/esportes/bragantino-orienta-torcedores-a-se-levantarem- apenas-na-hora-do-gol-202508091715>

Imagem 4 – Festival itinerante “*I Wanna Be Tour*”, realizado no Allianz Parque (SP)



Fonte: UOL (2024)<sup>17</sup>

A experiência vivida no estádio, antes um palco de intensa demonstração de paixão pelo clube, passou por um processo de redefinição orientado por diretrizes internacionais com um objetivo bem definido: controlar e racionalizar as manifestações populares no futebol, ao mesmo tempo em que se buscava gerar cada vez mais receitas para clubes e empresas associadas. A partir dessa leitura

Podemos entender que o processo de arenização constitui um dos efeitos da acumulação de riqueza centrada na inversão de capitais excedentes na urbanização, desapropriando determinados grupos sociais das suas experiências, do seu patrimônio. Em contrapartida, as sociabilidades das torcidas organizadas não constituem o grupo e o setor mais favoráveis para o consumo dos recursos das arenas multiusos (Pinheiro, 2021, p. 344).

Portanto, o projeto de modernização dos estádios passou a exigir um torcedor com maior poder aquisitivo, sobretudo em razão do aumento expressivo no preço dos ingressos (Drula, 2015). A pessoa que vai assistir a uma partida de seu clube é constantemente exposta a anúncios espalhados por todo o espaço, o que transforma essas arenas em importantes vitrines publicitárias, aproveitando-se da

---

<sup>17</sup> Disponível em: <https://musicnonstop.uol.com.br/i-wanna-be-tour/>

visibilidade que possuem. Nesse sentido, além da intensificação da presença dos meios de comunicação, que gerou uma interdependência entre essas duas instituições, as transformações estruturais promovidas pela arenização dos estádios também integram o processo de midiaticização do futebol.

Por outro lado, ao analisarmos as dimensões relacionadas à segurança e à modernização dos espaços de torcer, é necessário considerar que esse processo também possibilitou a aproximação de pessoas que anteriormente não frequentavam os estádios em razão da percepção de insegurança, especialmente mulheres e crianças. Conforme aponta Maria Luiza Vilella (2021), além das lutas feministas das últimas décadas, as reformas nos estádios também contribuíram para ampliar a presença feminina nesses espaços.

Ao favorecer condições consideradas mais seguras de permanência, ainda que as desigualdades de gênero permaneçam presentes, “as práticas torcedoras femininas acionam cada vez mais formas de contornar a repressão no universo do futebol com o passar dos anos” (Vilella, 2021, p. 7). A partir dessa perspectiva, os questionamentos formulados pelos movimentos de torcedores às mudanças recentes do futebol também revelam a necessidade de problematizar como determinadas formas de organização do esporte continuam atravessadas por padrões cisheteronormativos de gênero e sexualidade.

### **3.3 Movimentos de torcedores contra a elitização do futebol no Brasil**

Apesar de reconhecer que o futebol se desenvolveu em torno de interesses mercadológicos, destaca-se que, no seio dessas transformações, persistem as práticas sociais das pessoas que contribuem para definir o que o futebol representa. Assim, há a necessidade de ampliar a discussão e olhar “*de baixo para cima*”, ou seja, compreender o futebol enquanto prática cultural atravessada pela mídia, mas que também é constantemente negociada e ressignificada pelos atores sociais que fazem parte dessa associação. Torcidas, profissionais, coletivos e demais participantes do universo futebolístico não são apenas receptores passivos das lógicas midiáticas, mas agentes ativos que reconfiguram sentidos, hábitos e interações a partir de seus próprios repertórios e experiências (Skey *et al.*, 2017).

Como consequência desse processo multifacetado, percebe-se o início de um distanciamento cada vez maior entre as comunidades que historicamente

ajudaram a construir a identidade dos clubes e das próprias entidades. Tal perda de proximidade constituiu um dos principais pontos de crítica ao ‘futebol moderno’<sup>18</sup> e à atuação de movimentos que se opõem a esse esvaziamento no futebol em diversos países. Como se verá, esses grupos se posicionam contrários ao deslocamento para a condição de ‘consumidor’, pois se reconhecem como parte essencial da trajetória e da identidade dos clubes.

A partir da década de 1980, com a intensificação do processo de “hipermercantilização” (Giulianotti, 2012) do futebol, instalaram-se “processos distintos de conflitos de interesses e tentativas de imposição de padrões e normas” (Santos, 2016, p. 2), reconfigurando as experiências do torcer e gerando tensões em torno da cultura popular que historicamente caracterizou o ambiente futebolístico. A experiência nas arquibancadas, marcada por manifestações passionais, gestos coletivos e uma expressiva dimensão afetiva e ritualística, passou a ser mediada por novas regras de consumo e circulação nos arredores dos estádios, as quais, consequentemente, excluíram parte das torcidas populares.

Se, logo após o fim da Segunda Guerra Mundial, já era possível notar as primeiras articulações criticando o ‘aburguesamento’ do futebol na Europa (Numerato, 2015), os movimentos contrários a essa apropriação ganharam ainda mais força a partir de 1999, quando pessoas torcedoras do clube italiano *Associazione Sportiva Roma*<sup>19</sup> publicaram um manifesto intitulado “*No al calcio moderno*” (Contra o futebol moderno)<sup>20</sup>. Considerado um marco simbólico de luta e resistência, esse documento criticava as transformações profundas que o futebol vinha sofrendo desde a década de 1990, como o aumento no preço dos ingressos, a padronização dos espaços esportivos, a submissão às exigências das redes de televisão e a distância cada vez maior entre os torcedores.

Ainda nesse período, após a elaboração do Relatório Taylor<sup>21</sup>, que modificou a configuração dos estádios britânicos, a Associação Nacional dos Torcedores (FSA) estabeleceu-se como “uma das principais vozes dos torcedores contra alguns dos efeitos negativos dessa modificação” (Lopes, 2020, p. 228). A

---

<sup>18</sup> Neste trabalho, o conceito de futebol moderno é compreendido como uma “categoria nativa”, ou seja, um termo criado pelos próprios torcedores para expressar críticas às transformações do futebol, especialmente no que se refere à sua elitização e mercantilização (Lopes; Hollanda, 2017).

<sup>19</sup> Clube de futebol profissional italiano fundado em 1927.

<sup>20</sup> Disponível em: <https://www.asromaultras.org/manifesto.html>.

<sup>21</sup> Publicado em 1990, o Relatório Taylor recomendou uma série de reformas nos estádios britânicos, como a substituição das arquibancadas por assentos individuais, visando aprimorar a segurança das pessoas torcedoras.

partir desse ponto, diversos movimentos passaram a se articular em torno de pautas semelhantes, consolidando um campo de resistência em expansão diante das novas lógicas que passaram a reger o futebol europeu e, posteriormente, mundialmente.

No Brasil, as primeiras manifestações em defesa das torcidas começaram a ganhar visibilidade a partir da década de 2010, em um contexto de profundas transformações na estrutura do futebol no país (Lopes; Hollanda, 2018a, 2018b; Santos, 2016). No cerne dessas mobilizações estava a crítica às mudanças impulsionadas pelo processo de arenização para a Copa do Mundo de 2014, que transformaram significativamente a composição desses espaços. A fim de ilustrar esse processo, Bernardo Borges Buarque de Hollanda e Jimmy Medeiros (2019, 4) mostram que

O novo paradigma arquitetônico (...) implicou não apenas em um design *high tech* diferenciado. Ele contemplou um projeto privatista traduzido em um novo público-alvo, com camarotes corporativos, *business seats*, *club seats* e *season tickets*, entre outros. Seu corolário perverso coube aos habituais frequentadores, com o aumento exponencial no valor dos ingressos, com a valorização de espaços vips e com a setorização de camarotes destinados aos patrocinadores.

A partir de então, as transformações redefiniram práticas sociais e culturais ligadas ao ato de torcer, deslocando antigos modos de sociabilidade e impondo novas formas de participação nas arquibancadas. Como aponta Núbia Maria Silva Azevedo (2019), a Grêmio Gaviões da Fiel<sup>22</sup> foi uma das primeiras a manifestar publicamente seu descontentamento com essas mudanças. A crescente dificuldade de acesso aos estádios provocou intensa mobilização por parte da TO, que articulou discursos contrários à transformação do futebol em um espetáculo voltado ao consumo e à consequente perda da identidade cultural e popular associada ao ato de torcer.

A Imagem 5 mostra como o aumento no preço dos ingressos se estabeleceu como uma das principais críticas da torcida, que enxergava nessa medida uma forma de transferir os altos custos gerados pelas reformas e construções das novas arenas multiuso às pessoas torcedoras.

---

<sup>22</sup> A Gaviões da Fiel é a principal torcida organizada do Corinthians, fundada em 1969.



Imagem 5 – Faixa da torcida do Corinthians em protesto contra o aumento dos ingressos do Campeonato Paulista de 2013



Fonte: Globo Esporte (2013)<sup>23</sup>

Nesse contexto, a principal forma de resistência à padronização do futebol consistia em ocupar as ruas com faixas e bandeiras que expressavam o descontentamento frente à lógica excludente do futebol moderno. A Imagem 6 apresenta a TO do São Paulo Futebol Clube<sup>24</sup>, Dragões da Real, em protesto contra as mudanças provocadas pelo processo de elitização do futebol brasileiro em 2016, mesmo após a realização da Copa do Mundo no Brasil.

---

<sup>23</sup> Disponível em:

<https://ludopedio.org.br/arquibancada/futebol-e-politica-a-revolucao-vira-das-arquibancadas/>

<sup>24</sup> Fundado em 1930, na cidade de São Paulo (SP), o São Paulo F. C. surgiu da união de dirigentes e atletas remanescentes do extinto Club Athletico Paulistano e da Associação Atlética das Palmeiras, consolidando-se como um dos clubes mais tradicionais do futebol brasileiro.



Imagem 6 – Torcedores do São Paulo F. C. protestam contra o futebol moderno



Fonte: Observatório do Futebol (2016)<sup>25</sup>

Por conseguinte, as experiências que surgem paralelamente às TOs, identificadas por Irlan Simões da Cruz Santos e Ronaldo Helal (2016) como “movimentos de torcedores”, constituem expressões da sociedade civil que, embora compartilhem certas práticas com essas torcidas, apresentam pautas específicas e modos próprios de mobilização. Conforme já denunciavam seus precursores, essas experiências emergem a partir da percepção de que a cultura torcedora vinha sendo gradualmente esvaziada em nome de uma lógica de consumo, que transforma o estádio em um espaço regulado e excludente.

Assim, as reivindicações desses movimentos concentram-se principalmente em dois eixos centrais: a garantia do acesso democrático aos estádios e a defesa de uma participação mais ativa e transparente na gestão dos clubes. De acordo essa perspectiva

Quanto ao direito ao clube nota-se o surgimento de movimentos de torcedores comuns com vistas à maior participação política, seja a partir da pressão exercida sobre os dirigentes, ou, de forma mais organizada, através

<sup>25</sup> Disponível em:

<https://observatorioracialfutebol.com.br/futebol-e-politica-a-revolucao-vira-das-arquibancadas/>

de exigências quanto à reformulação dos estatutos sociais dessas instituições, tornando-as mais acessíveis e democráticas. Esses grupos se diferenciam de outras experiências antigas por não estarem ligados intimamente a nenhuma força política nem às tradicionais famílias que compõem os conselhos dessas instituições. Quanto ao direito ao estádio detectam-se distintas demandas sobre: 1) democratização do acesso aos jogos, relativo à contestação do alto preço dos ingressos; 2) fim das restrições às manifestações festivas nas arquibancadas, como a proibição de bandeiras, de artefatos pirotécnicos, bebidas alcóolicas e o direito de ver o jogo em pé; e 3) exigências quanto à própria formatação do espaço físico dos estádios, além dos horários dos jogos (Santos; Helal, 2016, p. 54).

De modo geral, os movimentos de torcedores se inserem em uma dinâmica voltada ao fortalecimento dos vínculos identitários e afetivos com o clube, contrapondo-se à lógica que reduz o futebol à condição de negócio. Nessas experiências, percebe-se a tentativa de ressignificar o papel da torcida como elemento constitutivo do processo esportivo, capaz de disputar sentidos, espaços e formas de pertencimento, tanto dentro quanto fora de campo. Portanto, esses movimentos emergem como grupos de resistência a um sistema que prioriza a eficiência mercadológica em detrimento do engajamento afetivo e comunitário.

Santos (2016, p. 11) analisa quatro experiências brasileiras que se alinham “ao processo de formação de torcedores para o combate à mercantilização do futebol”: O Povo do Clube (Internacional-RS), Resistência Azul Popular (Cruzeiro-MG), Dissidenti (Palmeiras-SP) e Frente 1899 (Vitória-BA). Para os fins desta pesquisa, opta-se por exemplificar apenas dois desses movimentos, sem a pretensão de generalizar experiências que, embora compartilhem aspectos em comum, apresentam especificidades detalhadas no estudo original do autor.

A Resistência Azul Popular (RAP) surgiu em 2015 e se define como uma torcida que também atua em causas sociais e políticas, tendo como uma de suas principais pautas a denúncia contra a gestão do estádio Governador Magalhães Pinto (MG), o Mineirão, realizada pelo consórcio privado Minas Arena, considerado pelo grupo símbolo da mercantilização e da gentrificação do futebol. Desde a época de sua criação, a RAP reivindica a abertura de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para investigar os contratos entre o governo de Minas Gerais e o consórcio.

O movimento também defende bandeiras como a democratização do Cruzeiro Esporte Clube<sup>26</sup>, a autogestão dos clubes e o enfrentamento ao racismo, à

---

<sup>26</sup> O Cruzeiro, clube tradicional de Minas Gerais, também conhecido como “Raposa”, foi fundado em 1921 como *Società Sportiva Palestra Itália* e renomeado em 1942.

homofobia, ao machismo, ao fascismo e à xenofobia, tanto no futebol quanto na sociedade (Santos, 2017). Na Figura 1, apresenta-se um cartaz produzido pela torcida em 2017 e compartilhado em suas redes sociais, que ilustra como a atuação do grupo reforça a identidade torcedora em sua dimensão política e coletiva.

Figura 1 – Postagem de convocatória para seminário da Resistência Azul Popular



Fonte: Resistência Azul Popular, 2017 (reprodução)<sup>27</sup>

Já a Frente 1899, criada em 2015, é formada majoritariamente por sócio-torcedores oriundos de experiências anteriores voltadas à democratização, como o Movimento Somos Mais Vitória, surgido em 2010 (Santos, 2017). Embora a crítica ao preço dos ingressos não figure como pauta central, o grupo defende a abertura das estruturas decisórias do clube e o fortalecimento da participação das pessoas torcedoras.

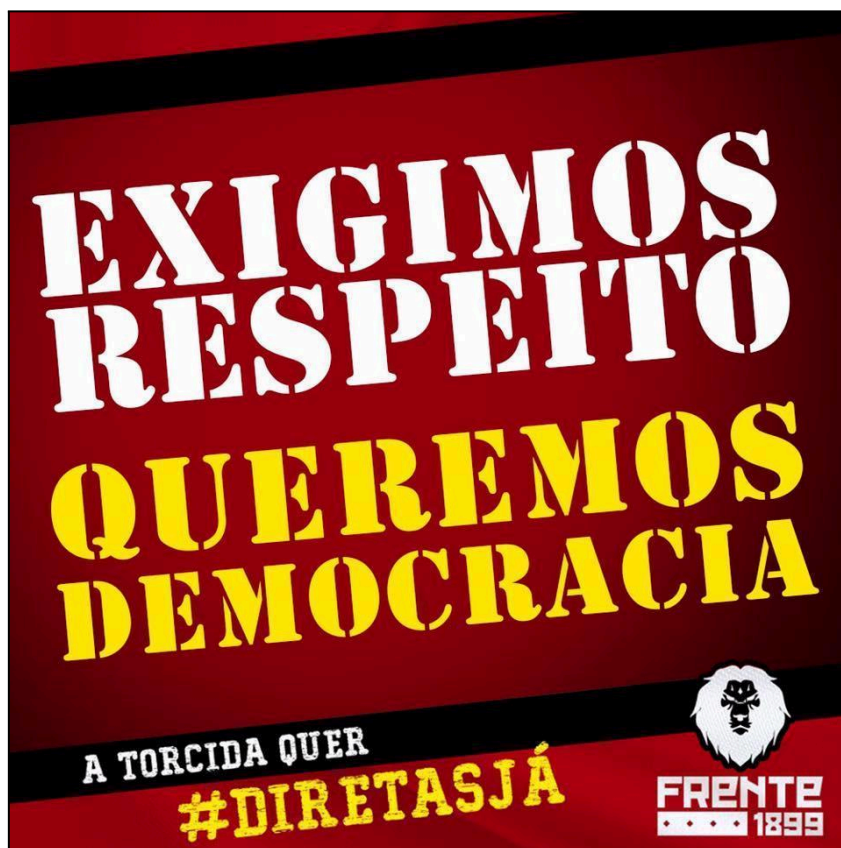
Ao se articular com outros movimentos semelhantes, a Frente 1899 incorporou a perspectiva de que o futebol deve ser conduzido com transparência e, principalmente, com pertencimento coletivo, em oposição aos modelos gerenciais fechados que caracterizam grande parte dos clubes (Santos, 2017). Como

<sup>27</sup> Disponível em:

<https://www.facebook.com/resistenciaazulpopular/photos/pb.100069092662680.-2207520000/1959731104273326/?type=3>

demonstra a Figura 2, sua articulação coletiva também se organiza a partir da insatisfação com os rumos político-administrativos do clube.

Figura 2 – Postagem da Frente 1899 em protesto contra diretoria do clube



Fonte: Frente 1899, 2016 (reprodução)<sup>28</sup>

Ainda que cada grupo surja em um contexto específico e com formas distintas de organização, há entre eles um ponto de convergência importante: o esforço em reafirmar a dimensão coletiva, afetiva e participativa da torcida, em contraposição à lógica mercantil e seletiva que passou a dominar o futebol a partir de sua crescente globalização. Nesse sentido, seja por meio da reivindicação do direito de torcer em pé, da crítica aos altos preços dos ingressos ou da luta por transparência na gestão, esses movimentos expressam formas contemporâneas de pertencimento e resistência dentro do universo futebolístico.

---

<sup>28</sup> Disponível em:  
<https://www.facebook.com/Frente1899/photos/pb.100067029490395.-2207520000/1038587806194807/?type=3>

## **4 O FUTEBOL NAS MÍDIAS COMO ESPORTE “DE MACHO, PARA MACHO”**

Neste capítulo, propõe-se debater os elementos que colocam o futebol como um signo representativo da masculinidade hegemônica, deslegitimando outras identidades não normativas e relegando-as ao status de não pertencentes a esse universo. Para isso, toma-se como ponto de partida a problemática dos padrões de gênero e sexualidade, tendo como base epistemológica a abordagem proposta pelos Estudos *Queer*. Em seguida, aprofunda-se o debate a partir dos espaços nos quais essa lógica encontra legitimidade, bem como dos dispositivos mobilizados para sua reiteração. No terceiro tópico, busca-se traçar a relação entre a performatividade de gênero no futebol por meio de experiências que marcaram o cenário brasileiro.

### **4.1 Pensando gênero e sexualidade no futebol a partir dos Estudos *Queer***

Para questionar o padrão excludente e regulatório que rege o futebol, é necessário antes destacar que nossa sociedade se estrutura sob a lógica da cisheteronormatividade, que, por sua vez, “atua como um amplo sistema de relações de poder vinculadas a práticas e instituições que colocam a heterossexualidade como norma cultural” (Bandeira, 2019, p. 69). Essa lógica não apenas define o que é considerado ‘aceitável’, mas também regula as formas de expressão do corpo, do afeto e de pertencimento, relegando à margem aqueles que não se enquadram nesses moldes. Nesse sentido, a cisheteronormatividade opera como um regime de poder simbólico (Bourdieu, 2010), capaz de silenciar, excluir e até tentar corrigir determinados comportamentos, uma vez que qualquer experiência que fuja ao modelo dominante é percebida como ameaça ou desvio.

Essa exclusão não se restringe ao âmbito íntimo ou privado; pelo contrário, estende-se a diversos espaços sociais, como a escola, o ambiente de trabalho, os meios de comunicação e o próprio futebol. No caso deste último, observa-se que as políticas de gênero e sexualidade se manifestam tanto nos discursos públicos quanto nas práticas cotidianas, as quais naturalizam comportamentos violentos, machistas e discriminatórios de forma recorrente. Ao apartar as identidades dissidentes, esse modelo também impõe um ideal específico de masculinidade, a “masculinidade hegemônica” (Connell; Messerschmidt, 2013), caracterizado como forte, viril e agressivo, funcionando como uma barreira à diversidade e à pluralidade,



tanto dentro quanto fora dos estádios. Diante dessa realidade, surge a questão: como tais normas foram naturalizadas desde o surgimento do esporte como se conhece hoje?

A fim de responder a esse e a outros questionamentos, valemo-nos da perspectiva epistemológica proposta pelos Estudos *Queer*<sup>29</sup>, a qual propõe ‘sacudir’ as ideias dominantes que apresentam gênero e sexualidade como dados naturais e imutáveis da vida humana, para refletir a partir da proposição de que essas categorias são, na realidade, construídas socialmente e, portanto, permeadas por conflitos e negociações. Ao analisar o contexto futebolístico, constata-se que as práticas violentas e excludentes não podem ser compreendidas como simples desvios individuais, mas constituem parte de um processo histórico de regulação, que transformou um determinado modelo de masculinidade em padrão, de modo que sua repetição cotidiana lhe conferiu aparência de naturalidade.

Essa abordagem surgiu no início da década de 1990 como resultado do diálogo entre diferentes correntes teóricas, movimentos contra-hegemônicos e históricos, funcionando sobretudo “como impulso crítico em relação à ordem sexual contemporânea” (Miskolci, 2012, p. 21). Embora não haja consenso no interior desse conjunto de estudos, uma das preocupações centrais é desconstruir a ideia de identidade sexual como algo anterior ao sujeito e, principalmente, problematizar os mecanismos de poder que marginalizam e oprimem experiências e práticas que não correspondem ao binarismo de gênero — masculino/feminino.

O termo que dá origem a essa linha de pensamento, ‘*queer*’, foi, durante muito tempo, utilizado como injúria para marcar gays, lésbicas e pessoas que não se adequavam à lógica cisheteronormativa. Posteriormente, ativistas LGBTQIA+ e pessoas pesquisadoras passaram a incorporá-lo como escolha política, transformando-o em símbolo de luta e resistência, como forma de radicalizar o questionamento das normas sexuais e de gênero (Pelúcio, 2014). Desde então, *queer* tem sido empregado em diferentes usos: substantivo, adjetivo e até verbo, sempre associado à recusa de categorias fixas e à defesa da legitimidade das múltiplas formas de viver o desejo e o corpo.

Na modernidade, o exercício da sexualidade deixou de ser regulado exclusivamente pela lei ou pela autoridade soberana da Igreja, passando a ser

---

<sup>29</sup> Outras expressões, como “Teoria *Queer*”, “Saberes *Queer*”, “Estudos Transviados” e “Teoria CU”, também são utilizadas para se referir ao mesmo campo epistemológico.

atravessado por um conjunto de instrumentos mais sutis e difusos. Nesse novo cenário, os sujeitos não apenas foram interpelados a viver sua sexualidade, mas também coagidos a fazê-lo dentro de padrões específicos (Foucault, 1999). Nessa direção, a leitura de Tamsin Spargo (2019) sobre a obra de Michel Foucault aponta que a sexualidade não deve ser entendida como um aspecto natural da vida humana, “mas uma categoria da experiência que foi construída e que tem origens históricas, sociais e culturais, mas não biológicas” (Spargo, 2019, p. 15).

Apreender essas dimensões constitui um desafio para muitos, pois, à semelhança do gênero, tende-se a concebê-las como propriedades internas, algo inerente ao sujeito. Contudo, o fato de haver um investimento cultural e social em reafirmar sua naturalidade não significa que isso realmente ocorra (Spargo, 2019). Existem, inclusive, sociedades em que essa lógica não se aplica. Jean Baptista (2021), ao discutir a “invenção de corpos indígenas abjetos”, argumenta que a estigmatização das dissidências entre povos originários decorre do processo colonizador, e não de suas próprias culturas, o que desloca a análise para a forma como a colonização produziu normatividades sexuais capazes de reconfigurar práticas e sentidos já existentes.

Alinhados a isso, os meios de regulação dos corpos e desejos concretizaram-se por meio de dispositivos de poder constituídos por elementos heterogêneos, como discursos, instituições, leis, arquiteturas, enunciados científicos, proposições filosóficas e morais que orientam modos de viver, pensar e se relacionar (Foucault, 1998). Na prática, esses dispositivos operam de maneira reiterada para estabelecer parâmetros que determinam quais expressões de gênero e práticas sexuais são socialmente legitimadas. Essa dinâmica revela-se, por exemplo, na medicalização da infância, na psicologização do desejo e na vigilância sobre a vida conjugal, dimensões que passaram a receber atenção constante da sociedade.

A partir dessa perspectiva, os sujeitos foram condicionados a manter suas experiências sexuais segundo códigos normativos e morais de ordem burguesa, internalizando regras e valores que passam a orientar sua conduta na vida privada. Parte da crítica *queer* se fundamenta nessa compreensão, pois, ao reconhecer que a sexualidade é atravessada por dispositivos de poder e saber, abre-se espaço para questionar a naturalização da heterossexualidade como única convenção legitimamente autorizada. A noção foucaultiana de que os discursos produzem

realidades, e não apenas as descrevem, possibilita compreender como certas identidades sexuais são legitimadas, enquanto outras são tidas como desviantes.

Por conseguinte, a categoria ‘homossexual’ surge no final do século XIX, apresentando-se como “uma das figuras da sexualidade quando foi transferida da prática da sodomia para uma espécie de androgenia interior” (Foucault, 1999, p. 43). Nesse período, observa-se a ascensão da medicina como campo autorizado a intervir sobre esses chamados ‘desvios sexuais’, sob a perspectiva da saúde e da higiene. Com isso, a homossexualidade passa a ser entendida como identidade, deixando de ser apenas um ato moralmente condenado para se tornar objeto de classificação e controle no interior das práticas discursivas modernas.

Assim, essa identidade se estabelece através de um regime hierárquico que toma a heterossexualidade como modelo legítimo e relega ao seu oposto a condição de desvio (Louro, 2009). Os efeitos dessa concepção se prolongaram por décadas: entre 1948 e 1970, a homossexualidade era classificada como uma “desordem psiquiátrica” (Miskolci, 2014), considerada passível de intervenção terapêutica ou mesmo de cura. Somente em 1973, após pressões e mobilizações de diferentes grupos e ativistas LGBTQIA+, é que a ela foi retirada da lista de doenças mentais do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM).

Ao mesmo tempo, novas organizações formadas por intelectuais e ativistas europeus e estadunidenses passaram a estudar a homossexualidade como tema central de suas pesquisas. Esses estudos buscavam demonstrar que as relações e práticas sexuais entre pessoas do mesmo sexo constituíam experiências recorrentes ao longo da história. Segundo Guacira Lopes Louro (2001), embora essas pesquisas tenham contribuído de forma significativa para o debate, mostraram-se limitadas diante das demandas de um grupo emergente, que buscava abordagens mais amplas e críticas, e não apenas reafirmativas da ideia de uma ‘terceira identidade’.

Os estudos feministas desempenharam papel relevante na ampliação dessa perspectiva, propondo desafiar não apenas a dominação masculina sobre as mulheres, mas também os pressupostos essencialistas que tratam a sexualidade como intrínseca à natureza humana (Miranda; Alencar, 2016, p. 189). A incursão do feminismo lésbico, no final da década de 1970 e início da década de 1980, com autoras como Adrienne Rich, Monique Wittig e Audre Lorde, corroborou na crítica às normas heterossexuais, destacando a centralidade das relações entre mulheres e suas experiências (Ruggieri, 2023).



A partir da ampliação do debate sobre a homossexualidade, surgiu a necessidade de formular categorias conceituais capazes de analisar não apenas a sexualidade, mas também os papéis sociais conferidos a homens e mulheres na sociedade. Com isso, sobretudo por meio da apropriação feita pelos estudos feministas, o conceito de gênero passou a ser mobilizado para compreender como a sociedade organiza e diferencia experiências, comportamentos e expectativas designadas aos sujeitos com base na ideia de masculinidade e feminilidade.

Essa reflexão implica distinguir gênero de sexualidade, embora ambos sejam construções históricas e sociais. Nesse contexto, o gênero é compreendido como o dispositivo pelo qual “a produção e a normalização do masculino e do feminino ocorrem junto às formas intersticiais hormonais, cromossômicas, psíquicas e performativas que ele assume” (Butler, 2022a, p. 79). Afasta-se, assim, a ideia de gênero enquanto expressão de uma verdade interna, coerente e dualizada, passando a ser analisado, segundo Judith Butler, por meio do conceito de performatividade, onde

A performatividade deve ser compreendida não como um “ato” singular ou deliberado, mas, em vez disso, como a prática reiterativa e citacional, pela qual o discurso produz efeitos que ele nomeia [...] as normas regulatórias do “sexo” trabalham de uma forma performativa para construir a materialidade dos corpos e, mais especificamente, para materializar o sexo do corpo, para materializar a diferença sexual a serviço da consolidação do imperativo heterossexual (Butler, 2022b, p. 195).

O conceito de performatividade corresponde à ideia de que, ao projetar expectativas sobre o que significa ser homem ou mulher, cria-se a impressão de que tais identidades existiam previamente, quando, na realidade, é a própria antecipação que gera o fenômeno que se acreditava dado. A repetição de gestos, valores e discursos produz efeitos de naturalização, ao mesmo tempo em que a heterossexualidade compulsória atua como parâmetro regulador. Essa dinâmica busca assegurar a coerência entre sexo, gênero e desejo/sexualidade, de modo que atos coletivos e temporais gerem consequências concretas: “na verdade, a performance é realizada com o objetivo estratégico de manter o gênero em sua estrutura binária” (Butler, 2021, p. 242).

Existe, contudo, uma diferença conceitual entre performance e performatividade que merece ser destacada. Segundo Sarah Salih (2022, p. 65, grifos do autor), Butler diz que “a identidade de gênero é uma sequência de atos [...],

mas ela também argumenta que não existe um ator (um performer) preexistente que pratica esses atos, que não existe nenhum fazedor por trás do feito”. Em outras palavras, a identidade não resulta de uma essência anterior ao sujeito, mas emerge de um processo contínuo de repetição regulada, no qual as normas produzem o sujeito ao mesmo tempo em que são reiteradas por ele.

Nos esportes em geral, percebe-se que essa lógica performativa se manifesta desde a infância, influenciando o comportamento nas experiências formativas, como nas aulas de educação física. Durante os processos de socialização masculina, os meninos assimilam códigos de gênero que definem o que é considerado necessário para ‘ser homem’, recorrendo a termos pejorativos e a práticas corretivas para se policiar mutuamente. A repetição desses gestos e palavras reforça os padrões esperados, de modo que traços considerados afeminados são percebidos como transgressão às normas estabelecidas (Castro; Siqueira, 2020).

Nesse sentido, compreender a reiteração das normas de gênero e sexualidade presentes no futebol vai além de analisar sua dimensão esportiva; é preciso reconhecer que ele atua como instrumento de hierarquização das interações sociais, especialmente no que se refere às relações de gênero. Ao internalizar regras e comportamentos esperados dentro do campo e nas arquibancadas, os atores sociais que compõem esse universo assimilam padrões de conduta associados à uma ideia específica de masculinidade.

Esse processo assume caráter pedagógico, pois funciona como um aprendizado destinado a enquadrar os corpos em gestos, valores e comportamentos de acordo com aquilo que se espera dentro desses padrões. Nessa perspectiva, a “pedagogia das sexualidades” instaura um regime de expectativas que disciplina condutas e define quais sujeitos são reconhecidos como verdadeiros participantes e quais não o são. Como explica Louro (2009, p. 90)

Esse alinhamento (entre sexo-gênero-sexualidade) dá sustentação ao processo de heteronormatividade, ou seja, à produção e à reiteração compulsória da norma heterossexual. Supõe-se, segundo essa lógica, que todas as pessoas sejam (ou devam ser) heterossexuais – daí que os sistemas de saúde ou de educação, o jurídico ou o midiático sejam construídos à imagem e à semelhança desses sujeitos. São eles que estão plenamente qualificados para usufruir desses sistemas ou de seus serviços e para receber os benefícios do Estado. Os outros, que fogem à norma, poderão na melhor das hipóteses ser reeducados, reformados (se for adotada uma ótica de tolerância e complacência); ou serão relegados a um segundo plano (tendo de se contentar com recursos alternativos, restritivos,

inferiores); quando não forem simplesmente excluídos, ignorados ou mesmo punidos.

Essa reflexão mostra que a cisheteronormatividade não se limita a regras 'não ditas', mas se materializa em práticas concretas que estruturam o acesso a recursos, direitos e espaços. No contexto escolar, currículos que reforçam o casamento heterossexual ou projetos de educação sexual que ignoram a diversidade de orientações condicionam os estudantes a internalizar um padrão único de comportamento. No futebol, atletas que não se enquadram nos modelos de masculinidade ou feminilidade esperados podem ser alvo de provocações, exclusão de equipes ou marginalização dentro de clubes.

Segundo Jamie Cleland (2014), o futebol consolidou a exigência de força física e de gestos que atestassem uma identidade alinhada à heterossexualidade, incorporando essas expressões como elementos essenciais da lógica do jogo. Enquanto esporte de espetáculo e de contato, exige uma performatividade associada ao ideal hegemônico, que se expressa na celebração do corpo resistente ao desgaste, no reconhecimento do atleta que enfrenta o adversário com dureza, na habilidade de suportar lesões sem demonstrar fragilidade e na capacidade de manter o autocontrole mesmo em situações de adversidade.

Desse modo, a noção de dominação masculina no contexto futebolístico é frequentemente exercida sem necessidade de coerção direta, apoiando-se não apenas na força física ou em preceitos jurídicos, mas, sobretudo, na capacidade de tornar as desigualdades de gênero percebidas como naturais (Bourdieu, 2010). Assim, como já foi mencionado, a instituição da violência simbólica contribui para a reafirmação de discursos capazes de introjetar tais valores estigmatizantes nas identidades consideradas desviantes.

Afirmar a preponderância da masculinidade hegemônica não implica que o futebol ou as práticas torcedoras reproduzam um único modelo, embora haja pouco espaço para que outras formas se expressem. Diferentes modos de performar o 'ser homem', assim como a mídia e as instituições educativas e esportivas, também contribuem para a reprodução de padrões normativos e excludentes nesses ambientes. No entanto, enfatizar o papel desta categoria permite observar a existência de um padrão recorrente e historicamente presente, que se manifesta tanto nos rituais e tradições do futebol quanto nas práticas cotidianas.

A partir disso, pode-se afirmar que gênero e sexualidade são componentes centrais na dinâmica de socialização do jogo, na medida em que certos corpos e comportamentos são percebidos como mais aptos a lidar com os desafios físicos e competitivos impostos pela modalidade. Consequentemente, o discurso amplamente reiterado por pessoas torcedoras e pelos discursos midiáticos, segundo o qual aqueles que se afastam desses padrões tenderiam a não se interessar ou a não se engajar plenamente com o futebol, contribui para a manutenção de barreiras simbólicas e estruturais nesse esporte.

#### **4.2 Espaços de reprodução e naturalização da masculinidade hegemônica no futebol**

Se o futebol figura como um território em constante relação com as dinâmicas sociais, culturais, políticas e econômicas da sociedade, é certo, contudo, que ele “opera em um intrincado sistema de pertencimento, relegando à margem aqueles que não se conformam à normatização e representações a ele vinculadas” (Torres; Medeiros, 2024, p. 2). Essa dinâmica evidencia que os espaços diretamente relacionados a esse esporte são atravessados por um conjunto de regras explícitas e implícitas, em que a visibilidade e reconhecimento dependem da conformidade com padrões de gênero e sexualidade.

A virilidade ocupa um lugar central nas disputas simbólicas que atravessam o futebol, pois não se limita às características individuais dos sujeitos, mas funciona como um parâmetro de reconhecimento dentro desse universo. Conforme aponta Pierre Bourdieu (2010, p. 67), “a virilidade, como se vê, é uma noção eminentemente relacional, construída diante dos outros homens, para os outros homens e contra a feminilidade, por uma espécie de medo do feminino, e construída, primeiramente, dentro de si mesmo”.

No futebol, essa construção se manifesta na valorização de comportamentos, posturas e formas de expressão associadas a um ideal específico de masculinidade, estabelecendo fronteiras simbólicas entre aqueles que correspondem a essa norma e aqueles que são percebidos como desviantes. Dessa maneira, a afirmação da virilidade passa a organizar não apenas as relações entre homens cisgêneros, mas também os modos pelos quais diferentes corpos e identidades são aceitos ou contestados nesse espaço.

Ao analisar a atuação de mulheres nos gramados, mesmo em um período recente de expansão e maior visibilidade, percebe-se que essa inserção ainda ocorre de forma subalternizada quando comparada ao futebol praticado por homens. Durante a Era Vargas (1930–1945), o Decreto-lei nº 3.199, de 14 de abril de 1941, proibiu oficialmente que mulheres praticassem futebol no Brasil, restrição que permaneceu vigente até 1979 e que contou, à época, com a reiteração desse discurso pela mídia, exemplificado na Figura 3. A justificativa utilizada afirmava que o esporte seria incompatível com a “natureza feminina”, podendo prejudicar a saúde e os papéis sociais da mulher na sociedade (Westin, 2023).

particularmente, completo, qual-  
que de entidades,  
o que pro-  
priedades, "ba-  
entre os "car-  
eando que o  
a sua orienta-  
do das parti-  
cipantes. Bra-  
sileiro abaisa  
alguns sen-  
sitivos; con-  
tinua do cam-  
o nas cidades  
finalistas han-  
de que tuc si-  
e mais de 34  
a ou terrestre,  
dizante sorteio,  
nito jogo. En-  
quando as en-  
tenderem as  
cabera a Fe-  
do local dos

Art. 35 — Si após a terceira regula-  
mentar do terceiro jogo o campeonato  
estiver ainda empatado, quanto ao nu-  
mero de pontos, será proclamada ven-  
cedora a entidade cujo quadro haja  
conquistado, nos tres jogos finalistas,  
maior numero de pontos.

Art. 36 — Si a ainda persistir o em-  
pate tanto na totalidade de pontos, co-  
mo na de tentos, será o jogo prorrogado  
por 30 minutos com mudanca de lado,  
depois de decorridos 15 minutos de  
jogo.

Paragrafo unico — Si continuar o  
empate ao termino da prorrogacao serão  
as duas entidades proclamadas vencedo-  
ras "ex-aequo".

Art. 40 — Devido as condições cli-  
maticas e por conveniencia da tabeli-  
a os jogos poderão, a juizo da Federa-  
cao, ser realizados a noite.

normal está sobre a sua cabe-  
ça. Vae haver novidades, con-  
fia na felicidade de Juca, na  
orientação defensiva mas... tam-  
bem não sabe de nada.

Vae ser difficil salvar os co-  
res da Liga da sangria, que a  
falta de providencia do fazer  
contrato com os juizes não foi  
evitada.

Esta situação vem favorecer  
grandemente o processo que Ti-  
jolo move contra a Liga, pois só  
em abril, terminará legalmente o  
compromisso que ambas as par-  
tes firmaram.

Iguesil Marinho, falando ao reporter d'O IMPARCIAL.

# “PE’ DE MULHER NÃO FOI FEITO P’RA SE METTER EM SHOOTEIRAS!”

AS PARTIDAS FEMININAS NÃO FIGURAM NOS DISPOSITIVOS LEGAES --  
OPORTUNAS DECLARAÇÕES DE IGUESIL MARINHO, ASSISTENTE TECH-  
NICO DO MINISTERIO DA EDUCACAO

Castro não anda satisfeito mas ainda não

No regulamento das regras de diversas  
publicas, tanto a do Crossa antigo como  
a actual, o football feminino apparece  
a todos, as exercicios em que ha disputa  
de lucto, supermedia physica, luta corpo-  
ral. Sem brigaçoes de individual, porque  
enque  
consti-  
são se  
Cesari

Fonte: Museu do Futebol (2024)<sup>30</sup>

Mesmo durante esse período, as mulheres seguiram praticando futebol de maneira clandestina e sem qualquer apoio formal ou financeiro. Conforme aponta Giovana Capucim e Silva (2015), a equipe esportiva de mulheres da Associação Desportiva da Polícia Militar (ADPM) destacava-se no circuito de futebol de várzea da cidade de São Paulo no final da década de 1970, sendo apresentada como um grupo engajado no discurso feminista e, além disso, reconhecido pelo excelente desempenho dentro de campo. Ao mencioná-las, Silva (2015, p. 72) argumenta que

“Feministas”? Elas dizem que sim. Querem levar a luta pela igualdade de direitos entre o homem e a mulher até para dentro dos campos de futebol, provando que bola, calção e chuteiras não devem mais ser um privilégio dos marmanjos.

Após o fim do decreto, a regulamentação só foi estabelecida em 1983, quando o Conselho Nacional de Desporto (CND), extinto em 1993, passou a reconhecer a modalidade no país, possibilitando a criação de clubes e campeonatos (Silva, 2015). Ainda assim, os efeitos desse veto permanecem até hoje: a escassez de patrocínios, que limita a organização de competições; o preconceito estrutural, que reforça a ideia de que o futebol praticado por mulheres é ‘menos atrativo’ ou ‘inferior’ ao praticado por homens; e, sobretudo, a postura da mídia, que durante muito tempo negligenciou a modalidade. Não por acaso, as primeiras transmissões televisivas de partidas ocorreram de forma isolada apenas em 1990 (Castro, 2021).

Desde então, apesar dos avanços relacionados à sua prática, outros espaços permanecem atravessados por barreiras estruturais e simbólicas. A participação de mulheres, mesmo assumindo o papel de espectadoras, é frequentemente interpretada como uma transgressão aos códigos tácitos de pertencimento masculino. Situações corriqueiras, como a naturalização de expressões sexistas e misóginas por parte das torcidas, evidenciam que sua presença continua hierarquizada e diminuída nesse contexto.

No caso das profissionais que atuam como comentaristas e narradoras de futebol, percebe-se que os desafios vão além da exigência de habilidades técnicas ou do domínio do jogo, estando diretamente relacionados à divisão das funções que podem ser ocupadas por mulheres, segundo convenções de gênero e sexualidade

---

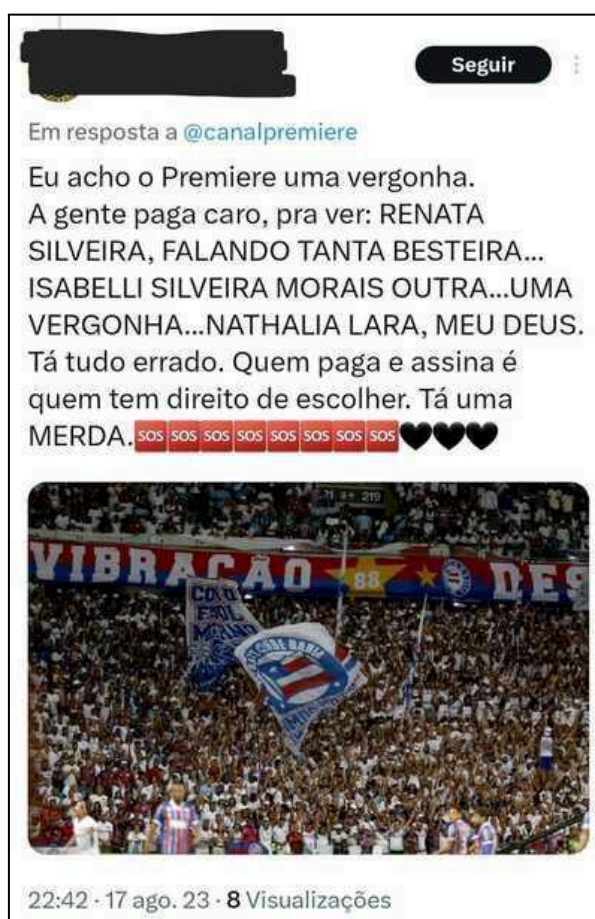
<sup>30</sup> Disponível em: <https://museudofutebol.org.br/evento/dia-da-proibicao-do-futebol-feminino/>

prescritivas. Em um ambiente predominantemente masculino, a autoridade de suas falas é constantemente questionada de maneiras que dificilmente recaem sobre colegas homens. Ao problematizar as formas de discriminação com as quais operam esses discursos, Butler (2024, p. 177) diz que

A negação de um emprego baseia-se na ideia de que o sexo da pessoa a torna incompetente, ou de que o cargo deveria ser atribuído a outra pessoa por se tratar de um homem ou por seu gênero estar em conformidade com as expectativas normativas.

A partir disso, as críticas encontram no ambiente virtual seu principal espaço de concentração, onde, em sua maioria, homens cisgêneros comentam e compartilham julgamentos sobre suas vozes, estilo de narração e o que consideram ser um conhecimento insuficiente das partidas ou dos atletas. Em outras palavras, trata-se de narrativas utilizadas para reforçar a ideia de que as mulheres não teriam capacidade de conduzir a transmissão esportiva de forma competente. Como mostra na Figura 4, a reação de alguns desses torcedores varia desde comentários depreciativos até campanhas organizadas para desqualificar essas profissionais.

Figura 4 – Postagem de torcedor no X criticando a participação de mulheres na narração de jogos da *Premier League*



Fonte: UOL (2023)<sup>31</sup>

Assim como ocorre com as mulheres, cuja presença é considerada ‘descartável’ segundo os critérios cisheteronormativos, “a aversão à homossexualidade é fortemente evidenciada, por se tratar de um ambiente de homem para homem, onde se constrói e reforça a masculinidade” (Pereira et al., 2014, p. 738). Se, no primeiro caso, a violência incide especificamente sobre o gênero, no segundo, recai sobre expressões de identidade e afetividade que não se alinham ao padrão esperado nos estádios. A lógica é semelhante: trata-se de um controle social que busca manter a predominância da masculinidade hegemônica no universo futebolístico, transformando qualquer corpo ou gesto dissidente em alvo de questionamentos ou ridicularizações.

Entre os espaços mediados, como o ambiente virtual, e aqueles não mediados, como os estádios, observa-se a permanência de mecanismos que regulam comportamentos e definem quem pode ou não ser aceito plenamente na experiência futebolística. No segundo caso, a dinâmica da torcida estabelece certos códigos de conduta, nos quais a ausência de gestos associados a determinados padrões de masculinidade “pode representar uma falta de virtude ou até mesmo desvio de caráter” (Pinto, 2014, p. 4).

Nessa perspectiva, os estádios passam a ser vistos como ambientes nos quais um conjunto de emoções não apenas ganha legitimidade, mas também é exigido como parte constitutiva do espetáculo esportivo. A exteriorização de sentimentos intensos, como euforia ou animosidade, é mobilizada como “um recurso didático que produz a lógica para fruição dos jogos dentro dos estádios” (Bandeira, 2019, p. 44). Nas arquibancadas, entre a alternância de momentos de mobilização coletiva e de observação mais silenciosa, tais representações são orientadas a partir da demonstração da virilidade, associada exclusivamente ao padrão masculino dominante.

Logo, a heterossexualidade se fixa como referência, enquanto identidades que não correspondem a esse modelo são constantemente nomeadas, questionadas ou interpeladas, com estratégia de demarcar um ambiente em que a norma se afirma justamente pela exposição daquilo que permanece à margem. A

---

<sup>31</sup> Disponível em:

[https://cultura.uol.com.br/esporte/noticias/2023/08/19/6112\\_por-que-mulheres-narrando-futebol-incomodam-tanto.html](https://cultura.uol.com.br/esporte/noticias/2023/08/19/6112_por-que-mulheres-narrando-futebol-incomodam-tanto.html)



exemplo do casal de torcedores corinthianos citado no capítulo anterior, a reação daqueles que estavam próximos a eles demonstra como a expectativa de performatividade, alinhada às normas de gênero e sexualidade, organiza o comportamento nos estádios. Mesmo pertencendo ao mesmo grupo de apoio presente, isso não impediu que o casal fosse punido por não se adequar às expectativas dos demais.

Conforme aponta Gustavo Andrada Bandeira (2019, p. 97), a produção da masculinidade nos estádios é marcada “por um forte heterossexismo e por manifestações constantes que desvalorizam masculinidades que fujam de representações heteronormativas”. Contudo, há uma peculiaridade nesses ambientes: é justamente ali que emergem manifestações públicas de sentimentos e afetos entre homens. Diferentemente de outros contextos, nos quais a cisheteronormatividade impõe limites à expressão da afetividade masculina, o ambiente dos estádios permite que abraços, choros e declarações de lealdade se tornem práticas autorizadas, compondo um processo de construção de solidariedades e fraternidades específicas da cultura futebolística.

Assim, os estádios, enquanto “lócus por excelência da heterossociabilidade”, frequentemente admitem demonstrações de afeto entre homens cisgêneros que não costumam ocorrer no dia a dia. Em contrapartida, quando essas manifestações acontecem fora da regularidade estabelecida exclusivamente para homenagear o clube junto à torcida, são “duramente repelidas e hostilizadas” (Pinto, 2014, p. 4). Ou seja, a organização do espaço se apoia em padrões que validam apenas certos modos de ser homem e apenas em situações específicas.

A partir disso, certos códigos tornam-se facilmente identificáveis por se consolidarem na rotina e serem mimetizados por grande parte das torcidas. É possível analisar como as identidades torcedoras se estruturam a partir da oposição ao outro — o rival — cuja imagem é construída mediante categorias desabonadoras e acusatórias. Consequentemente, esse rival representa tudo aquilo que seu adversário não é, e, para estabelecer esse contraste, utilizam-se enunciados sempre vexatórios, impregnados, sobretudo, de preconceito de raça, gênero e sexualidade (Souza; Santana, 2023).

Essa lógica faz com que os xingamentos, seja em forma de coro ou de cânticos, configurem-se como práticas cotidianas e naturalizadas, inseridas nas regras específicas desse espaço. Na experiência torcedora, o jogo representa uma

ocasião de permissividade, em que se intensificam os contatos verbais e corporais, permitindo a circulação de expressões que, em outros contextos sociais, poderiam ser facilmente reprimidas. Como explica Luiz Henrique de Toledo (1993), observa-se uma subversão temporária da ordem urbana: não apenas os estádios, mas também ruas, transportes coletivos e demais equipamentos da cidade são apropriados como territórios de expressão torcedora.

Invariavelmente, os comportamentos observados nas arquibancadas ou em outros espaços de sociabilidade não surgem isoladamente, mas refletem padrões sociais, valores e tensões presentes na vida fora do estádio. A forma como os sujeitos interagem, constroem rivalidades e reafirmam suas identidades torcedoras não se desvincula do contexto urbano, das experiências escolares, profissionais ou familiares; trata-se, de certo modo, de uma extensão das disputas, afetos e ressentimentos acumulados ao longo do tempo. Nesse sentido,

Para além da gratuidade e obviedade das agressões disparadas das arquibancadas, como pensam alguns, os duelos verbais travados entre torcedores devem ser compreendidos dentro de uma trama ritual de significações simbólicas, filtradas e codificadas em músicas e versos, a partir de temas e pares de oposição mais recorrentes na própria sociedade (Toledo, 1993, p. 23).

Nas ocasiões em que as ofensas mobilizam a sexualidade como forma de desqualificação, as torcidas procuram associar a seus rivais, árbitros e jogadores do clube adversário características consideradas incompatíveis com o padrão normativo esperado em campo, como fragilidade ou feminilidade. Assim, o uso de insultos homofóbicos não é percebido como violência, mas aceito como prática legítima da cultura futebolística (Cleland, 2018). Dentro dessa lógica, a LGBTQIA+fobia se confunde com o próprio rito interacional que organiza a experiência de torcer, tornando-se um elemento estruturante das dinâmicas de sociabilidade masculina presentes nos estádios e em outros espaços vinculados ao esporte.

Embora não sejam episódios corriqueiros, essa estratégia de depreciação também é reproduzida por parte de jogadores. No jogo da vigésima sétima rodada do Campeonato Brasileiro de 2025, realizado em 5 de outubro entre São Paulo e Palmeiras, o atacante Vitor Roque, de 21 anos, publicou em suas redes sociais uma sequência de 13 fotos após a virada no placar e a vitória do clube paulista. Na última imagem, reproduzida na Figura 5, um tigre (em alusão ao apelido do jogador,

“Tigrinho”) mordida o pescoço de um veado, simbolizando uma provocação homofóbica contra a torcida do São Paulo.

Figura 5 — Postagem do jogador Vitor Roque em sua página do Instagram



Fonte: Terra (2025)<sup>32</sup>

O jogador apagou a imagem pouco tempo depois, mas a publicação repercutiu entre as pessoas torcedoras e gerou manifestações de repúdio. O PorcoÍris divulgou uma carta aberta dirigida ao atleta, na qual o grupo afirma que a postagem reforça estigmas e incita violência contra muitas pessoas. Além disso, o

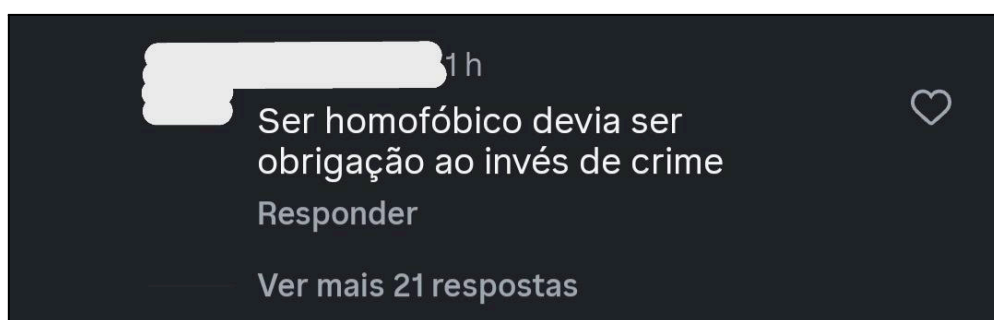
<sup>32</sup> Disponível em:

[https://www.terra.com.br/nos/publicacao-de-vitor-roque-com-imagem-homofobica-gera-reacao-do-col-etivo-lgbtqia-do-palmeiras,7bd506390eefc51ba837c42a6fec96f71yt1krb2.html#google\\_vignette](https://www.terra.com.br/nos/publicacao-de-vitor-roque-com-imagem-homofobica-gera-reacao-do-col-etivo-lgbtqia-do-palmeiras,7bd506390eefc51ba837c42a6fec96f71yt1krb2.html#google_vignette)

coletivo ressalta que o jogador, enquanto homem negro, também enfrenta preconceito e deveria reconhecer a gravidade de manifestações discriminatórias (Valeriano, 2025).

Na página oficial da *CazéTV*<sup>33</sup> no Instagram, após a divulgação da provocação homofóbica do jogador, a maioria dos comentários dos usuários apoiava a postagem, afirmando que não se tratava de uma forma velada de preconceito, mas sim de algo que ‘faz parte do futebol’. A Figura 6 apresenta uma resposta que afirma: “homofobia deveria ser obrigação em vez de crime”, reforçando que esse ambiente ainda opera sob normas cisheteronormativas.

Figura 6 – Comentário de usuário no Instagram da CazéTV sobre a repercussão da postagem do jogador Vitor Roque



Fonte: *CazéTV*, 2025 (reprodução)<sup>34</sup>

A partir desse cenário, observa-se que a participação de pessoas LGBTQIA+ no futebol está condicionada à convivência com ofensas e ameaças que podem comprometer sua integridade física. Para permanecer nesses espaços, diferentes estratégias são acionadas: pessoas torcedoras recorrem, muitas vezes, ao silêncio diante de agressões verbais ou adotam gestos e falas que reproduzem posturas heterossexistas como forma de autoproteção diante do adversário (Souza Júnior, 2018). Atletas, por sua vez, frequentemente precisam ocultar sua orientação sexual, de modo que as raras revelações públicas acontecem apenas após o término da carreira profissional (Cleland; Magrath; Rian, 2018).

<sup>33</sup> A *CazéTV* é um canal brasileiro de esportes fundado por Casimiro Miguel em 2022, em parceria com a empresa de marketing esportivo *LiveMode*.

<sup>34</sup> Disponível em:

[https://www.instagram.com/p/DPc5mnfjZQQ/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=ZjVkJDZzcTdx3Y3](https://www.instagram.com/p/DPc5mnfjZQQ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=ZjVkJDZzcTdx3Y3)

### **4.3 “Pode ser gay, desde que ninguém saiba”: impactos na mídia sobre não corresponder à masculinidade hegemônica no futebol**

No futebol brasileiro, certas experiências ajudam a ilustrar como os padrões de gênero e sexualidade atravessam todas as instâncias desse esporte. Um exemplo marcante de como essas questões se transformam em estigmas pode ser observado no tabu em torno do número 24. Essa camisa é raramente utilizada por jogadores no país, pois o número está associado ao ‘veado’ no jogo do bicho, animal que, no imaginário popular, passou a ser vinculado de forma pejorativa à homossexualidade masculina.

Ao serem questionadas, as entidades justificam-se alegando que a escolha do número cabe exclusivamente ao jogador, não existindo qualquer restrição formal ou proibição por parte dos clubes (Teixeira, 2024). Contudo, esse discurso contrasta com a realidade do ambiente futebolístico, em que a associação do número a conotações homofóbicas atua como uma forma sutil de coerção. Mesmo sem uma proibição explícita, a associação cultural entre determinados símbolos e estigmas homofóbicos cria um mecanismo de regulação implícita.

Desse modo, a figura do jogador de futebol masculino é atravessada por discursos que o compelem a corresponder a um ideal específico de masculinidade. Conforme aponta Luiza Aguiar dos Anjos (2021, p. 2), esses atletas “necessariamente são ou devem ser heterossexuais [...] mesmo performar uma masculinidade que não coaduna com a virilidade esperada e valorizada é prejudicial”.

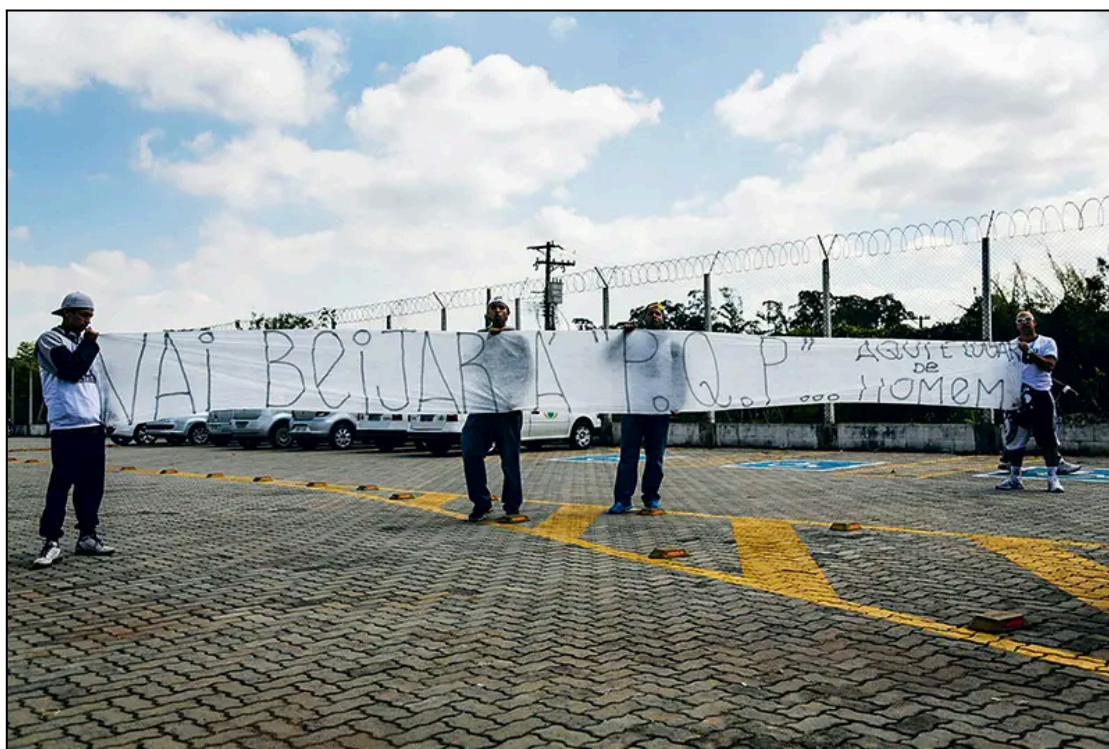
A internalização dessas expectativas não se restringe à recepção do público ou às interpretações midiáticas, mas se manifesta na forma como os atletas moldam suas condutas em todas as esferas da vida. Nesse contexto, Eric Anderson (2009) diz que muitos atletas quando criança passam a incorporar esse padrão como parte de sua identidade profissional, ajustando comportamentos e discursos para se alinhar ao modelo esperado, mesmo que isso implique ocultar fragilidades ou silenciar aspectos pessoais que possam ser percebidos como dissonantes.

Um dos episódios mais emblemáticos do futebol brasileiro ocorreu em 18 de agosto de 2013, quando Emerson Sheik, então atacante do Corinthians, publicou em sua página pessoal no Instagram uma foto em que aparecia dando um selinho em um amigo, proprietário de um restaurante em São Paulo. A reação foi imediata, tanto

por parte de pessoas torcedoras quanto da mídia esportiva. Considerado irreverente e provocador, Sheik buscou reafirmar sua imagem de figura transgressora, deslocando os limites do que era percebido como aceitável no ambiente futebolístico e extrapolando os acontecimentos restritos às quatro linhas (Pinto, 2018c).

Dias após a postagem, o jogador foi confrontado pela Torcida Organizada do clube, que exigiu algum tipo de retratação. A reação, registrada na Imagem 7, trouxe à tona a intolerância de parte da torcida, que interpretou o gesto como afronta ao padrão de masculinidade esperado de um atleta em um clube tradicional do futebol brasileiro. Diante das cobranças, o atacante inicialmente minimizou o episódio e pediu desculpas a quem se sentiu ofendido. Sheik recorreu a “piadas” homofóbicas direcionadas aos adversários, possivelmente como estratégia para preservar sua posição no clube e evitar novos conflitos.

Imagem 7 – Protesto de torcedores corinthianos contra Emerson Sheik



Fonte: Veja São Paulo (2017)<sup>35</sup>

Ainda que se tratasse de um episódio relacionado à vida pessoal do jogador, sua repercussão reacendeu o debate sobre LGBTQIA+fobia no futebol e mostrou de que forma a mídia intensifica a percepção de ‘anormalidade’ de suas ações. A

<sup>35</sup> Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cidades/selinho-emerson-sheik-corinthians/>

expectativa de conformidade entre os papéis de gênero e as expressões de sexualidade atribuídas a um atleta profissional ultrapassa o contexto futebolístico, tornando tênue a fronteira entre o público e o privado.

Outro caso de grande repercussão midiática envolve Richarlyson, jogador de futebol profissional que se destacou em clubes brasileiros como São Paulo e Clube Atlético Mineiro<sup>36</sup>. Ao longo de sua carreira, o atleta foi frequentemente estigmatizado por não performar conforme os padrões de masculinidade hegemônica exigidos tanto dentro quanto fora de campo, tornando-se alvo de insultos, insinuações e comentários preconceituosos provenientes da mídia, das torcidas e até de colegas de profissão. Assim, “Ricky”, como era conhecido,

Ficou marcado como alguém que não era adequado ao contexto futebolístico. Sua relação com a torcida do São Paulo nunca foi 100% amistosa, ainda que tenha conquistado tantos títulos pelo time do Morumbi. Foi campeão do mundo com o tricolor em 2005 e tricampeão brasileiro (2006, 2007, 2008), além de conquistar o troféu individual de melhor volante do Brasileirão em 2007 (Abel, 2020, p. 68).

Em junho de 2007, o jornal *Agora São Paulo*<sup>37</sup> noticiou que um atleta de destaque de um grande clube paulista estaria prestes a revelar publicamente sua homossexualidade em rede nacional, durante um programa televisivo de grande audiência (Pinto, 2018b). Embora a suposta declaração jamais tenha se concretizado, a notícia ganhou ampla repercussão na mídia esportiva, transformando Ricky no principal alvo de especulações e comentários que submetiam sua identidade sexual a intenso escrutínio.

Diante do que era considerado um acontecimento inédito no futebol, o tema repercutiu em diversos veículos de imprensa e telejornais. Naquele mesmo mês, no programa esportivo *Debate Bola*, exibido pela Rede Record, José Cyrillo Júnior, dirigente do Palmeiras à época, foi questionado pelo apresentador Milton Neves sobre a possibilidade de o jogador gay atuar no clube e respondeu de imediato: “O Richarlyson quase foi do Palmeiras...”. A declaração provocou risos entre jornalistas e comentaristas, associando diretamente o suposto boato publicado pelo *Agora* ao atleta (Pinto, 2017, 2018a).

<sup>36</sup> O Atlético Mineiro é um clube de futebol brasileiro fundado em 25 de março de 1908 por estudantes de Belo Horizonte, conhecido pelo apelido “Galo” e pelas cores preto e branco.

<sup>37</sup> O *Agora São Paulo* foi um jornal popular criado em 1999 pelo Grupo Folha, caracterizado por linguagem acessível e foco em questões práticas da vida urbana, tendo circulado até 2021, quando deixou de ser publicado em versão impressa.



O atleta, que sempre se declarou heterossexual, sentiu-se ofendido pelo então dirigente do clube Alviverde, provavelmente “porque tinha consciência de que o fato de ter sua sexualidade questionada e ser ‘rotulado’ como gay poderia causar danos à sua imagem de futebolista” (Pinto, 2017, p. 28), e decidiu registrar uma queixa-crime contra José Cyrillo. O caso foi apreciado em primeira instância pela Comarca de São Paulo, onde o juiz responsável pelo caso, Manoel Maximiano Junqueira Filho, determinou o arquivamento da denúncia apresentada pelo jogador e por seus representantes.

Na fundamentação da sentença, o juiz Maximiano manifestou seu posicionamento contrário à participação de atletas homossexuais no futebol, sugerindo que, caso desejassem atuar, deveriam criar uma federação própria para competir exclusivamente entre si. Um trecho da decisão do juiz escancara a institucionalização do preconceito também em instâncias legais

Se fosse homossexual, poderia admiti-lo, ou até omitir, ou silenciar a respeito. Nesta hipótese, porém, melhor seria que abandonasse os gramados... Quem é, ou foi BOLEIRO, sabe muito bem que estas infelizes colocações exigem réplica imediata, instantânea, mas diretamente entre o ofensor e o ofendido, num “TÊTE-À TÊTE”. Trazer o episódio à Justiça, outra coisa não é senão dar dimensão exagerada a um fato insignificante, se comparado à grandeza do futebol brasileiro. [...] Não que um homossexual não possa jogar bola. Pois que jogue, querendo. Mas, forme o seu time e inicie uma Federação. Agende jogos com quem prefira jogar contra si. [...] O que não se mostra razoável é a aceitação de homossexuais no futebol brasileiro, porque prejudicariam a uniformidade de pensamento da equipe, o entrosamento, o equilíbrio, o ideal... Para não se falar no desconforto do torcedor, que pretende ir ao estádio, por vezes com seu filho, avistar o time do coração se projetando na competição, ao invés de perder-se em análises do comportamento deste, ou daquele atleta, com evidente problema de personalidade, ou existencial; desconforto também dos colegas de equipe, do treinador, da comissão técnica e da direção do clube (Abel, 2020, p. 72-73)

Após o arquivamento do caso, Ricky, juntamente com seus advogados, apresentou representação contra o juiz e ingressou com recurso questionando a decisão. Em razão da ampla repercussão nacional e internacional, o magistrado tornou-se alvo de processo administrativo disciplinar, recebendo pena de censura, posteriormente mantida pelo Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP), devido ao uso de linguagem considerada imprópria e preconceituosa em seu parecer (Federicce, 2012).

Anos depois, o jogador se viu envolvido em novo episódio que provocou uma série de reações homofóbicas por parte da torcida palmeirense. Em 2011, cogitou-se



novamente a possibilidade de sua contratação pelo Palmeiras a pedido do técnico Luiz Felipe Scolari. A imprensa divulgou a negociação como praticamente fechada, incluindo acertos salariais entre clube e atleta (Pinto, 2018b). Entretanto, foram organizados protestos na tentativa de pressionar o clube para que a transferência não se concretizasse, o que acabou ocorrendo, e o jogador permaneceu em outro clube.

Somente em 2022, já tendo encerrado sua carreira, Ricky veio a público e revelou ser bissexual, tornando-se o primeiro profissional com passagem pela primeira divisão nacional a abordar publicamente o tema. Durante a entrevista no podcast *Nos Armários do Vestiário*, o jogador demonstrou preocupação tanto com os casos de homofobia que ocorrem no futebol quanto com o sensacionalismo midiático que poderia surgir após a divulgação de sua bissexualidade. Apesar de seu legado vitorioso, o jogador se sente ‘deixado de escanteio’ pelos clubes nos quais foi campeão. Nas palavras dele

A página do Instagram do São Paulo quase nunca me elogia, quase nunca me coloca na história do clube ou quase nunca fala no meu nome. Uma hora ou outra, quando é aniversário, que é protocolar, eles falam, mas nunca me deram o status que eu mereço, com toda a minha humildade. Eu sou campeão mundial e bicampeão brasileiro. É só ver quantos conseguiram isso no São Paulo (Richarlyson, em entrevista no podcast “Boteco do Aloísio”, em 2025)<sup>38</sup>.

No futebol mundial, a maior parte dos profissionais que decidiu assumir publicamente sua homossexualidade o fez apenas ao final de suas carreiras, devido ao receio das pressões e represálias de patrocinadores, da mídia, de colegas de clube, das comissões técnicas e da torcida. Durante a atividade profissional, atletas que ousam ‘sair do armário’, como ocorreu com o australiano Josh Cavallo, frequentemente têm seu desempenho questionado à luz de sua orientação sexual. Cavallo foi o primeiro jogador profissional abertamente gay da Austrália e relatou ter recebido ameaças de morte recorrentes após tornar pública sua sexualidade (Naya, 2021).

O atleta, que fez o anúncio em 2021, contou com o apoio institucional do clube, que divulgou o vídeo em suas redes e promoveu diversas campanhas voltadas à causa LGBTQIA+. Entre elas, destaca-se o episódio em que o *Coopers*

---

<sup>38</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/shorts/a9iOpMX9laM>

*Stadium (SA)*, estádio do *Adelaide United Football Club*<sup>39</sup>, serviu de palco para o pedido de casamento do jogador ao companheiro Leighton Morrel, em 2024. Apesar do suporte da instituição e de outros atletas profissionais, como o francês Antoine Griezmann e o argentino Germán Cano, que atua no Brasil, Cavallo segue sendo alvo de cânticos homofóbicos durante as partidas em que atua (Jogador, 2025).

Nesse sentido, assumir publicamente a homossexualidade, sobretudo em um contexto como o futebol, em que esse controle é intensamente exercido, pode significar o fim de uma trajetória profissional. Segundo Louro (2000), o cenário é pouco acolhedor para que pessoas com grande visibilidade midiática venham a declarar publicamente uma sexualidade destoante da matriz binária e cisheteronormativa, havendo temor quanto à manutenção da carreira e à imagem perante o público. Com isso

Quando uma figura de destaque assume, publicamente, sua condição de gay ou de lésbica também é frequente que seja vista como protagonizando uma fraude; como se esse sujeito tivesse induzido os demais a um erro, a um engano. A admissão de uma nova identidade sexual ou de uma nova identidade de gênero é considerada uma alteração essencial, uma alteração que atinge a “essência” do sujeito. Pela centralidade que a sexualidade adquiriu nas modernas sociedades ocidentais, parece ser difícil entendê-la como tendo as propriedades de fluidez e inconstância. Frequentemente nos apresentamos (ou nos representamos) a partir de nossa identidade de gênero e de nossa identidade sexual. Essa parece ser, usualmente, a referência mais “segura” sobre os indivíduos (Louro, 2022, p. 14-15).

Os eventos envolvendo Emerson Sheik, Richarlyson e Josh Cavallo, articulam-se com a ideia de que não performar conforme o esperado no futebol provoca reações desproporcionais, muitas vezes pautadas por um senso de ameaça à ‘essência’ do sujeito. Nos três casos, qualquer desvio do padrão heterossexual esperado foi interpretado como falha moral ou como risco à integridade simbólica do esporte. As respostas da mídia, das pessoas torcedoras e de outras instituições refletem o quanto a sexualidade e a conformidade de gênero ainda funcionam como critérios de julgamento da legitimidade do indivíduo nesse espaço.

A mesma lógica se manifesta nas chamadas ‘festas coletivas das arquibancadas’, onde um aviso logo na entrada indica: ‘proibida a entrada de viado!’. Embora esse tipo de exclusão esteja presente desde a consolidação do futebol, pessoas colocadas à margem conseguem se reunir e articular formas de

<sup>39</sup> O *Adelaide United* é um clube profissional de futebol da cidade de Adelaide, Austrália do Sul, fundado em 2003 e participante da *A-League*.

pertencimento coletivo, criando novas possibilidades de experiência. Nesse contexto, surgem estratégias que vão além de uma oposição binária à dominação, funcionando como “pontos de resistência móveis e transitórios, que introduzem na sociedade clivagens que se deslocam, rompem unidades e suscitam reagrupamentos” (Foucault, 1999, p. 92).

## **5 “SEGUNDO TEMPO”: TORCIDAS GAYS, COLETIVOS LGBTQIA+ E OS NOVOS MODOS DE TORCER NO AMBIENTE VIRTUAL**

Neste capítulo, discutem-se as formas de resistência construídas por pessoas LGBTQIA+ diante das estruturas normativas que historicamente marcaram o futebol brasileiro. Inicialmente, analisa-se o surgimento das primeiras torcidas gays no Brasil e as repercussões de sua presença na mídia da época. O segundo tópico apresenta um panorama do surgimento dos novos coletivos de torcidas LGBTQIA+ no Brasil, que ampliam o debate sobre as estruturas normativas presentes no futebol ao reivindicarem outras formas de participação nesse universo. Por fim, a terceira seção analisa o papel do ambiente virtual como um espaço de torcer para esses coletivos, possibilitando a construção de redes de pertencimento, a articulação política e expressão de suas identidades dissidentes.

### **5.1 O “desbunde” das torcidas gays e sua repercussão na mídia brasileira**

No final da década 1970, mesmo diante de ameaças e constrangimentos, surgiram os primeiros grupos de pessoas torcedoras que ousaram desafiar a lógica normativa de gênero e sexualidade no futebol, “demonstrando que o esporte movimenta e manifesta paixões de forma mais plural do que um olhar apressado poderia indicar” (Anjos; Pinto, 2023, p. 205). Em contraposição às narrativas que reforçavam os padrões hegemônicos desse universo, essas experiências começaram a se organizar, transformando as arquibancadas, até então consideradas espaços improváveis, em espaços de contestação à estrutura dominante do esporte.

Nesse cenário, em 10 de abril de 1977, aquela que se tornaria conhecida como a primeira ‘torcida gay’ brasileira realizou sua estréia no Estádio Olímpico Monumental (RS), deslocando os sentidos atribuídos às TOs no futebol brasileiro (Gerchmann, 2014). Ao assumir publicamente uma identidade homossexual em um ambiente rigidamente masculinizado, a Coligay desafiou o machismo e o preconceito tão presentes naquele contexto, expressando sua alegria e paixão pelo Grêmio de forma inédita no cenário futebolístico nacional.

Entretanto, o surgimento da torcida insere-se em um contexto histórico mais amplo daquele período, marcado pelo início do movimento de contestação à

cisheteronormatividade e pela afirmação do movimento homossexual brasileiro, que passou a ocupar novos espaços de visibilidade. Assim, sobretudo no eixo Rio–São Paulo, multiplicaram-se iniciativas culturais e artísticas que ampliaram a presença de pessoas LGBTQIA+ e contribuíram para configurar redes de visibilidade em meio a um contexto ainda marcado por repressões políticas e sociais.

Um dos expoentes desse cenário foi o grupo teatral brasileiro Dzi Croquettes, criado no Rio de Janeiro em 1972, cuja projeção ultrapassou fronteiras nacionais ao conquistar público também em turnês internacionais. Suas apresentações, marcadas por coreografias provocantes e elementos cênicos que incorporavam referências ao travestismo e à androginia, instauraram uma linguagem artística ousada. Com isso,

Graças à sua radicalidade (“viver perigosamente até o fim”), a intervenção dos Dzi Croquettes iniciou no Brasil um importante debate de política sexual, ao colocar em xeque os papéis sexuais instaurados e introduzir a ambiguidade-bicha em contraposição à bicha-normalidade (Trevisan, 2018, p. 280, grifo do autor).

A postura incisiva, descrita por João Silvério Trevisan, aliada à transgressão das normas de gênero, integrou uma atitude política que passou a ser conhecida como “desbunde” (Trevisan, 2018). Esse movimento, marcado pela irreverência e pela recusa em se conformar aos padrões sociais vigentes, consolidou-se como um importante gesto de resistência cultural e política, ficando profundamente vinculado ao movimento “*guei*” no Brasil. Nas palavras de Trevisan (2018, p. 276)

Ainda que a contragosto, a cruel ditadura brasileira instaurada a partir de 1964 imprimia um impulso peculiar em certas áreas da vida nacional, nos anos 70. A urgência de uma modernização em ambiente avesso à prática política democrática talvez tenha favorecido, entre os jovens, o surgimento de movimentos de liberalização nem sempre alinhados com orientações ideológicas precisas. Daí porque uma das palavras-chave do período foi o “desbunde” ou “desbum”. Alguém desbundava justamente quando mandava às favas – sob aparência frequente de irresponsabilidade – os compromissos com a direita e a esquerda militarizadas da época, para mergulhar numa liberação individual, baseada na solidariedade não-partidária e muitas vezes associada ao consumo de drogas ou à homossexualidade.

Com isso, essa atitude articulada pelo movimento homossexual brasileiro, em sintonia com o ideário da “Liberação Sexual”, tinha como horizonte questionar a “condenação moral e cultural de minorias e identidades coletivas estigmatizadas” (Souza, 2013, p. 46), ao mesmo tempo em que inventava novas formas de vivenciar

a homossexualidade. Nesse percurso, a Coligay surge como expressão singular desse movimento, deslocando para o universo do futebol e para as práticas torcedoras uma atitude de enfrentamento e de reinvenção política que, até então, se manifestava de modo mais concentrado na esfera cultural e artística.

O nome da torcida teria origem da junção entre “Coliseu”, referência à casa noturna de propriedade do empresário e um dos fundadores da torcida, Volmar Santos, e a palavra “gay”, que identificava seus integrantes (Anjos, 2018). Embora, naquele momento, sua composição estivesse majoritariamente restrita a homens cisgêneros e gays, a experiência marcou uma ruptura simbólica significativa para o futebol brasileiro.

Suas ocupações, por se configurarem como “manifestações torcedoras afeminadas, extravagantes e debochadas, que destoavam da postura viril cobrada e valorizada nas arquibancadas” (Anjos; Pinto, 2023, p. 205), foram alvo de críticas por parte de muitas pessoas torcedoras mais tradicionais. Como evidencia a Imagem 8, o grupo desfilava nas arquibancadas com roupas coloridas, kaftas e acessórios exuberantes, entoando cantos carregados de ironia e teatralidade, subvertendo as normas do ambiente futebolístico.

Imagem 8 – Membros da torcida Coligay nos arredores do Estádio Olímpico (RS)



Fonte: Terra (2022)<sup>40</sup>

Em contrapartida, sua postura alegre e festiva conquistou a simpatia de alguns setores da comunidade porto-alegrense, que não percebiam nessa atmosfera criada pela Coligay algo negativo, sobretudo porque a torcida acompanhava o Grêmio em diferentes estádios pelo país (Pinto, 2019). Na Figura 7, percebe-se que a visibilidade do grupo foi tão marcante que, no mesmo ano de sua formação, o jornal *Zero Hora*<sup>41</sup> dedicou uma reportagem de página inteira à torcida, mostrando tanto a curiosidade que despertava quanto o impacto de sua presença junto a outras torcidas.

Figura 7 – Manchete “Coligay: história e pedágio da vitória”



Fonte: Ludopédio (2020)<sup>42</sup>

<sup>40</sup> Disponível em:

<https://www.terra.com.br/nos/paradasp/coligay-torcida-lgbt-agitou-o-gremio-e-desafiou-a-ditadura-militar,0ea200f02e083b9993571cff27088a5c3u35d7fv.html>

<sup>41</sup> Fundado em 1964 e sediado em Porto Alegre, o Zero Hora é um jornal brasileiro reconhecido como um dos principais veículos de comunicação do Rio Grande do Sul.

<sup>42</sup> Disponível em:

[https://ludopedio.org.br/arquivancada/uma-serie-em-homenagem-aos-43-anos-do-surgimento-da-coligay/?srsltid=AfmBOorbqkDeOazE62qde1RgcSePDcQ-\\_cb0xGehCoCSpDi8Izya5dF7](https://ludopedio.org.br/arquivancada/uma-serie-em-homenagem-aos-43-anos-do-surgimento-da-coligay/?srsltid=AfmBOorbqkDeOazE62qde1RgcSePDcQ-_cb0xGehCoCSpDi8Izya5dF7)



Durante determinado período, a Coligay contou com o apoio, ainda que de forma velada, do clube, de alguns atletas e do então presidente da agremiação, Hélio Dourado (1930-2017) (Anjos, 2018). Esse reconhecimento esteve ligado à fama de “pé-quente” adquirida pelo grupo, uma vez que seu surgimento coincidiu com uma das fases mais vitoriosas do Grêmio: a perda da hegemonia estadual do maior rival (Internacional-RS), a inauguração da praça esportiva do clube e as conquistas da Libertadores e do Mundial de Clubes<sup>43</sup>, em 1983, mesmo ano que marcou a despedida da torcida.

Mais do que demonstrar que pessoas não cisheteronormativas também podiam apreciar o futebol e ocupar as arquibancadas, havia uma dimensão política ligada à disputa por um espaço público historicamente marcado pela exclusão de corpos e identidades dissidentes, que ali afirmavam sua legitimidade. Atualmente, a Coligay é reconhecida como parte da história oficial do clube, tendo sido incorporada ao acervo do Museu do Grêmio, inaugurado em dezembro de 2015.

Também em 1977, período em que o Clube de Regatas do Flamengo<sup>44</sup> atravessava um ciclo de grandes expectativas esportivas, já circulava a ideia de uma torcida gay rubro-negra, inspirada pela experiência da Coligay em Porto Alegre. Mais tarde, em outubro de 1979, nasceu a Fla-Gay, que já previa sua estreia no Estádio Jornalista Mário Filho, o Maracanã, no dia do clássico carioca contra o Fluminense Football Club<sup>45</sup>. A ‘novidade’ foi apresentada pela mídia local de forma ambígua: havia, de um lado, um tom festivo; em contrapartida, o discurso construía uma narrativa marcada pela exotização da iniciativa, relegando ao segundo plano a paixão pelo clube e o engajamento das pessoas torcedoras (Pinto, 2019).

Porém, à medida que se aproximava o dia da estreia, o discurso midiático passou a enfatizar as hostilidades e tensões em torno da presença da torcida no clássico. Na partida, o Flamengo foi derrotado por três a zero, resultado que desencadeou reações negativas contra a Fla-Gay. Na edição do dia seguinte do *Jornal dos Sports*<sup>46</sup>, como mostra a Figura 8, destaca-se a declaração do então

<sup>43</sup> Competição internacional organizada pela Fifa, reunindo os clubes campeões das principais confederações continentais.

<sup>44</sup> Fundado em 1895, na cidade do Rio de Janeiro (RJ), o Flamengo incorporou o futebol à sua estrutura em 1911, tornando-se uma das principais agremiações esportivas do país.

<sup>45</sup> O Fluminense foi fundado em 21 de julho de 1902 por Oscar Cox, no Rio de Janeiro. É um dos clubes mais antigos e tradicionais do Brasil, conhecido também como pioneiro na introdução do futebol no país.

<sup>46</sup> Criado em 1931, no Rio de Janeiro, o *Jornal dos Sports* é um periódico esportivo brasileiro reconhecido pela ampla cobertura do futebol e pelo papel desempenhado na consolidação da imprensa esportiva no país.



presidente do clube, Márcio Braga, que afirmou: “*Foi praga da Fla-Gay*”, imputando à torcida a responsabilidade pela derrota.

Figura 8 – Capa do Jornal dos Sports com declaração de Márcio Braga



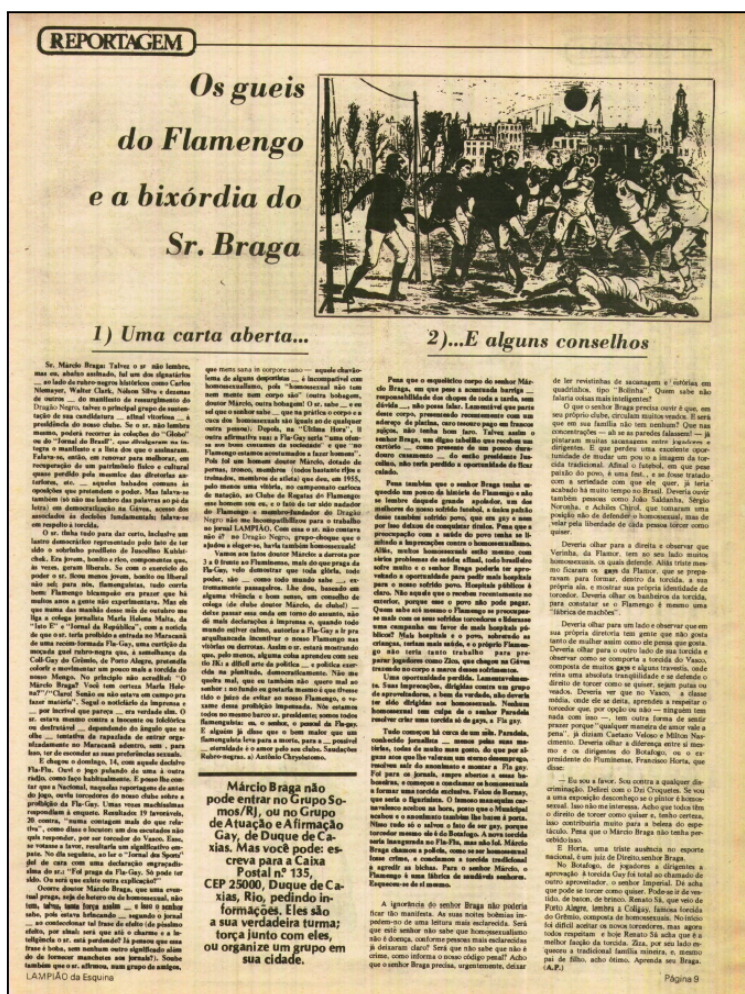
Fonte: Flahistoria, 2021 (reprodução)<sup>47</sup>

Assim, diferentemente da Coligay, desde o início a torcida percebia que sua presença era indesejada, sobretudo por parte da diretoria do clube, que chegou a recorrer ao 6º Batalhão da Polícia Militar para, supostamente, proteger as demais torcidas do “perigo” que a torcida poderia representar (Pinto, 2017). Embora não existissem impedimentos legais que justificassem barrar sua atuação, nem fundamentos que legitimassem a intervenção policial, a atitude desproporcional reduzia ainda mais as possibilidades de consolidação do grupo.

<sup>47</sup> Disponível em: <https://x.com/flahistoria/status/1449008729278623747/photo/1>

O episódio repercutiu em uma reportagem da edição de novembro de 1979 do *Lampião da Esquina*<sup>48</sup>, intitulada “Os gueis do Flamengo e a bixórdia do Sr. Braga”, reproduzida na Figura 9. O texto não apenas narrava os acontecimentos daquele dia, mas também problematizava as normas de comportamento estabelecidas nas arquibancadas e as reações do clube e das demais torcidas diante de práticas consideradas subversivas.

Figura 9 – Reportagem de Antônio Crysóstomo criticando as falas de Márcio Braga



Fonte: Lampião da Esquina (1979)<sup>49</sup>

<sup>48</sup> *Lampião da Esquina* foi um jornal brasileiro publicado entre 1978 e 1981, voltado principalmente ao público homossexual.

<sup>49</sup> Disponível em:

<https://cedoc.grupodignidade.org.br/jornal-lampiao-da-esquina-1978-1981/18-ed-jornal-lampiao-da-esquina-novembro-1979/>

No corpo da matéria, a discussão se desenvolve por meio de uma carta aberta endereçada a Márcio Braga e assinada por Antônio Crysóstomo, jornalista, fundador do periódico e torcedor do Flamengo, pontuando

Pois foi um homem doutor Márcio, dotado de pernas, tronco, membros (todos bastante rijos e treinados, membros de atleta) que deu, em 1955, pelo menos uma vitória, no campeonato carioca de natação, ao Clube de Regatas do Flamengo: esse homem sou eu, e o fato de ter sido nadador do Flamengo e membro-fundador do Dragão Negro não me incompatibilizou para o trabalho no jornal LAMPIÃO. Com essa o sr. não contava não é? no Dragão Negro, grupo-choque que o ajudou a eleger-se, havia também homossexuais! (Lampião da Esquina, 1979, p. 9).

A partir de então, toda a mobilização realizada para ‘frear’ a presença da torcida nos jogos do Flamengo, somada à hostilidade das arquibancadas, contribuiu decisivamente para o rápido desaparecimento do grupo ainda naquele ano. Entre os fatores que intensificaram tal rejeição, destacava-se a participação do carnavalesco Clóvis Bornay (1916-2005), um de seus representantes e figura conhecida por ser torcedor do Botafogo de Futebol e Regatas<sup>50</sup>, histórico rival do Flamengo. Esse detalhe reforçou dúvidas quanto à legitimidade de uma torcida que tinha um “vira-casaca”, ou seja, alguém que havia trocado o clube, como referência.

Vale mencionar também a existência da Maré Vermelha, do Inter de Santa Maria (RS), considerada uma das experiências mais longevas de uma torcida gay nas arquibancadas brasileiras. Conforme a pesquisa de Eduardo Bortolotti (2025), o grupo surgiu em 1979, dois anos após a Coligay, e permaneceu nas arquibancadas do Estádio Presidente Vargas até o início dos anos 1990. Menos conhecida que outras experiências do período, a Maré Vermelha integra esse conjunto de iniciativas de torcidas gays que marcaram as arquibancadas brasileiras entre o final da década de 1970 e as décadas seguintes.

Apesar de essas iniciativas se constituírem como espaços de acolhimento e resistência para pessoas LGBTQIA+ nas arquibancadas, sua presença no futebol também esteve atravessada pela forma como eram retratadas pela mídia tradicional. Coberturas jornalísticas, análises televisivas e comentários especializados reproduziram estereótipos e expectativas de gênero, reafirmando uma concepção normativa de masculinidade associada à prática e à vivência do futebol.

---

<sup>50</sup> O Botafogo surgiu a partir da fusão, em 1942, de dois clubes distintos: o Club de Regatas Botafogo, fundado em 1894 para o remo, e o Botafogo Football Club, fundado em 1904 para o futebol.

Mesmo com o surgimento de novas mídias e plataformas digitais, a representação do futebol como um espaço essencialmente masculino permanece presente. Os conteúdos produzidos nesses ambientes continuam reproduzindo códigos e práticas que privilegiam determinadas formas de masculinidade e marginalizam sujeitos que não se enquadram nesse padrão. Assim, a ampliação dos espaços de circulação e produção de conteúdo não significa, necessariamente, o rompimento com as concepções hegemônicas que historicamente associam o futebol à masculinidade.

Por fim, o levantamento bibliográfico-histórico apresentado neste e nos capítulos anteriores corresponde apenas a uma fração da extensa literatura que investiga temas como o futebol na mídia, as transformações na cultura torcedora e sua relação com gênero e sexualidade. Para compreender como essas questões se manifestam na experiência de torcedores LGBTQIA+, o próximo capítulo analisará entrevistas com integrantes dos quatro coletivos selecionados para a pesquisa, considerando suas interpretações sobre como as políticas comunicacionais adotadas nas redes sociais contribuem para enfrentar a LGBTQIA+fobia no futebol brasileiro.

## **5.2 Um novo momento para os coletivos brasileiros de torcida LGBTQIA+: identidades, atuação e resistência**

Embora as manifestações legítimas dos movimentos de torcedores e das próprias TOs possam ser compreendidas como formas de resistência de classe e, em casos específicos como a RAP, também de gênero e cor/raça, é necessário questionar os limites dessa crítica. De acordo com Felipe Tavares Lopes e Bernardo Buarque de Hollanda (2018b, p. 209), ainda é incerto “que tais movimentos sejam realmente vistos como um ato de resistência contra-hegemônica que coloca em xeque o modelo socialmente autorizado de consumir o espetáculo futebolístico”.

Partindo dessa reflexão, pode-se inferir que, ao não confrontar diretamente os regimes estruturais e simbólicos que naturalizam a cisheteronormatividade como único modo legítimo de identificação torcedora, esses movimentos acabam reforçando, ainda que indiretamente, o *status quo* de um espaço historicamente excludente. Os esforços para enfrentar a elitização do futebol

revelam, assim, um campo de disputa restrito, em que o desejo de resgatar a autenticidade nas arquibancadas pode negligenciar outras formas de opressão.

Em 2013, em meio a um cenário de intensa mobilização social no Brasil (Braun, 2023), pessoas torcedoras contrárias às normas de gênero e sexualidade impostas pelo modelo estabelecido no futebol decidiram se reunir em torno da paixão pelo clube e de suas sexualidades dissidentes. Desse encontro surgem os primeiros coletivos e torcidas LGBTQIA+<sup>51</sup> no futebol brasileiro como a Galo *Queer* (Atlético Mineiro-MG), Palmeiras Livre (Palmeiras-SP), Grêmio *Queer* (Grêmio-RS), Bambi Tricolor (São Paulo FC-SP), Queerlorado (Internacional-RS), Flamengo Livre (Flamengo-RJ), Bahia Livre (Bahia-BA) e Gaivotas Fiéis (Corinthians-SP).

O surgimento dessas iniciativas está relacionado a um período marcado por transformações sociais, políticas e econômicas em escala global. No Brasil, esse período foi atravessado por uma crise político-institucional e por um cenário de crescente descrença nas instituições, intensificado a partir de 2013 e marcado por sucessivos conflitos no campo político e econômico, que tiveram como um de seus principais desdobramentos o impeachment da então presidenta Dilma Rousseff. Nesse contexto, a ascensão da extrema direita ganhou força e as disputas em torno de pautas relacionadas a gênero e sexualidade se intensificaram, especialmente a partir da mobilização de discursos conservadores e da chamada “ideologia de gênero”, que passou a ocupar lugar central na arena política e midiática (Silva, 2021).

A partir da eleição de Jair Bolsonaro à Presidência da República, em 2018, e do início de seu mandato, em 2019, as disputas em torno de pautas sociais e políticas ganharam novos contornos no Brasil. Grupos historicamente marginalizados passaram a ocupar posição recorrente nos embates discursivos, sobretudo nos espaços digitais, onde narrativas conservadoras encontraram ampla circulação e engajamento. É nesse cenário de crescente polarização que a criação e o fortalecimento de coletivos de torcedores LGBTQIA+ adquirem novos contornos, articulando práticas comunicacionais e estratégias de visibilidade diante das disputas em torno da presença dessas pessoas no futebol.

---

<sup>51</sup> Conforme já citado, reconhece-se que experiências anteriores já haviam sido registradas antes do surgimento desses grupos; no entanto, tais iniciativas não se organizavam da mesma forma nem se autodenominavam coletivos, sendo referidas, à época, como “torcidas gays”.

Assim, observa-se que a mobilização política desses coletivos não se limitou a ações reativas diante de episódios de violência ou discriminação, mas se constituiu como uma prática contínua de intervenção no campo futebolístico. A atuação articula diferentes frentes, combinando a produção de conteúdo nas redes sociais, a formação de redes de apoio entre torcedores de distintos clubes e a construção de narrativas que reivindicam reconhecimento e legitimidade no interior da cultura torcedora.

Em novembro de 2019, a partir do diálogo entre a LGBTricolor (Bahia-BA), Marias de Minas (Cruzeiro-MG) e Palmeiras Livre, surgiu o coletivo nacional Canarinhos LGBTQ+, com foco em congregar as diversas iniciativas que vinham se multiplicando no país. Conforme descrito na seção *Sobre Nós*<sup>52</sup> da página oficial do coletivo, uma das primeiras ações conjuntas ocorreu em fevereiro de 2020, quando foi encaminhado um conjunto de propostas a entidades esportivas, jurídicas e políticas da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) ao Ministério Público Federal, sinalizando a intenção de atuar de forma institucionalizada e estratégica na disputa por direitos e reconhecimento.

Durante a pandemia da Covid-19, com a suspensão da presença nos estádios, observou-se um aumento dos ataques LGBTQIA+fóbicos<sup>53</sup> nas redes sociais, levando os coletivos a intensificar denúncias e pressionar os clubes a se posicionarem publicamente contra essa forma de discriminação no futebol. Nesse contexto, foi lançado virtualmente o “*Observatório da LGBTfobia no Futebol*”, em parceria com o coletivo de comunicação *Mídia Ninja*<sup>54</sup>, com o objetivo de monitorar casos de violência nos estádios e criar ferramentas de enfrentamento. As ações também passaram a incluir o acompanhamento de infrações no âmbito jurídico-desportivo, resultando em denúncias encaminhadas ao Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD).

No mesmo ano, a Justiça Desportiva começou a aplicar punições a clubes em razão de ofensas LGBTQIA+fóbicas, com base no artigo 243-G do Código Brasileiro de Justiça Desportiva (CBJD), que prevê sanções para atos discriminatórios relacionados a origem étnica, raça, sexo, cor, idade, condição de

---

<sup>52</sup> Disponível em: <https://canarinhoslgbtq.com.br/quem-somos/>

<sup>53</sup> O termo é utilizado como uma extensão do conceito de homofobia, destacando a necessidade de considerar as múltiplas identidades dissidentes ao padrão cisheteronormativo, cujas lutas por igualdade de direitos e de reconhecimento merecem ser representadas.

<sup>54</sup> Criada em 2013, a Mídia Ninja é um coletivo brasileiro de comunicação independente.

pessoa idosa ou PCD no âmbito esportivo (Brasil, 2010). Com isso, práticas antes naturalizadas nas arquibancadas passaram a ser enquadradas como infrações disciplinares. A partir dessa regulamentação, os árbitros passaram a registrar os episódios nas súmulas oficiais e, em alguns casos, interromperam ou suspenderam partidas diante da persistência das ofensas, incorporando a pauta do combate à discriminação à condução das competições.

Apesar dos avanços institucionais e da criação de dispositivos jurídicos voltados a impedir essas manifestações nos estádios, as ofensas continuam recorrentes na maior parte dos eventos futebolísticos. As sanções aplicadas, em geral, restringem-se a multas que podem alcançar R\$ 50 mil (Barreto, 2021), medidas que exercem pouco impacto sobre clubes com receitas milionárias, ou a outras penalidades, como a perda de mando de campo ou a realização de jogos com portões fechados. Esse cenário corrobora a crítica quanto à fragilidade dos mecanismos de responsabilização e à tolerância estrutural em relação a esse tipo de violência simbólica nas arquibancadas.

Diante dessa realidade, os últimos dados coletados pelo Observatório em 2024 indicam a existência de 21 coletivos LGBTQIA+ associados a clubes do futebol brasileiro, abrangendo equipes da Série A e de divisões inferiores (Séries B e C) (ANUÁRIO, 2026). Além dos já mencionados e de alguns que deixaram de existir, como a Bambi Tricolor, os grupos incluem: PorcoÍris (Palmeiras-SP), LGBTricolor (Bahia-BA), Papão Livre (Paysandu-AM), Coral Pride (Santa Cruz-PE), Orgulho Rubro-Negro (Vitória-ES), Vozão Pride (Ceará-CE), Furacão LGBTQ (Athletico-PR), Flagay (Flamengo-RJ), Vasco LGBT (Vasco-RJ), Frasqueira LGBT (ABC-RN), Torcida LGBTQIA+ Botafogo F.R (Botafogo-RJ), Fogozelas (Botafogo-RJ), Fiel LGBT (Corinthians-SP), Timão Pride (Corinthians-SP), Leões com Orgulho (Remo-PA), Tricolor LGBT (São Paulo-SP), Santos Pride (Santos-SP), Vou Festejar (Alético Mineiro-MG) e Tricoletes (Fortaleza-CE).

Considerando as quatro divisões do futebol nacional, que compreendem cerca de 80 clubes, os coletivos LGBTQIA+ representam aproximadamente um quarto desse universo, demonstrando potencial para expansão e fortalecimento dessas iniciativas. Para efeito comparativo, o cenário internacional oferece exemplos significativos. Na *Premier League*, por exemplo, existem, segundo dados de 2018, mais de 40 grupos que, em muitos casos, atuam de forma institucionalizada em campanhas desenvolvidas em parceria com os próprios clubes (Bullé, 2018).

No Brasil, a presença desses coletivos nas arquibancadas permanece restrita, especialmente de forma organizada. Essa baixa participação não se deve à falta de interesse ou engajamento das pessoas que os compõem, mas ao receio e à insegurança de manifestar seu afeto pelo clube do coração diante de uma estrutura normativa e excludente. Além disso

É recorrente que esses movimentos e coletivos tenham a sua prática torcedora questionada e sejam inferiorizados por ditos “torcedores de verdade”. Em razão disso, estes também se preocupam em fazer postagens nas quais explicitam a paixão pelo time, acompanham e comentam o seu desempenho em partidas e competições disputadas, dessa forma buscando mostrar o engajamento pelos times que torcem (Pinto; Bettine de Almeida, 2018, p. 115).

Durante a redação desta dissertação, um episódio evidenciou a persistência da intolerância de gênero e sexualidade nos estádios. Na primeira partida entre Corinthians e Palmeiras pelas oitavas de final da Copa do Brasil<sup>55</sup>, realizada em 30 de julho de 2025 na Neo Química Arena, em São Paulo, o casal de jovens torcedores corintianos, Lucas Rabelo e Leonardo Maciel, foi alvo de agressões verbais e ameaças por espectadores presentes no estádio. Apesar de se tratar de um jogo com torcida única<sup>56</sup>, ou seja, em que apenas pessoas torcedores do Corinthians estavam presentes naquele mando de campo, a violência se manifestou na forma de hostilidade direcionada à sexualidade do casal por seus pares, que foram obrigados a deixar o estádio antes do término da partida (Rudá, 2025).

Na busca por formas que possibilitem às pessoas torcedoras não-cisheteronormativas expressarem seu apoio ao clube, os coletivos têm se apropriado das redes sociais como instrumentos estratégicos de comunicação e de criação de espaços de sociabilidade mais acolhedores. Mais do que simples ferramentas de mobilização, essas plataformas assumem papel central na construção de vínculos e no fortalecimento de uma rede afetiva entre pessoas de diferentes regiões do Brasil e de outros países.

---

<sup>55</sup> A Copa do Brasil é um torneio nacional criado em 1989 e organizado pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF).

<sup>56</sup> A adoção do modelo de torcida única nos clássicos paulistas foi determinada pela Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo em abril de 2016, após um violento confronto entre integrantes das torcidas organizadas Mancha Alviverde (Palmeiras) e Gaviões da Fiel (Corinthians).



É nesses espaços que muitas pessoas torcedoras descobrem novas formas de se relacionar com o futebol, abrindo caminhos para experiências que escapam às dinâmicas excludentes historicamente associadas às torcidas. Embora grande parte dessas interações ocorra sobretudo em territórios virtuais, os coletivos exercem papel relevante na reconfiguração do imaginário sobre o que se considera uma manifestação 'legítima' dentro e fora de campo.

A presença das mídias digitais também modificou as formas de participação das pessoas torcedoras, ampliando as possibilidades de produção, circulação e compartilhamento de conteúdos relacionados ao futebol. Nesse contexto, a experiência de torcer deixa de estar restrita ao acompanhamento das partidas e às práticas realizadas nas arquibancadas, incorporando outras formas de participação e mobilização.

Ao discutir a ideia de fã-ativismo, Ana Carolina Vimieiro (2013) destaca práticas que ultrapassam o consumo e a fruição de produtos culturais, envolvendo formas de participação e engajamento em torno de causas e pautas consideradas relevantes pelos fãs. No futebol, essas possibilidades permitem que a pessoa torcedora utilize o ambiente virtual não apenas para manifestar sua identificação com o clube, mas também para produzir conteúdos, mobilizar outras pessoas e disputar sentidos relacionados ao próprio esporte.

A emergência dessas novas formas de participação torcedora está relacionada às transformações mais amplas nas dinâmicas comunicacionais contemporâneas, nas quais práticas tradicionais do futebol passam a coexistir com modos de interação mediados pelas tecnologias digitais. O ambiente virtual incorpora elementos já presentes na cultura das arquibancadas, como símbolos, rituais e formas de identificação coletiva, ao mesmo tempo em que possibilita novas experiências de pertencimento, circulação de discursos e organização entre torcedores. Nesse processo, as redes sociais deixam de atuar apenas como ferramentas de divulgação e passam a constituir espaços próprios de sociabilidade, disputa de sentidos e construção de vínculos no universo futebolístico.

### **5.3 Redes de resistência e ativismo digital dos coletivos LGBTQIA+**

Diferentemente do final da década de 1970, quando Coligay e Fla-Gay encontravam nas arquibancadas seu principal espaço de mobilização, o cenário

atual oferece novas condições para a visibilidade dessas manifestações e diversifica os canais pelos quais elas podem se expressar. Nesse contexto, o ambiente virtual tornou-se o principal espaço para a construção das políticas de comunicação e de enfrentamento das diferentes formas de violência de gênero e sexualidade presentes no futebol.

A ampliação dos espaços de atuação tem permitido que os coletivos LGBTQIA+ não apenas se articulem entre si, mas também ampliem o alcance de pautas que, tradicionalmente, permaneciam à margem do debate futebolístico. Embora a mídia tradicional e as políticas públicas voltadas ao futebol brasileiro continuem a concentrar esforços na segurança e no controle das torcidas, muitas vezes legitimando a presença de um aparato penal violento e repressivo (Lopes, 2016), os coletivos LGBTQIA+ deslocam o debate para questões estruturais.

Tal como aponta Luiza Aguiar dos Anjos (2014), o ambiente virtual passa a ser compreendido como um espaço que multiplica as possibilidades de circulação de diferentes pontos de vista, incluindo tanto os mais extremos e preconceituosos quanto vozes contra-hegemônicas, frequentemente silenciadas nas mídias tradicionais. Nesse contexto, observa-se que, à medida que as tecnologias da informação expandem os canais de diálogo sobre o futebol, também se diversificam as formas de engajamento e pertencimento envolvendo a paixão clubística por parte das pessoas torcedoras.

A partir de uma perspectiva comunicacional, as mídias digitais reconfiguram a circulação de informações ao modificar a velocidade, o alcance e as formas de produção, distribuição e compartilhamento de conteúdos. Essa dinâmica pode ser compreendida a partir da lógica de funcionamento das redes digitais, marcada pela autonomia relativa dos fluxos e pela descentralização dos pontos de emissão (Castells, 2005), aspectos que favorecem a multiplicação das conexões e o aumento da interdependência entre diferentes redes. Desse modo, a “rede mundial de computadores” assume papel central nos movimentos sociais contemporâneos, permitindo que experiências e pautas antes dispersas ganhem visibilidade e se articulem em novas formas de ação coletiva. Como exemplifica Maria da Glória Gohn (2019, p. 150)

A internet tem sido o grande meio/veículo articulador de ações coletivas e movimentos sociais. Ela possibilitou a criação de redes virtuais que viabilizam conexões de grupos que nunca se encontraram fisicamente de

fato. A internet e outros meios das novas tecnologias informacionais possibilitam não apenas a conexão e estruturação das ações, mas eles têm sido os grandes agentes divulgadores das informações, alimentadores das ações e reações em cadeia, em tempos recordes.

Em síntese, o ambiente virtual pode ser compreendido como um espaço de reorganização das formas de participação social, marcado tanto pela descentralização dos fluxos comunicacionais quanto por novas disputas em torno da circulação de informações e da produção de sentidos. Nesse contexto, o ativismo digital emerge como uma prática vinculada às possibilidades de articulação, visibilidade e mobilização proporcionadas pelas plataformas digitais, mas também atravessada por limitações, desigualdades e pelas próprias lógicas de funcionamento desses ambientes.

Essa “nova morfologia social”, na qual as redes “modificam de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura” (Castells, 1999, p. 497), permite compreender que a organização social contemporânea se estrutura a partir de conexões horizontais, flexíveis e descentralizadas, em contraste com os modelos hierárquicos tradicionais. No campo da cultura e da ação coletiva, essa lógica em rede possibilita o desenvolvimento de novas formas de articulação política, de circulação discursiva e de construção identitária.

A reconfiguração das formas de interação também altera a maneira como sujeitos e instituições disputam atenção e legitimidade no espaço público. A circulação de conteúdos em ambientes virtuais ocorre por meio de dinâmicas próprias, nas quais visibilidade, engajamento e alcance passam a depender de relações entre usuários, plataformas e algoritmos. Desse modo, as redes não apenas funcionam como canais de transmissão, mas como ambientes nos quais os sentidos são negociados, conflitos são intensificados e diferentes narrativas competem pela capacidade de influenciar percepções e comportamentos sociais.

Consequentemente, a internet possibilita a coordenação de ações voltadas ao enfrentamento de discursos normativos que, historicamente, marginalizam identidades dissidentes no futebol. Por meio de campanhas, manifestos e conteúdos audiovisuais, como representado na Figura 10, essas iniciativas desafiam a noção de que o futebol é “coisa de macho” (Pinto, 2014), denunciam a persistência das violências de gênero e sexualidade que se

manifestam, sobretudo, nas arquibancadas, e propõem novas formas de vivenciar e de se reconhecer nesse esporte.

Figura 10 – Postagem colaborativa entre coletivos e grupos esportivos no Dia Internacional de Combate à LGBTQIA+fobia



Fonte: Unicorns Brazil, 2025 (reprodução)<sup>57</sup>

A atuação nesses ambientes digitais também desloca as disputas sobre pertencimento no futebol para espaços nos quais narrativas historicamente marginalizadas passam a disputar visibilidade e legitimidade. A circulação de relatos pessoais, memórias, símbolos e campanhas coletivas permite que experiências antes restritas a determinados grupos encontrem novos públicos e sejam incorporadas ao debate sobre quem pode ocupar e representar o universo futebolístico. Nesse processo, as redes sociais tornam-se espaços de produção de sentidos sobre o ato de torcer, nos quais diferentes formas de identificação com o esporte passam a ser reivindicadas e compartilhadas para além dos limites tradicionais das arquibancadas.

<sup>57</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DJwdusMPYAJ/>

Ao contrário do que se imaginava, essa nova forma de engajamento não reduziu, tampouco enfraqueceu, o empoderamento das pessoas torcedoras ou os vínculos afetivos com os clubes. Por meio dos espaços virtuais: comunidades online, sites, páginas de fãs e grupos em aplicativos como WhatsApp e Telegram, observa-se uma ampliação do número de participantes interagindo ativamente com o universo futebolístico. Como destacam Raymond Boyle e Richard Haynes, “as comunidades (virtuais) de futebol podem ser caracterizadas como incrivelmente leais, cada vez mais dispersas geograficamente, mas unidas por preocupações e interesses comuns” (2004, p. 154, tradução do autor, grifo do autor), indicando a permanência de vínculos coletivos mesmo em plataformas digitais.

Para as pessoas que frequentam os estádios com regularidade, a lógica da interação mediada já se tornou uma realidade incorporada aos próprios padrões de consumo do espetáculo esportivo. A partir dessa dinâmica, a “realidade não mediada e formas de interação não mediadas ainda existem, mas a midiatização significa que elas também são afetadas pela presença dos meios de comunicação” (Hjarvard, 2013, p. 35). Isso significa que, embora práticas sociais que não dependam exclusivamente da mídia continuem ocorrendo, elas dificilmente se desenvolvem de maneira completamente desvinculada dessas tecnologias.

Nesse cenário, há pessoas que não se limitam a assistir à partida, mas buscam transformar a ida aos estádios em uma experiência social, estética e, principalmente, digital. Em contraste com aqueles que resistem às mudanças na cultura torcedora, onde o ato de torcer diz respeito menos a tradição e ao hábito repetido e mais sobre performar identidades, torna-se necessário considerar que o futebol deixou de se restringir ao resultado, integrando-se a uma dinâmica mais ampla, vinculada a novas formas de pertencimento e de consumo midiático.

Um exemplo dessa dinâmica pode ser observado entre participantes do coletivo PorcoÍris. Em dias de jogos do Palmeiras, tanto em São Paulo quanto em outros estados, algumas pessoas torcedoras levam adesivos do coletivo às partidas, registram fotografias com esses materiais e compartilham posteriormente esses registros nas redes sociais do grupo, conforme apresentado na Figura 11. Esse gesto pode ser compreendido como uma maneira de transformar a experiência de torcer em uma forma de ocupação simbólica e de produção de visibilidade, ainda que realizada de modo discreto, no ambiente futebolístico.

Figura 11 – Adesivo do PorcoÍris levado ao estádio por torcedor



Fonte: PorcoÍris, 2025 (reprodução)<sup>58</sup>

Nesse sentido, as redes de resistência construídas no ambiente virtual configuram-se como espaços estratégicos em que os “atores de mudança social” (Castells, 2013, p. 18) exercem o contrapoder, reorganizando fluxos comunicacionais, ressignificando estruturas simbólicas e desafiando as lógicas dominantes. Para os coletivos LGBTQIA+ e outros grupos que articulam a paixão pelo futebol com pautas mais amplas — como as torcidas antifascistas (Orlando, 2024) —, o espaço de sociabilidade digital torna-se um território em que “os cidadãos da era da informação tornam-se capazes de inventar novos programas para suas vidas com as matérias-primas de seu sofrimento, suas lágrimas, seus sonhos e esperanças” (Castells, 2013, p. 18).

Embora se considere uma perspectiva que oferece uma certa visão “otimista” em relação às transformações sociais na era digital, especialmente ao destacar as redes como elemento estruturante da vida social contemporânea, ela também exige reflexão crítica. Ressaltar o surgimento dessa nova formação social baseada na lógica de redes pode, por vezes, deixar de considerar as assimetrias e

<sup>58</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DLsunKEyNuK/>

contradições que persistem nesse processo. Diante disso, destaca-se que a presença das tecnologias digitais não elimina disputas de poder já existentes, podendo inclusive reproduzir ou intensificar desigualdades presentes nas estruturas sociais.

A expansão das tecnologias da informação ocorre dentro de um sistema orientado por interesses econômicos e corporativos voltados à geração de lucro, o que restringe o possível potencial emancipatório dessas redes. Mesmo promovendo novas formas de ação e articulação social, essas plataformas não operam de maneira neutra nem são igualmente acessíveis, sobretudo em contextos marcados por desigualdades estruturais.

Essa lógica manifesta-se nas recentes mudanças nas políticas de checagem de fatos adotadas por plataformas como o X (antigo Twitter) e por outras redes sociais do grupo Meta<sup>59</sup>. A empresa encerrou as parcerias com agências especializadas no monitoramento de conteúdos ofensivos ou difamatórios envolvendo raça/cor, gênero, sexualidade, etnia, religião e outros marcadores sociais, transferindo aos próprios usuários a responsabilidade pela verificação das informações por meio de modelos baseados em “notas da comunidade”. Embora, segundo seus representantes, o sistema seja apresentado como uma alternativa mais “democrática” e “participativa”, na prática ele acaba por enfraquecer os mecanismos de contenção da desinformação (Sophia, 2025).

O afrouxamento das políticas de moderação tem sido acompanhado por um aumento significativo na circulação de discursos de ódio, incluindo ataques sistemáticos a minorias, como a população LGBTQIA+, que se intensificam justamente nos espaços onde o monitoramento é mais negligente. Essas mudanças, longe de serem neutras, refletem uma lógica de mercado que prioriza o engajamento a qualquer custo, mesmo que isso implique a propagação de conteúdos que violam direitos humanos e reforçam violências contra comunidades socialmente marginalizadas.

Entre as plataformas digitais mais utilizadas atualmente, o Instagram ocupa posição central nas políticas comunicacionais de diferentes coletivos, especialmente por articular recursos de produção, circulação e interação de conteúdos em formatos visuais e audiovisuais. A lógica da plataforma favorece a

---

<sup>59</sup> O grupo Meta é proprietário de diversas plataformas de comunicação, entre elas Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger e Threads.

disseminação de mensagens por meio de publicações, vídeos curtos, transmissões ao vivo e ferramentas de compartilhamento, possibilitando que pautas específicas alcancem públicos para além dos espaços tradicionais de sociabilidade. Entretanto, essas possibilidades também estão atravessadas pelas próprias formas de mediação da plataforma, incluindo critérios algorítmicos de distribuição, políticas de moderação e mudanças nos mecanismos de monitoramento de conteúdos.

Embora a plataforma disponibilize mecanismos de denúncia, restrição e remoção de conteúdos, a moderação permanece limitada diante da quantidade e da velocidade de circulação de informações na plataforma. Publicações que envolvem discursos discriminatórios, ataques direcionados ou formas de violência simbólica podem permanecer disponíveis por longos períodos antes de qualquer intervenção, seja pela dificuldade de identificação automatizada, seja pela dependência da análise posterior das próprias denúncias realizadas pelos usuários. Além disso, as próprias diretrizes de moderação da Meta apresentam limites ao estabelecer exceções baseadas na defesa da “liberdade de expressão”, permitindo que determinados conteúdos considerados ofensivos ou potencialmente discriminatórios permaneçam em circulação (Serpa, 2025).

Apesar disso, os coletivos LGBTQIA+ têm se apropriado estrategicamente dessas plataformas como espaços de comunicação com a torcida, articulação política e afirmação identitária. Inseridos em uma lógica algorítmica que prioriza o engajamento, mas frequentemente favorece a desinformação e os discursos de ódio, esses grupos entendem o ambiente virtual como um campo de disputa simbólica fundamental. Mesmo de forma preliminar, percebe-se que as redes sociais constituem uma dimensão essencial para a existência desses coletivos, sendo nelas que constroem redes de apoio, compartilham experiências, denunciam violências e reivindicam seus lugares no futebol.

Nesse sentido, a noção de política comunicacional também permite compreender que a atuação desses coletivos não se limita à produção de conteúdos ou à ocupação das plataformas digitais, mas envolve escolhas estratégicas sobre aquilo que será comunicado, para quais públicos e com quais finalidades. As ações comunicacionais dos coletivos revelam modos particulares de organização, mobilização e disputa por reconhecimento, evidenciando como a comunicação se torna um elemento central na construção de ações coletivas e no enfrentamento das desigualdades que atravessam o futebol.



Portanto, não se indica que as plataformas podem transformar, por si mesmas, a estrutura do futebol em relação às questões de gênero e sexualidade, uma vez que as desigualdades presentes nesse universo estão relacionadas a processos históricos e culturais mais amplos. O ambiente virtual deve ser compreendido como um espaço de disputa no qual diferentes atores encontram recursos para organizar suas ações, construir visibilidade e questionar normas estabelecidas, embora essas dinâmicas sejam atravessadas por limitações próprias das formas de mediação digital e pelas assimetrias que regulam o acesso, a circulação e o alcance dos conteúdos.

## 6 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS INDIVIDUAIS EM PROFUNDIDADE

Esta seção dedica-se à análise das entrevistas realizadas com integrantes dos coletivos de torcida LGBTQIA+ brasileiros selecionados para a pesquisa, à luz dos argumentos e aportes teóricos desenvolvidos nos capítulos anteriores. Inicialmente, apresenta-se uma breve contextualização de cada coletivo e de seu processo de formação. Em seguida, as entrevistas são examinadas de forma articulada, com base nas categorias de análise previamente definidas.

### 6.1 PorcoÍris (Palmeiras-SP)

O PorcoÍris, fundado em 2019, destaca-se como o coletivo brasileiro com maior número de pessoas seguidoras em suas redes sociais, somando mais de 30 mil pessoas seguidoras. Seu nascimento está diretamente relacionado ao contexto do futebol brasileiro naquele ano, especialmente à repercussão da presença do então presidente Jair Bolsonaro na cerimônia de premiação do Campeonato Brasileiro conquistado pelo Palmeiras. Esse episódio reativou associações entre o clube e determinados posicionamentos políticos, motivando a criação do coletivo como uma forma de contestar tal leitura e afirmar a diversidade existente entre pessoas torcedoras do Palmeiras. Nesse sentido, o PorcoÍris surgiu com a proposta de promover pertencimento e acolhimento para o público LGBTQIA+, articulando sua atuação à defesa de que o apoio ao clube pode ser vivenciado por sujeitos com diferentes identidades de gênero e sexualidades

Diferentemente dos demais coletivos entrevistados, o PorcoÍris não possui, nem possuiu anteriormente, qualquer vínculo institucional ou parceria com o clube, embora algumas das pessoas responsáveis por sua administração mantenham contatos informais com indivíduos vinculados à instituição. A ausência dessa aproximação é percebida como uma barreira à ampliação do alcance do coletivo. Ao mesmo tempo, a presença do grupo tenciona o *status quo* dos padrões normativos que estruturam o futebol, evidenciado pelo fato de a atual presidente do clube, a empresária Leila Pereira, ter ciência da existência do coletivo, ignorar suas demandas e mantê-lo bloqueado em suas redes sociais.

## 6.2 LGBTricolor (Bahia-BA)

Como se referem seus apoiadores, a torcida LGBTricolor surge no mesmo cenário político e econômico de 2019, idealizada pelo jornalista e militante baiano Onã Rudá, porém em um contexto institucional bastante distinto daquele vivenciado pelo Porcolris e pelos demais coletivos analisados. Esse período coincide com a ampliação da mobilização social do Esporte Clube Bahia<sup>60</sup> em torno de ações voltadas à comunidade LGBTQIA+, entre as quais se destacam a inclusão do nome social de pessoas trans em seus relatórios oficiais e a campanha “Não há impedimentos”, lançada também em 2019. De acordo com Onã (Apêndice E), essa campanha é reconhecida como a primeira peça de comunicação de um clube de futebol da América Latina a utilizar as cores da bandeira LGBTQIA+.

Após diálogos com pessoas ligadas ao clube e com integrantes da comunidade LGBTQIA+, bem como com o aval do presidente da principal torcida organizada do Bahia, a Bamor, surge a LGBTricolor, cuja atuação passou a ganhar visibilidade em âmbito regional e nacional. Essa notoriedade foi ampliada posteriormente com o lançamento oficial de uma camisa do clube com as cores do arco-íris, na qual as extremidades azul e vermelha remetem às cores do Bahia e, entre essas duas tonalidades, distribuem-se as demais cores da bandeira LGBTQIA+, explicitando a ideia de que entre o azul e o vermelho cabem todas as cores. Assim, embora a torcida atue predominantemente nas redes sociais, suas ações também são reconhecidas por torcedores heterossexuais e cisgêneros, em razão da articulação estabelecida com o clube.

## 6.3 Vasco LGBTQ+ (Vasco-RJ)

O coletivo Vasco LGBTQ+ surge em meados de 2020, em um contexto marcado pela pandemia de Covid-19, pela paralisação dos jogos e pelas restrições à convivência presencial. Esse cenário contribuiu para que o grupo se configurasse como uma forma de acolhimento para pessoas LGBTQIA+, ao mesmo tempo em que possibilitou a construção de um espaço de pertencimento, de expressão e de participação na torcida pelo clube carioca. Assim, o Vasco LGBTQ+ nasce

---

<sup>60</sup> Fundado em 1931, na cidade de Salvador (BA), o Esporte Clube Bahia, conhecido como Tricolor de Aço, é um clube de futebol brasileiro com trajetória destacada no cenário nacional.

justamente com a proposta de oferecer acolhimento, aproximar pessoas torcedoras do clube e fortalecer a experiência de torcer.

Vale frisar que, conforme já destacado na linha do tempo do surgimento dessa nova fase dos coletivos a partir de 2019, o período da pandemia registrou a formação de um número expressivo de coletivos de torcida LGBTQIA+ no Brasil. A combinação entre o isolamento imposto pela pandemia e o contexto político marcado por disputas em torno de direitos e reconhecimento social de grupos historicamente marginalizados contribuiu para fortalecer a busca por redes de apoio, espaços de acolhimento e formas coletivas de participação no universo do futebol.

O Vasco LGBTQ+ estabeleceu, em 2020, uma relação de proximidade institucional com o clube, fortalecida pela campanha que resultou no lançamento de uma camisa oficial do Vasco com as cores da bandeira LGBTQIA+. O coletivo participou diretamente de todo o processo de criação, finalização e elaboração da campanha, além de ter sido convidado a participar do jogo de lançamento da camisa naquele mesmo ano. Com as mudanças de gestão e a posterior transformação do clube em Sociedade Anônima do Futebol (SAF), os diálogos institucionais foram gradualmente interrompidos, e atualmente o coletivo não mantém proximidade com o clube.

#### **6.4 Marias de Minas (Cruzeiro-MG)**

O Marias de Minas surgiu em 2019, a partir da compreensão de que pessoas LGBTQIA+ e torcedoras do Cruzeiro precisavam se organizar coletivamente. Essa iniciativa partiu da percepção de que muitas dessas pessoas se sentem deslocadas no ambiente do futebol, invisibilizadas e, por vezes, reprimidas em um contexto marcado pela hostilidade presente nos estádios. O coletivo teve início com a criação de um grupo no WhatsApp, destinado ao apoio mútuo e à promoção de iniciativas de conscientização, letramento e ampliação do debate sobre gênero e sexualidade no universo futebolístico.

A proximidade entre o coletivo e o clube é marcada por avanços e retrocessos conforme as diferentes gestões do clube. Logo no seu início, o Marias de Minas participou da criação de um comitê de diversidade e inclusão junto ao clube, o que permitiu a construção de um canal de diálogo interno. Essa iniciativa representou uma tentativa de institucionalizar a pauta da diversidade no âmbito do Cruzeiro;

ainda assim, os avanços obtidos nesse período não se consolidaram de forma contínua.

A gestão de Ronaldo Nazário, iniciada em 2021, representou o momento de maior abertura institucional na relação entre o clube e o coletivo. Nesse contexto, ocorreram ações conjuntas, publicações compartilhadas nas redes sociais e o uso, por parte do capitão do Cruzeiro, de uma braçadeira com as cores do arco-íris em uma oportunidade específica. O Marias de Minas também conseguiu desenvolver uma linha de produtos licenciados em parceria com o clube. Com a mudança posterior de gestão, entretanto, esse diálogo foi interrompido, e o coletivo perdeu o contato institucional anteriormente estabelecido.

Embora a criação desses coletivos remonte a um período semelhante da conjuntura política, econômica e social do Brasil, cada grupo apresenta particularidades que serão fundamentais para compreender os desdobramentos de suas políticas e ações comunicacionais. As diferenças e semelhanças identificadas nesta análise contribuem para iluminar um debate mais amplo acerca de até que ponto as ações desses coletivos se refletem em transformações estruturais no futebol brasileiro.

## **6.5 Ambiente virtual e comunicação com a torcida**

Conforme discutido anteriormente, o ambiente virtual ocupa uma posição central na trajetória dessa nova fase de organização dos coletivos de torcida LGBTQIA+ a partir de 2019, tanto por possibilitar a articulação de suas ações comunicacionais quanto por contribuir para sua própria constituição. Embora esses grupos também realizem algumas iniciativas fora do espaço virtual, sua concretização ainda depende de fatores como a visibilidade alcançada e, em muitos casos, com o grau de abertura institucional entre coletivos e os clubes.

No caso da LGBTricolor, o único exemplo onde isso se mantém atualmente, essa proximidade com o clube favorece a realização de ações presenciais e a ampliação da visibilidade de pessoas LGBTQIA+ no estádio. Segundo Onã Rudá (Apêndice E), é possível identificar com frequência pessoas torcedoras LGBTQIA+ na Arena Fonte Nova, vestindo a camisa da LGBTricolor, empunhando bandeiras coloridas, demonstrando afeto em público e até realizando pedidos de casamento no local.

Atualmente, a principal forma de tomar conhecimento sobre a existência de um coletivo ocorre quando ele cria uma conta em uma rede social, pois é a partir dela que o grupo passa a alcançar outras pessoas: “porque ela criou algum perfil em uma rede social e chegou até a gente esse perfil” (Onã Rudá, 2025, Apêndice E). Assim, para além de um espaço de ocupação simbólica

A rede social é o nosso grande palco de atuação, porque é o lugar onde a gente consegue concentrar a nossa narrativa e também concentrar aquilo que é fundamental no futebol que é o senso de coletividade (...) A nossa atuação é constantemente a partir das redes, é onde a gente consegue juntar a galera que é LGBT e torce pro clube, é onde a gente consegue chamar gente para os nosso grupos do WhatsApp, é onde a gente consegue, a partir dali, pensar ações, as principais ações que a gente promove são nas redes sociais, são poucas as ações presenciais. (Onã Rudá, 2025, Apêndice E)

A articulação nesses espaços ocorre, sobretudo, porque os coletivos conseguem produzir em seu entorno um senso de pertencimento compartilhado por pessoas torcedoras que se sentem deslocadas no ambiente futebolístico. Dessa forma, o ambiente virtual pode se tornar, em muitos casos, um espaço mais seguro para torcer do que as arquibancadas dos estádios, não apenas em razão de situações de violência, mas também porque a identidade torcedora pode entrar em conflito com as normas de gênero e sexualidade historicamente associadas ao futebol.

Não há, no entanto, uma estratégia coordenada entre os coletivos quanto ao uso das redes sociais. Enquanto PorcoÍris e LGBTricolor utilizam diversas plataformas, como Instagram, *Threads*, X, TikTok e LinkedIn, o Marias de Minas concentra sua comunicação principalmente no Twitter e no Instagram. Já o Vasco LGBTQ+ mantém no X (antigo Twitter) sua única conta oficial, plataforma que se diferencia das demais por uma dinâmica de uso que não depende necessariamente de imagens ou vídeos acompanhados de legendas, mas se estrutura predominantemente a partir de textos mais curtos e interações constantes.

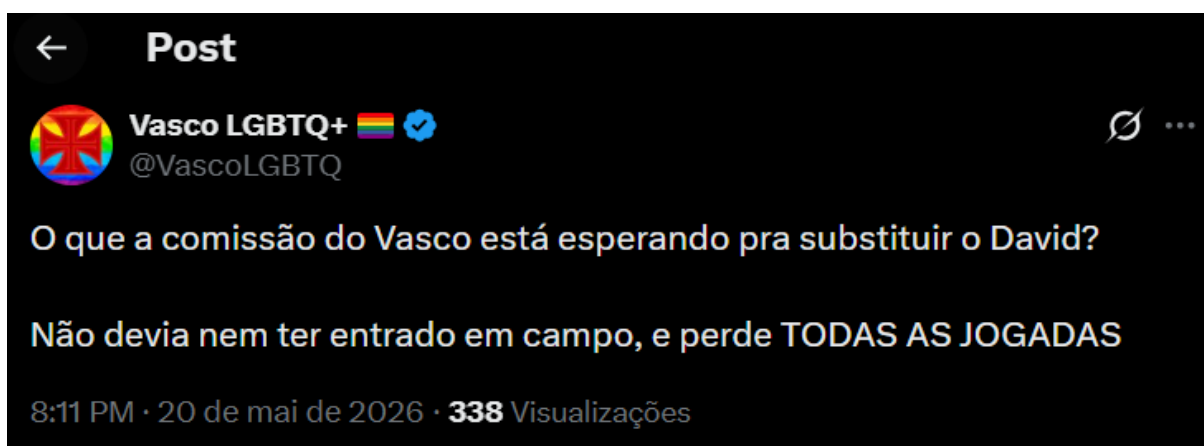
No que se refere aos usos da plataforma Instagram na comunicação com a torcida, observa-se que LGBTricolor, PorcoÍris e Marias de Minas apresentam formas próximas de organização de suas postagens. Os conteúdos alternam informações sobre o clube e seus atletas, divulgação de horários das partidas e materiais sazonais vinculados a datas específicas, como o Dia Internacional do

Orgulho LGBTQIA+, celebrado em 28 de junho, além de campanhas de enfrentamento à homofobia e ao racismo, especialmente no futebol.

Entretanto, LGBTricolor e PorcoÍris realizam publicações com maior frequência do que o Marias de Minas, aspecto relacionado à organização interna desses grupos. Por contarem com maior participação de pessoas voluntárias na produção de materiais para as redes sociais, LGBTricolor e PorcoÍris conseguem manter um fluxo mais constante de atuação junto à torcida. Em contrapartida, no Marias de Minas, o número reduzido de integrantes envolvidos nessas atividades limita a frequência de postagens e a dinâmica de interação com as pessoas torcedoras nas plataformas digitais.

Já no caso do Vasco LGBTQ+, a própria plataforma X delimita uma lógica distinta de comunicação. O coletivo não segue uma agenda específica de publicações; sua atuação concentra-se principalmente na cobertura dos jogos, não de forma jornalística, como ocorre em outras páginas, mas por meio de comentários realizados durante as partidas, como se observa na Figura 12, e da interação com as pessoas torcedoras que acompanham e participam junto ao coletivo.

Figura 12 – Postagem do Vasco LGBTQ+ com comentários sobre a partida do clube



Fonte: Vasco LGBTQ+, 2026 (reprodução)<sup>61</sup>

Além das plataformas voltadas a publicações para um público mais amplo, os quatro coletivos mantêm grupos ‘fechados’ no WhatsApp, utilizados para trocas mais próximas com as pessoas que integram esses espaços. O ingresso nesses grupos é condicionado a mecanismos de controle definidos pelas administrações dos

<sup>61</sup> Disponível em: <https://x.com/VascoLGBTQ/status/2057237708821369257>

coletivos, com o objetivo de evitar a participação de pessoas com propósitos distintos de suas finalidades.

No caso do PorcoÍris, o grupo privado no WhatsApp, denominado “grupão” pelo interlocutor Nathan Gori Mouro, de 25 anos, turismólogo, exige o preenchimento de um formulário previamente analisado pelas pessoas administradoras. A LGBTricolor também adota esse procedimento, de modo que, em ambos os casos, o ingresso é restrito a pessoas LGBTQIA+ que sejam torcedoras do clube ao qual cada coletivo está vinculado, isto é, do Palmeiras no caso do PorcoÍris e do Bahia no caso da LGBTricolor.

Essa forma de organização está diretamente vinculada ao propósito do coletivo de construir um espaço de torcida acolhedor e seguro, especialmente para pessoas LGBTQIA+ que, em razão de sua sexualidade, muitas vezes não se sentem confortáveis para torcer em ambientes tradicionais do futebol. Nathan, destaca que, em determinados contextos, participar de um grupo no qual é possível dialogar de maneira mais aberta, diferentemente do que ocorre em muitas interações nas redes sociais, proporciona uma “sensação de acolhimento, de pertencimento, de segurança que traz você conhecer, ter outras pessoas que são como eu, ou próximas como eu, que eu me sinto seguro” (Nathan Mouro, 2025, Apêndice B).

Os grupos de WhatsApp também funcionam como uma experiência complementar da partida, na qual as pessoas participantes interagem entre si ao comentar lances, jogadas, atletas e resultados. A lógica da “segunda tela”, compreendida como parte da experiência contemporânea de torcer (Satuf, 2014; Leite, 2020), constitui uma alternativa para muitas pessoas LGBTQIA+ que, por receio de serem hostilizadas, não frequentam os estádios. Essa dinâmica integra um processo mais amplo de transformação da recepção do futebol em uma experiência mediada por diferentes fluxos de informação, na qual o ato de torcer se prolonga para além do tempo do jogo, “reinventando-o, ressignificando-o e ultrapassando a materialidade das arquibancadas da arena” (Mandelli, 2018, p. 89).

Além disso, é a partir das interações nos grupos de WhatsApp que são organizadas ações e encontros presenciais com outras pessoas torcedoras. Esses espaços de comunicação funcionam como uma extensão da articulação realizada nas redes sociais, possibilitando a coordenação de iniciativas coletivas, a troca de informações sobre eventos e a mobilização para atividades relacionadas ao clube.



No desdobramento de suas ações com a torcida, a atuação dos coletivos também ultrapassa os limites do ambiente digital e se materializa em ações presenciais. Conforme relata Gabriela Silva, veterinária e interlocutora do coletivo Marias de Minas, o grupo “também têm um olhar muito aguçado para eventos que estão ligados à temática LGBT no futebol” (Gabriela Silva, 2025, Apêndice C). Essas iniciativas presenciais constituem um desdobramento da visibilidade construída pelo coletivo nas redes sociais, com destaque para seminários promovidos em parceria com o Mineirão<sup>62</sup>, que reúne profissionais de diferentes áreas, representantes institucionais, integrantes da mídia e pessoas vinculadas ao campo jurídico-desportivo.

Do mesmo modo, foi por meio do ambiente virtual que o Vasco LGBTQ+ conseguiu construir, em determinado momento, um diálogo direto com o clube, possibilitando, por exemplo, uma ação conjunta no lançamento da camisa oficial da equipe com as cores da bandeira LGBTQIA+. O PorcoÍris, por sua vez, estabeleceu uma parceria com a cervejaria *Amstel*, por meio da qual promoveu a iniciativa “Primeira vez no estádio” em jogos do Palmeiras pela Libertadores, oferecendo ingressos a pessoas LGBTQIA+ que nunca haviam tido a oportunidade de acompanhar uma partida presencialmente. De acordo com Nathan, essa colaboração foi viabilizada pelo reconhecimento, por parte da marca, do posicionamento assumido pelo coletivo nas redes sociais.

Nesse último caso em específico, é preciso ponderar que essas aproximações com grandes marcas não se dão de forma desinteressada, uma vez que o alcance e o engajamento do coletivo nas redes sociais passam a integrar estratégias de posicionamento institucional dessas empresas. A partir dessa dinâmica, o reconhecimento do grupo é incorporado a circuitos de valorização simbólica e, sobretudo, econômica, nos quais a agenda da diversidade se converte em ativo de imagem e em potencial vetor de retorno financeiro para as marcas envolvidas.

A aproximação entre coletivos LGBTQIA+ e marcas também evidencia como as pautas relacionadas à diversidade passaram a ocupar um espaço estratégico no mercado esportivo e no campo da comunicação institucional. Campanhas e ações associadas a períodos específicos, como o mês do Orgulho LGBTQIA+, demonstram que empresas e organizações esportivas frequentemente incorporam essas temáticas em suas iniciativas públicas, ainda que nem sempre isso implique

---

<sup>62</sup> Estádio Governador Magalhães Pinto em Belo Horizonte (MG).

mudanças estruturais nas práticas internas. Nesse sentido, a visibilidade proporcionada por essas parcerias podem ampliar o alcance das reivindicações dos coletivos, mas também revela as tensões existentes entre o reconhecimento simbólico dessas pautas e sua apropriação como elemento de valorização mercadológica.

Apesar disso, não se pode desconsiderar que tais ações produzem efeitos que extrapolam tais interesses, materializando-se em oportunidades concretas para que pessoas LGBTQIA+ acessem espaços historicamente marcados pela exclusão. A tentativa de “quebrar essa barreira”, frequentemente percebida como intransponível na estrutura do futebol, passa a assumir novos desdobramentos, ainda que de modo parcial e condicionado.

## **6.6 Políticas comunicacionais de atuação dos coletivos no ambiente virtual**

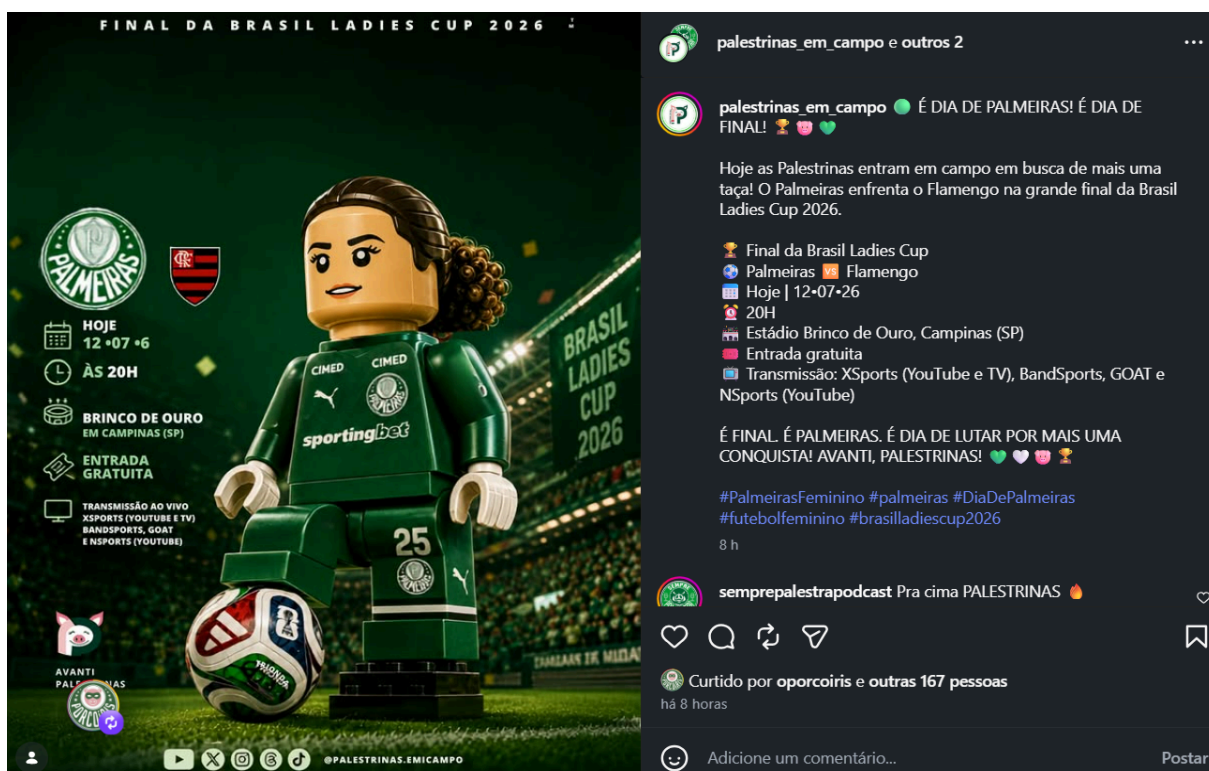
Se o modo como os coletivos organizam o ingresso em seus respectivos grupos de WhatsApp pode ser compreendido como parte de suas políticas comunicacionais, outras estratégias voltadas ao enfrentamento da LGBTQIA+fobia no futebol também são mencionadas nas entrevistas. Entre os quatro coletivos analisados, o Instagram é a plataforma mais utilizada por três deles, PorcoÍris, LGBTricolor e Marias de Minas, como espaço de articulação, mobilização e circulação de suas estratégias de comunicação.

De acordo com Nathan, os conteúdos produzidos pelo PorcoÍris nessa plataforma assumem um caráter predominantemente “educativo”, sobretudo no que se refere às pautas de gênero e sexualidade. As mensagens veiculadas buscam promover explicação e desconstrução, mantendo implícito que “isso está errado por isso, e tá tudo bem se você pensa assim diferente ou já pensou isso, mas vamos desconstruir, vamos explicar” (Nathan Mouro, 2025, Apêndice B), sem recorrer a estratégias de confronto direto. Tal posicionamento não é compreendido como um enfraquecimento da atuação do coletivo no enfrentamento ao preconceito de gênero e sexualidade, mas como uma forma de intervenção que privilegia a mediação discursiva.

Suas publicações são organizadas a partir de diferentes pautas, entre as quais estão a agenda do clube, com conteúdos relacionados ao futebol masculino e ao feminino, conforme apresentado na Figura 13. Além disso, o coletivo produz

conteúdos sazonais relacionados a datas específicas, publicações compartilhadas e divulgações de eventos.

Figura 13 – Postagem do coletivo PorcoÍris com a agenda de jogo do futebol feminino



Fonte: PorcoÍris, 2026 (reprodução)<sup>63</sup>

Desse modo, o trabalho realizado pelo coletivo foca em ampliar os espaços de diálogo sobre questões relacionadas ao futebol e a pautas mais amplas, direcionando seus esforços à aproximação entre pessoas torcedoras e ao diálogo com outros coletivos e torcidas. Na conversa com Nathan, ficou explícito que essa proposta busca constituir um espaço de acolhimento que não se restringe a pessoas LGBTQIA+, mas também se dirige a sujeitos interessados em consumir conteúdos relacionados ao futebol.

Para Onã, da LGBTricolor, a função do futebol na sociedade é profunda, pois esse esporte consegue alcançar e dialogar com diferentes segmentos da população, desde a pessoa mais letrada até o vendedor ambulante. Nesse sentido, seria

<sup>63</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DasvBI1OaMy/>

contraproducente segmentar suas estratégias nas redes sociais de modo a limitar sua capacidade de alcançar públicos mais amplos.

Além do trabalho sistematizado realizado pela torcida na plataforma Instagram, especialmente por meio da divulgação de partidas e de notícias vinculadas ao clube, a LGBTricolor também enfatiza uma dimensão social que ultrapassa o futebol, como evidencia a Figura 14, que apresenta a atuação da torcida como porta-voz do movimento “Nossas Vidas Importam”, na busca por políticas públicas voltadas à comunidade LGBTQIA+ junto ao Governo do Estado da Bahia e à Prefeitura de Salvador (BA).

Figura 14 – Postagem da torcida LGBTricolor sobre o movimento “Nossas Vidas Importam”



Fonte: LGBTricolor, 2025 (reprodução)<sup>64</sup>

Entre as estratégias adotadas pelo Marias de Minas nessa plataforma está a divulgação da camisa oficial em 2025, conforme apresentado na Figura 15, organizada para ser lançada no dia do aniversário do coletivo, em 20 de maio. Esse tipo de divulgação contribui para materializar iniciativas planejadas pelo grupo,

<sup>64</sup> Disponível em: [https://www.instagram.com/p/DLangwWpHUz/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DLangwWpHUz/?img_index=1)

transformando a comunicação nas redes sociais em um espaço de apresentação de suas ações, fortalecimento dos vínculos com pessoas torcedoras e ampliação da visibilidade do coletivo. De modo geral, o posicionamento do coletivo no Instagram é marcado por uma abordagem mais educativa e informativa, voltada à circulação de conhecimentos e ao debate de pautas relacionadas à comunidade LGBTQIA+ e ao futebol.

Figura 15 – Postagem do coletivo Marias de Minas sobre o lançamento da camisa oficial



Fonte: Marias de Minas, 2025 (reprodução)<sup>65</sup>

Os quatro coletivos utilizam o X, porém apenas o Vasco LGBTQ+ mantém sua atuação restrita a essa rede social, que também é identificada por Beatriz França, de 33 anos, bacharel em direito e interlocutora do coletivo, como a plataforma em que o coletivo obtém maior engajamento. As práticas de comunicação desenvolvidas nesse ambiente apresentam, em sua maioria, um caráter mais descontraído, com uma abordagem voltada à aproximação cotidiana com o público. Essa dinâmica

<sup>65</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DJkEIV1x87B/>

permite que o coletivo participe de conversas mais imediatas relacionadas ao clube e ao futebol, acompanhando os fluxos de interação próprios da plataforma.

Como principal canal de comunicação com o público mais amplo do coletivo, o X deixa de ocupar uma posição complementar ou de extensão de outras plataformas para assumir um papel central na construção das estratégias comunicacionais do grupo. Nesse sentido, o principal objetivo está em “dar voz ao nossos” (Beatriz França, 2025, Apêndice D), isto é, às pessoas torcedoras LGBTQIA+ do Vasco, o que implica evitar o prolongamento de conflitos ou discussões com usuários que interagem com o coletivo com o intuito de apenas propagar discursos de ódio contra a comunidade. Beatriz complementa essa perspectiva ao afirmar:

Quando a gente deixa de postar alguma coisa ou a gente posta alguma coisa e debate essa coisa com algum *hater*, a gente deixa de dar voz a gente pra dar voz pra eles, a gente passa a deixar que o que eles estão dizendo tome foco maior do que o que a gente quer dizer, então a gente tenta não debater, não discutir, não brigar (Beatriz França, 2025, Apêndice D)

É possível perceber certa similaridade entre os coletivos no sentido de que, embora busquem enfrentar o preconceito de gênero e sexualidade no futebol, suas atuações não se restringem a uma postura de confronto direto com a estrutura normativa desse esporte. Pelo contrário, a adoção de uma abordagem “menos combativa”, segundo essa análise, também contribui para ampliar os espaços de diálogo e participação, construindo ambientes nos quais mais pessoas possam discutir, acompanhar e vivenciar o futebol.

Outro ponto levantado nas conversas foi que a condução da comunicação nas redes sociais nesses termos contribui para expandir o alcance do coletivo, inclusive “fora da bolha” dos coletivos. Um exemplo dessa estratégia é o modo como o PorcoÍris busca, para além de se manifestar apenas em momentos pontuais, outras formas de se fazer presente nesse ambiente, a partir de pautas mais gerais, como explica Nathan:

Como você quer ganhar um certo espaço se você não está nos outros momentos, nos outros momentos pra mostrar que você também é só um torcedor comum, tipo que é o que a gente quer trazer, além de ser um torcedor LGBT, sou um torcedor comum, como qualquer um, eu tenho direito de estar nesse espaço, de estar nesse espaço em segurança, eu vou

conseguir falar, conseguir torcer com você da mesma forma, de igual pra igual, né (Nathan Mouro, 2025, Apêndice B)

A ideia de que é possível não se restringir a um único modo de comunicação, atravessar fronteiras e alcançar diferentes públicos também se apresenta como um ponto central para os coletivos entrevistados. Ressignificar e produzir novas narrativas dentro do universo futebolístico ainda constitui uma tarefa complexa e distante de estar concluída; contudo, possibilitar que pessoas LGBTQIA+ vivenciem o ambiente do futebol já representa uma etapa das transformações promovidas por esses grupos.

Entretanto, o direito de ocupar os espaços de sociabilidade futebolística não deve ser compreendido como uma busca por equivalência ao “torcedor comum”. Em diferentes momentos da história, as torcidas gays e outros movimentos de enfrentamento às lógicas excludentes no futebol fizeram justamente o oposto: lutaram pelo direito de torcer e manifestar sua paixão pelo clube do coração a partir de suas próprias identidades, como pessoas gays, lésbicas, travestis e pessoas trans, e não pela simples assimilação a uma ideia normativa de torcedor.

Quando confrontamos esse pensamento com as políticas adotadas pelos coletivos nas redes sociais, é preciso delimitar que a ausência de uma postura mais efusiva em relação à estrutura normativa do futebol ou a pessoas ligadas ao esporte não significa um afastamento dos problemas mais urgentes relacionados ao combate ao preconceito nesse ambiente. O próprio ato de ressignificar elementos esportivos, como mascotes, bandeiras, camisetas e cânticos, evidencia que a proposta não é simplesmente se adequar à figura de um “torcedor comum”. Assim sendo,

Talvez essa identidade não precisa necessariamente se dissolver como torcida, porque assim, a função da LGBTricolor não é trazer todo mundo pra LGBTricolor, e eu julgo que a gente é muito vitorioso nesse trabalho, a função da LGBTricolor é fazer todo mundo se sentir parte do Bahia nos mais variados ambientes (Onã Rudá, 2025, Apêndice E).

Além disso, a ideia de “mostrar que nós podemos e também torcemos igual uma pessoa hetero” (Nathan Mouro, 2025, Apêndice B) não se verifica plenamente nas estratégias de comunicação adotadas pelos coletivos analisados. Para uma pessoa cisheteronormativa, o ato de torcer tende a estar associado, em grande medida, ao apoio ao clube, enquanto discussões adjacentes geralmente não



ocupam nenhum ou pouco lugar na experiência do “torcedor comum”. Em contrapartida, os coletivos de torcida LGBTQIA+ incorporam em suas práticas comunicacionais discussões consideradas relevantes para suas experiências coletivas enquanto pessoas torcedoras, como exemplificado na Figura 16.

Figura 16 – Postagem da LGBTricolor no Dia Internacional do Orgulho Gay



Fonte: LGBTricolor, 2026 (reprodução)<sup>66</sup>

Portanto, existe um propósito maior do que simplesmente tentar demonstrar que uma pessoa torcedora LGBTQIA+ pode ser igual a um torcedor heterocisnormativo. A atuação desses coletivos não se limita à reivindicação de pertencimento a partir dos mesmos códigos historicamente legitimados no futebol, mas envolve a construção de outras formas de vivenciar a torcida, nas quais diferentes identidades, expressões e experiências possam ser reconhecidas como parte constitutiva desse universo.

## 6.7 A importância das redes sociais no combate a LGBTQIA+fobia no futebol

<sup>66</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DWUdiRYjwLw/>



Ao refletir sobre a midiaticização do futebol, em articulação com o avanço tecnológico e com as possibilidades abertas pela internet e pelo uso das redes sociais, observa-se que os recursos disponíveis aos coletivos tornaram-se mais amplos em relação a períodos anteriores, aspecto que também é compreendido como reflexo de uma sociedade que passou a incorporar outras pautas em seu debate público. Em paralelo, esse processo incide diretamente sobre o alcance das políticas comunicacionais desenvolvidas pelos coletivos.

É consenso entre os coletivos que as redes sociais desempenham um papel fundamental no enfrentamento à LGBTQIA+fobia no futebol. A fala de Gabriela sintetiza essa compreensão ao afirmar que as plataformas virtuais:

São um espaço de articulação política, de produção de conteúdo, de conscientização, de mudança de paradigma. Por meio das redes a gente consegue muita coisa, a gente consegue denunciar práticas LGBTfóbicas, a gente consegue dar visibilidade pra torcida, a gente consegue mobilizar campanhas, ação de combate a LGBTfobia, a gente consegue promover debates, enfiar o dedo na ferida (Gabriela Silva, 2025, Apêndice C)

As mídias tradicionais e os veículos de comunicação de maior alcance ainda apresentam limitações para a abertura de debates sobre questões estruturantes do futebol, como o preconceito de gênero e sexualidade. Embora o cenário atual seja marcado por uma menor concentração dos meios de comunicação e por transformações no jornalismo esportivo, especialmente com a emergência de novos formatos e espaços de produção de conteúdo, permanecem recorrentes representações que reforçam a heterocisnormatividade como referência legitimada para esse espetáculo esportivo.

Nesse contexto, as redes sociais “têm um papel de chegar onde não chega outras narrativas” (Onã Rudá, 2025, Apêndice E), pois possibilitam que os coletivos produzam e organizem suas próprias formas de comunicação, sem depender exclusivamente dos espaços tradicionalmente ocupados pelo futebol na mídia. Essa “autonomia” permite que diferentes experiências torcedoras sejam apresentadas a partir das perspectivas dos próprios sujeitos envolvidos, criando outras possibilidades de representação sobre quem participa e como se constitui a relação com o clube e com o esporte.

Conforme delimitado, as redes sociais não figuram como “salvadoras do futebol”, no sentido de serem responsáveis, por si só, por uma mudança de

paradigma nesse esporte. Contudo, para além de uma perspectiva crítica em relação às plataformas, também é necessário questionar, tal como propõe Onã

Como é que a gente ia levar, pensa comigo, a narrativa LGBT, por mais que antes a gente conseguisse fazer uma ação com o clube, de forma constante como a gente faz hoje sem as redes sociais? Como é que a gente iria fazer isso? (Onã Rudá, 2025, Apêndice E)

Essa fala evidencia que, apesar das limitações e contradições que atravessam as plataformas digitais, as redes sociais passaram a ocupar um lugar central na organização e na circulação das pautas mobilizadas pelos coletivos. Mais do que funcionar apenas como canais de divulgação, esses espaços possibilitam a continuidade de uma atuação comunicacional que dificilmente poderia ser mantida com a mesma frequência e alcance por meio de outros formatos, especialmente para grupos que constantemente encontram pouco ou nenhum espaço nos meios tradicionais de comunicação esportiva.

Para Nathan, as redes sociais possibilitam “achar os nossos”, processo que se torna possível a partir das redes de conexões construídas na internet. Se, na década de 1970, a Coligay encontrava seu público principalmente a partir da presença nos jogos do Grêmio e da ocupação física das arquibancadas, atualmente a dinâmica se reorganiza a partir de outros espaços de interação. A presença nas redes sociais passa, em muitos casos, a constituir uma das principais formas de existência desses coletivos, permitindo que pessoas torcedoras LGBTQIA+ participem dessas experiências coletivas.

Nesse sentido, com o uso dessas plataformas é possível aproximar sujeitos que vivenciam experiências semelhantes e que, em muitos casos, deixaram de acompanhar o futebol ou de frequentar determinados espaços relacionados ao esporte por não se sentirem confortáveis ou acolhidos nesses ambientes. Ao possibilitar a conexão entre essas pessoas, as redes sociais contribuem para a formação de vínculos coletivos e para a criação de espaços nos quais a experiência torcedora pode ser retomada a partir de outras formas de participação e pertencimento.

Durante uma vida inteira torcedoras LGBTs existiram, desde que o futebol existe torcedores LGBTs existem e se sentem deslocados, invisíveis, amedrontados, então as mídias elas permitem com que haja uma coesão (...) sabe aquela coisa assim de turma mesmo, de “vamos nos unir pra

gente poder combater as ameaças”, eu acho que as mídias são fundamentais nisso (Gabriela Silva, 2025, Apêndice C)

Dessa forma, como uma das principais ferramentas de comunicação na contemporaneidade, as redes sociais constituem o espaço em que os coletivos tornam visíveis suas demandas e promovem ações de enfrentamento à LGBTQIA+fobia no futebol brasileiro. Ou seja, é possível inferir que a ausência nessas plataformas reduziria significativamente a circulação de suas pautas e iniciativas. Isso é exemplificado pela Beatriz ao dizer que

Até porque se a gente não utiliza essas redes sociais, se a gente não utiliza essas mídias, a gente acaba se calando, porque como a gente atinge grandes quantidades de pessoas, grandes visualizações se não por esse meio? Então eu acho que não utilizar ou ser um crítico radical, ferrenho a essas mídias sociais isso é muito mais, a longo prazo, é muito mais danoso pra gente que quer comunicar, do que pra quem está recebendo, porque ele vai continuar recebendo de qualquer forma (Beatriz França, 2025, Apêndice D).

Essa provocação fomenta o debate sobre o uso das plataformas digitais e sobre como elas favorecem determinadas narrativas em detrimento de outras, especialmente aquelas relacionadas às minorias de gênero, étnicas e raciais. As pessoas entrevistadas demonstram compreender, em certa medida, a lógica algorítmica que orienta o funcionamento desses ambientes virtuais e seus modos de operação. Ao mesmo tempo, há uma percepção de que a expansão de suas ações está diretamente vinculada à presença nas redes sociais.

Através dessas redes a gente consegue divulgar eventos, promover campanhas de conscientização, afirmar nossa existência e criar um senso de pertencimento. Eu acho que esse senso de pertencimento é fundamental pra gente conseguir furar a bolha, e só as mídias conseguem fazer isso. Quando a gente fura a bolha a gente consegue essa conexão, a gente consegue conectar as pessoas que não se sentem representadas, que não se sentem acolhidas, que não se sentem vistas nas arquibancadas regularmente e enquanto torcedor” (Gabriela Silva, 2025, Apêndice C)

Até mesmo a possibilidade de articulação para além do ambiente virtual não é percebida como uma tarefa simples. Conforme afirma Nathan, “existem outras formas de conseguir uma comunicação, ganhar seu espaço, mas, num mundo contemporâneo como estamos, eu acho que são formas muito árduas” (Nathan Mouro, 2025, Apêndice B). Contudo, embora as redes sociais ampliem as possibilidades de visibilidade e comunicação, o diálogo com as pessoas

interlocutoras também evidencia os obstáculos que persistem, especialmente quando se trata de iniciativas que contestam normas sociais estabelecidas.

Um exemplo disso pode ser observado no uso das redes sociais pelo Vasco LGBTQ+. Utilizar apenas o X está relacionado ao fato de sua conta no Instagram ter deixado de existir após sofrer recorrentes denúncias, prática frequentemente associada a usuários contrários à existência desses grupos, o que resultou na remoção da página. Posteriormente, a conta foi hackeada, levando a Vasco LGBTQ+ a deixar de utilizar essa plataforma.

A internet constitui um espaço em que a insuficiência de mecanismos regulatórios, a percepção de anonimato e, mais recentemente, o uso de inteligência artificial para a gestão de perfis automatizados podem favorecer a prática de atos criminosos, frequentemente associados à sensação de impunidade. Essa realidade também se manifesta na experiência dos coletivos entrevistados, cujos relatos revelam, em diferentes momentos, a recorrência de episódios de violência. Conforme afirma Gabriela Silva, do coletivo Marias de Minas (Apêndice C), “são ataques constantes que a gente sofre, a própria conta do Twitter a gente perdeu porque um grupo de pessoas se organizou para denunciar e a gente teve que criar outro”.

Para os coletivos de torcida LGBTQIA+ em específico, projetar-se nesses espaços também significa estar exposto a sujeitos que não desejam a existência desses grupos. Diante disso,

É muita coragem também, toda torcida quando ela surge a primeira coisa que ela enfrenta é um processo de violência muito grande, de mensagens... acham seu telefone, eles xingam, dizem que vão lhe bater, que vão fazer, que vão acontecer” (Oná Rudá, 2025, Apêndice E)

Por conseguinte, observa-se que o ambiente virtual, embora proporcione espaços de acolhimento, sociabilidade e elaboração de estratégias comunicacionais voltadas ao enfrentamento da LGBTQIA+fobia no futebol, também funciona como uma extensão das práticas de cerceamento historicamente presentes nesse esporte. A atuação de grupos que tensionam os padrões normativos de gênero e sexualidade, especialmente no contexto futebolístico, frequentemente desperta reações de resistência e hostilidade.

As reações contrárias à presença de pessoas LGBTQIA+ no futebol podem ser observadas em diferentes manifestações nas redes sociais. Um exemplo está na repercussão de uma reportagem publicada pela edição brasileira da revista ELLE, em 2026, sobre jogadores masculinos cisgêneros e gays e suas relações com o futebol, divulgada em seu perfil oficial no Instagram. Conforme indicado na Figura 17, os comentários associados à publicação apresentam manifestações de teor violento e discriminatório dirigidas à presença de pessoas LGBTQIA+ nesse esporte.

Figura 17 – Reportagem da revista *Elle Brasil* sobre jogadores gays no futebol



Fonte: Elle Brasil, 2026 (reprodução)<sup>67</sup>

Dizer que “agora querem *boiolar* o futebol” significa atribuir à presença de pessoas LGBTQIA+ no esporte uma ameaça às normas de gênero e sexualidade que tradicionalmente orientam a compreensão do futebol como espaço masculinizado e heteronormativo. Tal interação só é possível porque o ambiente virtual também se torna esse espaço de maximização de discursos de ódio contra

<sup>67</sup> Disponível em: [https://www.instagram.com/p/DaoOUG4kQc\\_/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DaoOUG4kQc_/?img_index=1)

minorias sociais e grupos historicamente segregados, reforçando mecanismos simbólicos de exclusão e deslegitimação.

Nesse sentido, ainda que mais ampla e difundida, a comunicação dos coletivos permanece condicionada a canais de transmissão que, em grande medida, tendem a privilegiar a manutenção daquilo que já se encontra consolidado e funcional para a maioria das pessoas que acompanham o futebol. Se, por um lado, com a intensificação da lógica da mídia no futebol, o acesso e as possibilidades se expandiram, favorecendo a criação e a organização de novos coletivos LGBTQIA+ nesse universo, por outro, os limites de suas ações permanecem vinculados não apenas ao que produzem e à forma como atuam, mas também aos interesses aos quais essas dinâmicas servem.

Utilizar as plataformas virtuais como espaço de construção de ações de enfrentamento ao preconceito de gênero e sexualidade no futebol e possibilitar formas de pertencimento para pessoas torcedoras LGBTQIA+ figuram entre os principais objetivos alcançados por esses coletivos. Embora o ambiente virtual esteja longe de representar um espaço de aceitação plena para todas as pessoas e muitas dessas ações se restrinjam a momentos de baixa visibilidade, é nesse contexto que os coletivos encontram sua principal forma de articulação.

## 7 “APITA O ÁRBITRO. FIM DE JOGO?”: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo principal analisar como as políticas comunicacionais desenvolvidas nas redes sociais pelos coletivos Porcolris, LGBTricolor, Vasco LGBTQ+ e Marias de Minas, a partir de 2019, contribuem para o enfrentamento da LGBTQIA+fobia no futebol brasileiro. Entende-se que as falas das pessoas interlocutoras entrevistadas, bem como a análise dos conteúdos apresentados constituem material privilegiado para apreender, a partir dos próprios coletivos, os modos pelos quais se configuram e se operacionalizam suas ações no ambiente virtual.

Os objetivos específicos relacionados a (i) examinar o processo de midiática do futebol brasileiro a partir da abordagem teórica institucional; (ii) analisar a formação da nova fase dos coletivos de torcidas LGBTQIA+ nas redes sociais a partir de 2019; (iii) discutir a relação entre futebol, gênero e sexualidade à luz da literatura *Queer* e (v) descrever e analisar as políticas comunicacionais nas redes sociais dos coletivos selecionado, por meio de entrevistas em profundidade com integrantes desses grupos foram desenvolvidos nos capítulos teóricos 3, 4, 5 e 6. Nesses capítulos, buscou-se compreender, de maneira aprofundada, as transformações estruturais, sociais e culturais relacionadas a esse fenômeno, considerando que a intensificação da midiática do futebol reposicionou o papel da mídia nas relações estabelecidas com outras instituições e influenciou diferentes formas de organização, representação e disputa simbólica nesse campo.

O preconceito relacionado a gênero e sexualidade no futebol está historicamente associado à própria constituição desse ambiente como um espaço no qual a cisheteronormatividade e a valorização da virilidade atuam como referências para definir quais sujeitos e práticas são reconhecidos como legítimos. As estruturas que organizam esse esporte, seja por meio de suas lógicas internas, seja pela reprodução desses padrões nas mídias, historicamente contribuem para a manutenção de formas restritas de representação, dificultando a inserção e o reconhecimento de outras experiências torcedoras.

Desde movimentos como o da Coligay, na década de 1970, diferentes sujeitos passaram a tensionar o papel das torcidas também como espaços de reprodução dos padrões de gênero e sexualidade que estruturam o futebol. A postura inventiva e ‘afrontosa’ daqueles que construíram novas formas de presença e manifestação nas

arquibancadas contribuiu para que os novos coletivos pudessem elaborar outros modos de organização e reivindicação no universo torcedor.

Atualmente, é no ambiente virtual que esses grupos encontram possibilidades de articulação e acolhimento de pessoas torcedoras que, por diferentes razões, não se sentem confortáveis em determinados espaços tradicionalmente associados ao futebol. Para responder ao problema inicial, que buscou compreender como as ações desses coletivos no ambiente virtual colaboram para o enfrentamento da LGBTQIA+fobia, foi necessário analisar o futebol como uma prática cultural atravessada pela mídia, mas também constantemente negociada e ressignificada por diferentes atores sociais. Compreender esse processo significou investigar de que modo os coletivos se posicionam, se organizam e desenvolvem estratégias comunicacionais orientadas aos seus objetivos.

A partir da análise das entrevistas realizadas, observou-se que o ambiente virtual constitui o principal espaço de visibilidade de suas ações. As redes sociais assumem papel central nesse processo ao possibilitarem a formação de redes de contato, a circulação de discursos e a organização de estratégias voltadas ao enfrentamento da LGBTQIA+fobia no futebol. Nesse sentido, a presença no ambiente virtual não apenas amplia as possibilidades de atuação desses grupos, mas também cria condições para o desenvolvimento de outras formas de participação e mobilização relacionadas à experiência de torcer.

Se hoje é possível observar, ainda que de maneira discreta em muitas ocasiões, a presença de pessoas LGBTQIA+ em estádios e espaços historicamente ocupados por torcedores cisheteronormativos, esse movimento também resulta das estratégias de comunicação desenvolvidas pelos coletivos investigados. Não se trata apenas da reivindicação pelo direito de reproduzir gestos, trejeitos ou formas de manifestação já encontradas no futebol, mas da construção de um processo de ressignificação que afirma o torcer como uma prática plural, atravessada por diferentes experiências e identidades.

Há um período não muito distante em que era pouco imaginável que pessoas assumidamente LGBTQIA+ ocupassem posições de destaque no universo futebolístico. Atualmente, exemplos como o de Emerson Ferretti, assumidamente gay e presidente do Bahia, demonstram mudanças, ainda que graduais, nas formas de reconhecimento e representação dentro do esporte.



Evidentemente, isso não significa que o futebol tenha deixado de ser um espaço marcado pela valorização da virilidade e pela abertura a manifestações que tensionam padrões cisheteronormativos. Entretanto, essas mudanças também se relacionam à atuação de diferentes sujeitos e grupos, entre eles os coletivos de torcidas LGBTQIA+, que passaram a disputar visibilidade e legitimidade na construção de narrativas mais plurais sobre o futebol brasileiro.

A construção de iniciativas como o Anuário sobre LGBTQIA+fobia no futebol, assim como a aproximação estabelecida com alguns clubes e com a própria CBF, está relacionada diretamente à atuação coordenada dos coletivos de torcidas LGBTQIA+, que passaram a ocupar o papel de protagonistas na denúncia e monitoramento de práticas discriminatórias recorrentes, especialmente nas arquibancadas. Enfrentar os efeitos dessas práticas, contudo, constitui um processo contínuo e complexo, que depende da permanência dessas redes de mobilização e do uso estratégico das redes sociais como ferramentas de circulação de informações e reivindicação por mudanças no universo futebolístico como um todo.

A responsabilização coletiva por atos discriminatórios ainda enfrenta obstáculos que ultrapassam a capacidade de atuação dos próprios coletivos. Além disso, mesmo quando tais práticas são identificadas, suas consequências nem sempre resultam em posicionamentos mais incisivos por parte dos clubes. São poucas as instituições esportivas que utilizam suas redes sociais de forma contínua para manifestar apoio às pautas da comunidade LGBTQIA+ e reafirmar o compromisso com o enfrentamento da discriminação.

Diante desse cenário, a ausência de apoio institucional dos clubes aos coletivos constitui um fator limitante para que as políticas comunicacionais desenvolvidas no ambiente virtual se convertam em ações concretas. Considerando que apenas a LGBTricolor mantém essa proximidade institucional, observa-se que a articulação conjunta, não apenas com o clube, mas também com outros grupos e movimentos da sociedade, é fundamental para a construção de avanços no enfrentamento da LGBTQIA+fobia e na transformação das estruturas que sustentam práticas discriminatórias.

Conforme apontado em diferentes momentos das entrevistas, a postura adotada pelos coletivos, marcada pela valorização de conteúdos educativos e pela divulgação de elementos relacionados ao futebol a partir de suas próprias narrativas, parte do reconhecimento de que a experiência de torcer assume múltiplas formas e

independe de gênero e sexualidade. Ainda que exista a compreensão de que o enfrentamento ao preconceito relacionado a gênero e sexualidade no futebol avance de maneira gradual e permaneça, em grande medida, restrito ao âmbito jurídico-desportivo no contexto brasileiro, a atuação no ambiente virtual demonstra que as redes de (re)existência construídas por essas pessoas recusam a condição de serem reconhecidas como menos torcedoras do que outras.

Do mesmo modo, é possível inferir que a relevância desta pesquisa reside em elucidar formas de existência e resistência no contexto futebolístico, especialmente em um cenário marcado pelo preconceito e pela violência contra pessoas que não se conformam com os padrões cisheteronormativos. Os achados também tensionam leituras que tendem a esvaziar o futebol de significados socioculturais ou a reduzi-lo a uma lógica estritamente econômica, associada ao volume de recursos financeiros que circulam no esporte. Ao contrário, o futebol se apresenta como um campo profícuo para investigações que articulam cultura, sociedade e disputas simbólicas.

Faz-se necessário ponderar, também, que, embora algumas das ações desenvolvidas pelos coletivos se desdobram em outros espaços de atuação, a maior parte das suas estratégias permanece vinculada ao ambiente virtual, o que se configura como uma limitação em termos de alcance e impacto. Embora os coletivos tenham ampliado sua visibilidade nos últimos cinco anos, essa expansão não implica, necessariamente, que suas ações repercutem em veículos de comunicação tradicionais e, conseqüentemente, alcancem parcelas mais amplas das torcidas.

Existe ainda uma discrepância significativa em relação à circulação dessas narrativas. Como exemplo, a página oficial do Cruzeiro no Instagram, que reúne mais de 3,5 milhões de seguidores, possui uma visibilidade muito superior à alcançada pelo Marias de Minas, cuja atuação permanece mais restrita, uma vez que a distribuição de seus conteúdos está condicionada à lógica algorítmica dessas plataformas. Conforme indicado anteriormente, os interesses que orientam o funcionamento de plataformas como Instagram e X estão diretamente vinculados a uma racionalidade que prioriza a geração de receita. Nesse contexto, os conteúdos produzidos pelo coletivo, em sua maioria, operam na contramão dessa dinâmica, o que pode restringir sua circulação e a capacidade de alcançar públicos mais amplos.

Reconhece-se que esta pesquisa também apresenta limitações. A análise de apenas quatro dos vinte e dois coletivos de torcidas LGBTQIA+ existentes pode restringir a compreensão sobre a diversidade de estratégias comunicacionais

desenvolvidas por esses grupos. Contudo, a seleção dos coletivos a partir do nível de engajamento nas redes sociais não implica estabelecer uma hierarquia de importância ou afirmar que determinadas formas de atuação são mais efetivas na condução de um coletivo. Esse critério buscou apenas selecionar grupos cujas ações apresentavam maior visibilidade no ambiente virtual, permitindo analisar como essas iniciativas, em alguma medida, participam das disputas por reconhecimento e transformação no futebol.

Por fim, ainda se faz necessário compreender de forma mais aprofundada os efeitos dessas ações e estabelecer comparações com outras realidades. Uma análise sobre os possíveis impactos dessas iniciativas, bem como um levantamento acerca das mudanças efetivamente concretizadas no ambiente futebolístico a partir das estratégias adotadas pelos coletivos e por outras entidades, pode constituir um caminho relevante para o desenvolvimento de novas pesquisas que relacionem futebol e direito de torcer.

Apesar disso, a presente dissertação buscou evidenciar que a atuação dos coletivos de torcidas LGBTQIA+ no Brasil surge e se desenvolve principalmente no ambiente virtual, a partir do enfrentamento de estruturas normativas que permanecem, em grande medida, pouco questionadas no futebol. As mudanças nas formas de atuação e o papel das redes sociais não devem ser negligenciados na análise dos futuros desdobramentos de iniciativas voltadas ao enfrentamento do preconceito e das formas de opressão relacionadas não apenas a gênero e sexualidade, mas também às diferentes intersecções que atravessam as experiências dos sujeitos no contexto esportivo.

## REFERÊNCIAS

ABEL, João. **Bicha**: homofobia estrutural no futebol. 2ª ed. Natal: Editora Primeiro Lugar, 2020.

ANDERSON, Eric. *In the game: gay athletes and the cult of masculinity*. New York: State University of New York Press, 2005.

ANJOS, Luiza Aguiar dos. **Quando o silêncio é rompido**: homossexualidade e esportes na internet. Porto Alegre: Orquestra, 2014.

ANJOS, Luiza Aguiar dos. **De “São bichas, mas são nossas” à “Diversidade da alegria”**: uma história da torcida Coligay. 2018. 388f. Tese (Doutorado em Ciências do Movimento Humano) – Faculdade de Educação Física, Fisioterapia e Dança, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/184514>. Acesso em: 07 jul. 2025.

ANJOS, Luiza Aguiar dos; PINTO, Maurício Rodrigues. Práticas torcedoras transgressoras no templo da virilidade: a experiência da Coligay. **FuLiA / UFMG**, Belo Horizonte, v. 8, n. 1, p. 204–226, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/fulia/article/view/40486>. Acesso em: 03 set. 2025.

ANUÁRIO do Observatório da LGBTfobia no Futebol do Coletivo de Torcidas Canarinhos LGBTQ+ (Dados 2024). **Observatório da LGBTfobia no Futebol do Coletivo de Torcidas Canarinhos LGBTQ+**, 2026. Disponível em: <https://canarinhoslgbtq.com.br/wp-content/uploads/2026/03/Anuario-Digital-FINAL.pdf>. Acesso em 24 jun. 2026.

AZEVEDO, Núbia Maria Silva. A arquibancada é de todos nós: indústria cultural e a luta dos Gaviões contra o futebol moderno. **Passagens – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC**, Fortaleza, v. 10, n. 2, p. 74–90, 2019. Disponível em: <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/50263>. Acesso em: 03 ago. 2025.

BANDEIRA, Gustavo Andrada. Um currículo de masculinidades nos estádios de futebol. **Revista Brasileira de Educação**, [S. l.], v. 15, n. 44, p. 342–351, maio 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/sGpjrnPjMRTqBnT4NjVJtdF/?format=html&lang=pt>. Acesso em 20 set. 2025.

BANDEIRA, Gustavo Andrada. **Uma história do torcer no presente**: elitização, racismo e heterossexismo no currículo de masculinidade dos torcedores de futebol. Curitiba: Appris, 2019.

BAPTISTA, Jean. *Queer Indigenous Studies*: ou como “deixei” de ser indígena para ser gay. **Revista Anômalas**, Catalão, v. 1, n. 2, p. 12–26, jul./dez. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufcat.edu.br/ra/article/view/74499>. Acesso em 25 set. 2025.

BARRETO, Elis. STJD condena Flamengo a multa de R\$ 50 mil por cantos homofóbicos de torcida. **CNN Brasil**, 08 nov. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/futebol/flamengo/stjd-condena-flamengo-a-multa-de-r-50-mil-por-cantos-homofobicos-de-torcida/>. Acesso em: 06 out. 2025.

BOCATTO, Daniel; DE LAURENTIIS, Francisco. Palmeiras faz acordo com STJD, e Vitor Roque se livra de gancho após postagem com teor homofóbico. **ESPN**, 15 nov. 2025. Disponível em: [https://www.espn.com.br/futebol/palmeiras/artigo/\\_/id/15961836/palmeiras-faz-acordo-com-stjd-e-vitor-roque-se-livra-de-gancho-apos-postagem-com-teor-homofobico](https://www.espn.com.br/futebol/palmeiras/artigo/_/id/15961836/palmeiras-faz-acordo-com-stjd-e-vitor-roque-se-livra-de-gancho-apos-postagem-com-teor-homofobico). Acesso em: 24 nov. 2025.

BORGES, Fernando Vannier. Ao vivo direto da Rússia: a Copa do Mundo formatada para televisão. **FuLiA / UFMG**, Belo Horizonte, v. 3, n. 2, p. 88–108, 2019. DOI: 10.17851/2526-4494.3.2.88-108. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/fulia/article/view/13872>. Acesso em: 18 ago. 2025.

BORTOLOTTI SILVEIRA, Eduardo. Uma torcida organizada gay no interior gaúcho: memória e história da Maré Vermelha (1979-1992). **Illuminarias**, Porto Alegre, v. 26, n. 72, p. 53–75, 2025. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/iluminarias/article/view/147867>. Acesso em: 8 set. 2026.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Trad. Maria Helena Kuhner. 9ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

BOYLE, Raymond; HAYNES, Richard. **Football in the new media age**. Routledge: New York, 2004.

BRASIL. Código Brasileiro de Justiça Desportiva. **IBDD – Instituto Brasileiro de Direito Desportivo**, São Paulo: IOB, 2010.

BRAUN, Julia. 13 de junho de 2013: a noite que durou 10 anos. **BBC Brasil**. 12 jun. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c0j5125089do>. Acesso em: 14 jul. 2026.

BULLÉ, Jamille. Premier League se destaca com campanhas de combate à LGBTfobia no futebol. **GE**, Rio de Janeiro, 07 dez. 2018. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-ingles/noticia/premier-league-se-destaca-com-campanhas-de-combate-a-lgbtfobia-no-futebol.ghtml>. Acesso em 22 set. 2025.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 21 ed. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2021.

BUTLER, Judith. **Desfazendo gênero**. Trad. Aléxia Bastos, Ana Luiza Gussen, Beatriz Zampieri, Gabriel Lisboa Ponciano, Luís Felipe Teixeira, Nathan Teixeira, Petra Bastoni e Vitor Galdino. São Paulo: Editora Unesp, 2022a.

BUTLER, Judith. *Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”*. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 4ª ed. 4ª reimp. Belo Horizonte: Autêntica, 2022b. pp. 191-220.

BUTLER, Judith. **Quem tem medo do gênero?**. Trad. Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2024.

CAMPOS, Flavio de. Arquitetura da exclusão: apontamentos para a inquietação com o conforto. In: CAMPOS, Flavio de; ALFONSI, Daniela (Orgs.). **Futebol: objeto das Ciências Humanas**. São Paulo: LeYa, 2014, pp. 349–363.

CARAUTA, Alexandre Augusto Freire. **O cibertorcedor entra em campo**: Um estudo sobre os efeitos das práticas digitais na construção de um espectador-torcedor emergente: como a troca do radinho pelo smartphone mudou a forma de acompanhar e valorizar o futebol. 2019. 541p. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://museudofutebol.org.br/crfb/acervo/790396/>. Acesso em: 30 jun. 2026.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (Orgs.). **A sociedade em rede**: do conhecimento à ação política. Belém: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2005, pp. 17–30.

CASTRO, Gustavo Henrique Carvalho de; SIQUEIRA, Marcus Vinicius Soares. “Vão achar que é uma piada, mas, para nós, não!”: discursos de resistência em clubes brasileiros de futebol gay. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, p. 1058–1070, 2020. DOI: 10.1590/1679-395120200097. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/cadernosebape/article/view/82707>. Acesso em: 19 set. 2025.

CASTRO, Letícia de. Primeira transmissão televisionada no Brasil da Copa do Mundo de Futebol Feminino: novas perspectivas das relações entre a mídia jornalística brasileira e o futebol praticado por mulheres. **Seminário Internacional Fazendo Gênero 12 (Anais eletrônicos)**, Florianópolis, 2021. Disponível em: [https://www.fg2021.eventos.dype.com.br/resources/anais/8/fg2020/1613697312\\_ARQUIVO\\_d5d1d1f98d1b4211eb9c2a667ff11bdd.pdf](https://www.fg2021.eventos.dype.com.br/resources/anais/8/fg2020/1613697312_ARQUIVO_d5d1d1f98d1b4211eb9c2a667ff11bdd.pdf). Acesso em: 20 set. 2025.

CLELAND, Jamie. Association football and the representation of homosexuality by the print media: a case study of Anton Hysén. **Journal of Homosexuality**, [S. l.], v. 61, n. 9, p. 1269–1287, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1080/00918369.2014.926765>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00918369.2014.926765>. Acesso em: 02 set. 2025.

CLELAND, Jamie. Sexuality, masculinity and homophobia in association football: an empirical overview of a changing cultural context. **International Review for the Sociology of Sport**, [S. l.] v. 53, n. 4, p. 411-423, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/1012690216663189>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1012690216663189>. Acesso em: 27 set. 2025.

CLELAND, Jamie; MAGRATH, Rory; KIAN, Edward. The internet as a site of decreasing cultural homophobia in association football: an online response by fans to the coming out of Thomas Hitzlsperger. **Men and Masculinities**, [S. l.], v. 21, n. 1, p. 91-111, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1177/1097184X16663261>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1097184X16663261>. Acesso em: 04 set. 2025.

CONNELL, Raewyn ; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Revista Estudos Feministas**, [S. l.], v. 21, n. 1, p. 241-282, 2013. DOI: 10.1590/S0104-026X2013000100014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2013000100014>. Acesso em: 5 set. 2025.

DAMATTA, Roberto. **A bola corre mais do que os homens**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

DAMO, Arlei Sander. **Para o que der e vier**: o pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e seus torcedores. 1998. 247 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/257939>. Acesso em: 05 jul. 2025.

DAMO, Arlei Sander. **Futebol e identidade social**: uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes. Porto Alegre: Editora Universidade/UFRGS, 2002.

DAMO, Arlei Sander. Lo económico y lo simbólico en el fútbol mercantilizado una interpretación antropológica. In: FIENGO, Sergio Villena (Org.). **fUtopías: ensayos sobre fútbol y nación en América Latina**. San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), 2012, pp. 71-106.

DAMO, Arlei Sander. O espetáculo das identidades e alteridades. In: CAMPOS, Flavio de; ALFONSI, Daniela (Orgs.). **Futebol**: Objeto das Ciências Humanas. São Paulo: LeYa, 2014, pp. 23-55.

DAMO, Arlei Sander. Futebóis – da horizontalidade epistemológica à diversidade política. **FuLiA / UFMG**, Belo Horizonte, v. 3, n. 3, p. 37-66, set./dez. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/fulia/article/view/14644>. Acesso em: 04 jul. 2025.

DRULA, Andréia Juliane. **O processo de transformação de um estádio para arena**: o caso da Arena da Baixada. 2015. 130 f. Dissertação (Mestrado em

Educação Física) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/38379>. Acesso em: 05 jul. 2025.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. 4ª reimp. São Paulo: Atlas, 2010.

FEDERICCE, Gisele. Justiça condena homofobia no futebol. **Brasil 247**, [S. l.], 12 abr. 2012. Disponível em: <https://www.brasil247.com/geral/justica-condena-homofobia-no-futebol-wypnsnt5>. Acesso em: 03 out. 2025.

FIFA. Global Engagement & Audience Report (Executive summary). **FIFA**, 2022. Disponível em: <https://inside.fifa.com/tournament-organisation/audience-reports/qatar-2022>. Acesso em: 30 jul. 2025.

FIFA. Stadium guidelines overview. **FIFA**, 2025. Disponível em: <https://inside.fifa.com/innovation/stadium-guidelines/technical-guidelines/stadiums-guidelines/stadiums-guidelines-overview>. Acesso em: 9 set. 2025.

FRANCO JÚNIOR, Hilário. **A dança dos deuses**: futebol, cultura, sociedade. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

FRANDSEN, Kirsten. Mediatization of sports. *In*: LUNDBY, Knut (ed.). **Mediatization of Communication**. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 2014, pp. 525-543.

FRY, Peter; MACRAE, Edward. **O que é homossexualidade?** São Paulo: Brasiliense, 1983.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 13 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade vol. 1**: a vontade de saber. 13 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1999.

GAFFNEY, Christopher; MASCARENHAS, Gilmar. O estádio de futebol como espaço disciplinar. *In*: HOLLANDA, Bernardo Buarque de; BURLAMAQUI, Luiz Guilherme (Orgs.). **Desvendando o jogo**: nova luz sobre o futebol. Niterói: UFF, 2014, pp. 85–106.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

GERCHMANN, Léo. **Coligay**: tricolor e de todas as cores. Porto Alegre: Libretos, 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.



GOHN, Maria da Glória. **Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo**. 7ª ed., 2ª reimp., Rio de Janeiro: Vozes. 2019.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Torcidas**: o estádio como ritual de intensidade. Trad. Nicolau Spadoni. São Paulo: Editora Unesp, 2023.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 12ª ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.

HALBERSTAM, Jack; MUÑOZ, José Esteban; ENG, David. Introduction: *What is queer about queer studies now?*. In: HALBERSTAM, Jack; MUÑOZ, José Esteban; ENG, David (ed.). **What is queer about queer studies now?**. Durham: Duke University Press, 2005, pp. 1–17.

HELLAND, Knut. Changing sports, changing media: mass appeal, the sports/media complex and TV sports rights. **Nordicom Review**, [S. l.], 2007, p. 105–119.

Disponível em:

<https://www.nordicom.gu.se/en/publications/nordicom-review/nordicom-review-jubilee-issue-2007>. Acesso em: 20 maio 2025.

HEPP, Andreas; HJARVARD, Stig; LUNDBY, Knut. Mediatization – Empirical perspectives: an introduction to a special issue. **Communications**, [S. l.], v. 35, n. 3, 2010, pp. 223–228. DOI: <https://doi.org/10.1515/comm.2010.012>. Disponível em: <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/comm.2010.012/html>. Acesso em: 10 jul. 2025.

HEPP, Andreas; HJARVARD, Stig; LUNDBY, Knut. Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. **Media, Culture & Society**, [S. l.], v. 37, n. 2, p. 314–324, 2014. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443715573835>. Acesso em: 10 jul. 2025.

HILLSBOROUGH: Timeline of the 1989 stadium disaster. **BBC**, [S. l.], 08 abr. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/uk-england-merseyside-47697569>. Acesso em: 10 jul. 2025.

HJARVARD, Stig. From bricks to bytes: the mediatization of a global toy industry. In: BONDEBJERG, Ib; GOLDING, Peter (eds.). **European Culture and the Media**. Bristol: Intellect, 2004, pp. 43–63.

HJARVARD, Stig. The mediatization of society: a theory of the media as agents of social and cultural change. **Nordicom Review**, [S. l.], 2008, pp. 105–134. Disponível em: [https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/269\\_hjarvard.pdf](https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/269_hjarvard.pdf). Acesso em: 8 abr. 2025.

HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2013.

HJARVARD, Stig. Mediatization and cultural and social change: an institutional perspective. In: LUNDBY, Knut (ed.). **Mediatization of Communication**. Handbooks of Communication Science, vol. 21. Berlin: De Gruyter Mouton, 2014a, pp. 199–226.

HJARVARD, Stig. Mídiação: conceituando a mudança social e cultural. **MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 21–44, 2014b. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/82929..> Acesso em: 5 ago. 2025.

HJARVARD, Stig. Da mediação à midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Parágrafo**, São Paulo, v.3, n.2, p.51-62, 2015. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/331>. Acesso em: 04 jul. 2025.

HJARVARD, Stig. Mediatización: reencuadrando el análisis de los efectos de los medios. **Mediaciones de la Comunicación**, [S. l.], v. 11, n. 11, p. 33–56, 2017. DOI: 10.18861/ic.2016.11.11.2615. Disponível em: <https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/view/2615>. Acesso em: 13 jul. 2025.

HJARVARD, Stig. A lógica da mídia e as condições midiatizadas de interação social. **Cadernos de Campo (São Paulo – 1991)**, São Paulo, v. 32, n. 1, p. e209521, 2023. DOI: 10.11606/issn.2316-9133.v32i1pe209521. Disponível em: <https://revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/209521>. Acesso em: 11 jun. 2025.

HOLLANDA, Bernardo de. O fim do Estádio-nação? Notas sobre a construção e a remodelagem do Maracanã para a Copa de 2014. In: CAMPOS, Flavio de; ALFONSI, Daniela (Orgs.). **Futebol: Objeto das Ciências Humanas**. São Paulo: LeYa, 2014, pp. 321–348.

HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de; MEDEIROS, Jimmy. De “país do futebol” a “país dos megaeventos”: um balanço da modernização dos estádios brasileiros sob a ótica das Torcidas Organizadas da cidade de São Paulo. **Recorde – Revista de História do Esporte**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p. 1-27, 2019. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/Recorde/article/view/26218>. Acesso em 25 ago. 2025.

JOGADOR australiano abertamente gay revela sofrer ameaças de morte diárias. **GE**, Rio de Janeiro, 18 mar. 2025. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/2025/03/18/jogador-australia-no-assumidamente-gay-revela-sofrer-ameacas-de-morte-diarias.ghtml>. Acesso em: 07 out. 2025.

LEITE, Dario da Silva. Futebol ao vivo e Twitter: o uso da segunda tela e as relações entre televisão e redes sociais digitais. **Temática**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 81–98, 2020. DOI: 10.22478/ufpb.1807-8931.2020v16n2.50557. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/50557>. Acesso em: 25 ago. 2025.

LOPES, Felipe Tavares Paes. A construção do problema social da violência no futebol brasileiro: dominação e resistência. **Athenea Digital – Revista de pensamento e investigación social**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 89–113, 2016. Disponível em: <https://atheneadigital.net/article/view/v16-n2-tavares>. Acesso em: 22 jul. 2025.

LOPES, Felipe Tavares Paes. Futebol, política e identidade: análise de discurso de manifestos de movimentos e associações de torcedores. **Animus – Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, [S. l.], v. 19, n. 41, p. 225–246, 2020. DOI: 10.5902/2175497740578. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/40578>. Acesso em: 5 jul. 2025.

LOPES, Felipe Tavares Paes; HOLLANDA, Bernardo Buarque de. Futebol moderno? Ideologia, sentidos e disputas na apropriação de uma categoria futebolística. **Revista de Estudios Brasileños**, [S. l.], v. 5, n. 10, p. 159–175, 2018a. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/reb/article/download/154329/150534/331944>. Acesso em: 12 jun. 2025.

LOPES, Felipe Tavares Paes; HOLLANDA, Bernardo Buarque de. “Ódio eterno ao futebol moderno”: poder, dominação e resistência nas arquibancadas dos estádios da cidade de São Paulo. **Tempo**, [S. l.], v. 24, n. 2, p. 206–232, 2018b. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tem/a/Z86TWNzX98QGC5xMq8JjRh/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 12 jun. 2025.

LOURO, Guacira Lopes. Teoria *queer*: uma política pós-identitária para a educação. **Revista Estudos Feministas**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 541–553, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/64NPxWpgVkt9BXvLXvTvHMr/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 27 ago. 2025.

LOURO, Guacira Lopes. Heteronormatividade e homofobia. In: JUNQUEIRA, Rogério Diniz (Org.). **Diversidade sexual na educação**: problematizações sobre a homofobia nas escolas. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, UNESCO, 2009, pp. 85–94.

LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. 4ª ed., 4ª reimp. Belo Horizonte: Autêntica, 2022. pp. 7–42.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Festa no pedaço**: cultura popular e lazer na cidade. 2ª ed. São Paulo: Hucitec / Editora Unesp, 1998.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 17, n. 49, p. 11–29, jun. 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/KKxt4zRfvVWbkbgsfQD7ytJ/?lang=pt>. Acesso em: 20 ago. 2025.

MANDELLI, Mariana Carolina. **Allianz Parque e Rua Palestra Itália**: práticas torcedoras em uma arena multiuso. 2018. 224 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em:

<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-08032019-152307/pt-br.php>. Acesso em: 10 jul. 2025.

MARCONI, Marina de Andrade.; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Mariana Zuaneti; DELARMELINA, Gabriela Borel; SILVA, Kerzia Railane Santos. Mulheres torcedoras de futebol no Brasil: refazendo gênero no interior da cultura fanática. **FuLiA / UFMG**, Belo Horizonte, v. 7, n. 2, p. 70–91, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/fulia/article/view/36793>. Acesso em: 02 set. 2025.

MASCARENHAS, Gilmar. **Entradas e bandeiras**: a conquista do futebol pelo Brasil. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014.

MASCARENHAS, Gilmar. Um Brasil que se foi: o país dos estádios gigantes. **Ludopédio**, São Paulo, v. 110, n. 28, 2018. Disponível em: <https://ludopedio.org.br/arquibancada/um-brasil-que-se-foi-o-pais-dos-estadios-gigantes/>. Acesso em: 17 jun. 2025.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Trabalho de campo, contexto de observação, interação e descoberta. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.); DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2016.

MIRANDA, Marcelo Henrique Gonçalves; SILVA, Rosane Maria Alencar da. Do essencialismo ao desconstrutivismo: um breve balanço das pesquisas brasileiras sobre homossexualidade e suas interseções com as categorias de corpo e gênero. **Revista Estudos de Sociologia**, [S. l.], v. 1, n. 22, p. 183-222, set. 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revsocio/article/view/235702/28576>. Acesso em: 29 set. 2025.

MISKOLCI, Richard. **Teoria queer**: um aprendizado pelas diferenças. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

MISKOLCI, Richard. Um saber insurgente ao sul do Equador. **Revista Periódicus**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 43–67, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaperiodicus/article/view/10148>. Acesso em: 25 set. 2025.

MORAES, Dênis de. Políticas de comunicação. In: GIOVANNI, Geraldo Di; NOGUEIRA, Marco Aurélio (Org.). **Dicionário de Políticas Públicas**. Vol. 2. São Paulo: Fundap – Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2015.

MOURO, Nathan Gori. **Entrevista concedida por Google Meet a Jeferson José Silvério dos Santos**. 24 jun. 2025. [A entrevista encontra-se transcrita no apêndice desta dissertação].

NAYA, Eduardo. O jogador de futebol Josh Cavallo torna pública sua homossexualidade. **El País**, Madri, 27 out. 2021. Disponível em:

<https://brasil.elpais.com/esportes/2021-10-27/o-jogador-de-futebol-josh-cavallo-torna-publica-sua-homossexualidade.html>. Acesso em: 07 out. 2025.

NUMERATO, Dino. “Who says “no to modern football?” Italian supporters, reflexivity, and neo-liberalism”. **Journal of Sport and Social Issues**, Boston, v. 39, n. 2, p. 120–138, 2015. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0193723514530566>. Acesso em: 10 jul. 2025.

ORLANDO, Matheus Ramalho. **Futebol, fascismo e jornalismo para a cultura de paz: do conflito à mobilização, enquadramentos sobre torcidas antifascistas**. 2024. 206 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Bauru, 2024. Disponível em: <http://repositorio.unesp.br/entities/publication/7af63637-7325-4dfb-b7d2-d2eb9c2430f8>. Acesso em: 10 jul. 2025.

PALMEIRAS é punido com multa por cantos homofóbicos, arremesso de objetos e cabeças de galinha. **GE**, São Paulo, 13 jun. 2025. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/2025/06/13/palmeiras-e-punido-com-multa-por-cantos-homofobicos-arremesso-de-objetos-e-cabecas-de-galinha.ghtml>. Acesso em: 22 jul. 2025.

PELÚCIO, Larissa. Traduções e torções ou o que se quer dizer quando dizemos *queer* no Brasil?. **Revista Periódicus**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 68–91, 2014. DOI: 10.9771/peri.v1i1.10150. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaperiodicus/article/view/10150>. Acesso em: 18 set. 2025.

PEREIRA, Annelyse Santos Lira Soares; ALFAIA; André João Belacorça; SOUZA, Luana Elayne Cunha; LIMA, Tiago Jessé Souza. Preconceito contra homossexuais no contexto do futebol. **Psicologia & Sociedade**, v. 26, n. 3, p. 737–745, set. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/J8rm7LQQyQK43JkWhHC8Vz/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 29 set. 2025.

PINHEIRO, Caio Lucas Moraes. O sequestro dos estádios de futebol: a dimensão simbólica das novas arenas e a guinada antifascista transnacional nas torcidas. **Locus – Revista De História**, Juiz de Fora, v. 27, n. 1, p. 338–364, 2021. DOI: <https://doi.org/10.34019/2594-8296.2021.v27.31064>. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/locus/article/view/31064>. Acesso em: 12 maio 2025.

PINTO, Maurício Rodrigues. Torcidas *queer* e livres em campo: sexualidade e novas práticas discursivas no futebol. **Ponto Urbe**, São Paulo, v. 14, p. 1–12, 2014. DOI: 10.4000/pontourbe.1460. Disponível em: <https://revistas.usp.br/pontourbe/article/view/220766>. Acesso em: 23 jul. 2025.

PINTO, Maurício Rodrigues. **Pelo direito de torcer**: das torcidas gays aos movimentos de torcedores contrários ao machismo e à homofobia no futebol. 2018.

Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100134/tde-12032018-205408/>. Acesso em: 02 set. 2025.

PINTO, Maurício Rodrigues. Richarlyson, um transgressor da bola. **Ludopédio**, São Paulo, v. 106, n. 20, 2018a. Disponível em: <https://ludopedio.org.br/arquibancada/richarlyson/?srsltid=AfmBOooDNLBib4MNKEiLfucN9TT4-AfNISZFnaLZzcZDv1sIVyckCPUn>. Acesso em: 01 out. 2025.

PINTO, Maurício Rodrigues. O “selinho” que expôs o preconceito. **Ludopédio**, São Paulo, v. 111, n. 7, 2018b. Disponível em: <https://ludopedio.org.br/arquibancada/o-selinho-que-expos-o-preconceito/>. Acesso em: 03 out. 2025.

PINTO, Maurício Rodrigues; BETTINE DE ALMEIDA, Marco. Novos “sujeitos-torcedorxs”: trajetórias e estratégias de visibilidade da Galo *Queer*, Bambi Tricolor e Palmeiras Livre. *Mosaico*, [S. l.], v. 9, n. 14, p. 105–124, 2018. DOI: 10.12660/rm.v9n14.2018.73996. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/mosaico/article/view/73996>. Acesso em: 3 set. 2025.

PINTO, Maurício Rodrigues. A “praga” da FlaGay e o “desbunde” guei no futebol brasileiro. **Rebeh – Revista Brasileira de Estudos da Homocultura**, Redenção, v. 1, n. 4, p. 102–123, 2019. Disponível em: <http://revistas.unilab.edu.br/index.php/rebeh/article/view/174>. Acesso em: 25 jul. 2025.

ROWE, David. The global love-match: sport and television. **Media, Culture & Society**, [S. l.], v. 18, n. 4, p. 565–582, 1996. DOI: <https://doi.org/10.1177/016344396018004004>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/016344396018004004>. Acesso em: 12 maio 2025.

RUDÁ, Yago. Casal registra boletim de ocorrência e denuncia homofobia em jogo do Corinthians. **GE**, São Paulo, 01 ago. 2025. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2025/08/01/casal-registra-boletim-de-ocorrencia-e-denuncia-homofobia-em-jogo-do-corinthians.ghtml>. Acesso em: 05 ago. 2025.

RUGGIERI, Mariana. De Adrienne Rich a Judith Butler – ou do feminismo lésbico à teoria *queer*. **Revista Letras**, [S. l.], v. 107, n. 1, 2023. DOI: 10.5380/rel.v107i1.78155. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/letras/article/view/78155>. Acesso em: 29 set. 2025.

SALIH, Sarah. **Judith Butler e a teoria *queer***. Trad. Guacira Lopes Louro. 1ª ed. 7ª reimp. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2022.

SANTOS, Irlan Simões. Mercantilização do futebol e movimentos de resistência dos torcedores: histórico, abordagens e experiências brasileiras. **Esporte e Sociedade**, Niterói, v. 11, n. 27, p. 1–18, 2016. Disponível em:

<https://www.leme.uerj.br/wp-content/uploads/2017/03/irlan.pdf>. Acesso em: 10 maio 2025.

SANTOS, Irlan Simões. **Novas culturas torcedoras: das arenas do futebol-negócio à resistência nas arquibancadas e redes**. 2017. 246 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <https://www.bdttd.uerj.br:8443/handle/1/8998>. Acesso em: 05 jul. 2025.

SANTOS, Irlan Simões da Cruz; HELAL, Ronaldo George. Do espectador ao militante: a torcida de futebol e a luta pelo direito ao estádio e ao clube. **Triade - Comunicação, Cultura e Mídia**, Sorocaba, SP, v. 4, n. 7, 2016. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/2469>. Acesso em: 11 jan. 2025.

SATUF, Ivan. As telas ubíquas e a midiatização do torcedor de futebol. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 11, n. 2, p. 328–340, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2014v11n2p328>. Acesso em: 3 jul. 2025.

SERPA, Verônica. Meta permite conteúdos racistas em novo manual interno de moderação; big tech fala em ‘livre expressão’. **Alma Preta**, 23 jan. 2025. Disponível em: <https://almapreta.com.br/sessao/cotidiano/meta-permite-conteudos-racistas-em-novo-manual-interno-de-moderacao/>. Acesso em: 30 jun. 2026.

SILVA, Elder Luan Santos. Neoconservadorismo e Ofensivas antigênero no Brasil: A mobilização da “Ideologia de Gênero” e a produção de LGBTfobias no Governo Bolsonaro. **Revista Brasileira de Estudos da Homocultura**, [S. l.], v. 4, n. 14, p. 331–363, 2022. DOI: 10.31560/2595-3206.2021.14.12172. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/rebeh/article/view/12172>. Acesso em: 7 jul. 2026.

SILVA, Giovana Capucim e. **Narrativas sobre o futebol feminino na imprensa paulista: entre a proibição e a regulamentação (1965-1983)**. 2015. Dissertação (Mestrado em História Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-10092015-161946/pt-br.php>. Acesso em: 20 jul. 2025.

SILVA, Sílvia Ricardo da. **Tua imensa torcida é bem feliz**. 2001. 142f. Tese (Doutorado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/205510>. Acesso em: 20 jul. 2025.

SKEY; Michael, STONE, Chris; JENZEN, Olu; MANGAN, Anita. “Mediatization and sport: a button-up perspective”. **Communication & Sport**, [S. l.], v. 6, n. 5, p. 588–604, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1177/2167479517734850>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2167479517734850>. Acesso em: 14 maio 2025.

SOPHIA, Deborah. Meta encerra checagem de fatos nos EUA e adota modelo similar ao X em suas redes. **CNN Brasil**, [S. l.], 07 jan. 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/meta-encerra-chechagem-de-fatos-nos-eua-e-adota-modelo-similar-ao-x-em-suas-redes/>. Acesso em: 17 jun. 2025.

SOUSA, Angélica Silva de; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; ALVES, Laís Hilário. A Pesquisa Bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, v. 20, n. 43, p. 64–83. 2021. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336>. Acesso em: 5 nov. 2025.

SOUZA, Denaldo Alchorne de. “Futebol arte” em dois tempos: 1970 & 1982. **Ludopédio**, São Paulo, v. 111, n. 20, 2018. Disponível em: <https://ludopedio.org.br/arquibancada/futebol-arte-em-dois-tempos-1970-1982/>. Acesso em: 05 maio 2025.

SOUZA, Gustavo César Arêas de; SANTANA, Jorge Amilcar de Castro. Torcidas e novas invenções de torcer e práticas de combate às opressões nas arquibancadas. **Ars Historica**, Rio de Janeiro, v. 26, p. 52-73, 2023. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/ars/article/view/63529>. Acesso em: 28 set. 2025.

SOUZA, Rafael de. “**Saindo do Gueto**”: o movimento homossexual no Brasil da abertura, 1978–1982. 2013. 137f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

SOUZA JÚNIOR, José Aelson da. **Pedagogia do armário**: identidade, pertencimento e apropriação do futebol por torcedores homossexuais. 2018. 160f. Tese (Doutorado em Estudos do Lazer) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, 2018.

SPARGO, Tamsin. **Foucault e a teoria queer**. seguido de Ágape e êxtase: orientações pós seculares. Trad. Heci Regina Candiani. 1ª ed. 1ª reimp. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2022.

TEIXEIRA, Frederico. Combate à homofobia é tabu no futebol brasileiro e camisa 24 não foi usada por jogadores da série A. **O Tempo**, [S. l.], 17 maio 2024. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/sports/futebol-nacional/2024/5/17/combate-a-homofobia-e-tabu-no-futebol-brasileiro-e-camisa-24-nao>. Acesso em 26 set. 2025.

TOLEDO, Luiz Henrique de. Por que xingam os torcedores de futebol?. **Cadernos de Campo (São Paulo – 1991)**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 20–29, 1993. DOI: 10.11606/issn.2316-9133.v3i3p20-29. Disponível em: <https://revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/50573>. Acesso em: 28 ago. 2025.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **Lógicas no futebol**: dimensões simbólicas de um esporte nacional. 2000. 322 f. Tese (Doutorado em Antropologia) – Faculdade de



Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/001078825>. Acesso em: 20 jul. 2025.

TORRES, Daniel de Jesus; MEDEIROS, Ana Gabriela Alvez. LGBTfobia e futebol: uma revisão narrativa de produções científicas brasileiras. **Praxia – Revista on-line de Educação Física da UEG**, Anápolis, v. 6, p. e2024015, 2024. Disponível em: <https://www.revista.ueg.br/index.php/praxia/article/view/14726>. Acesso em: 25 set. 2025.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no paraíso**: a homossexualidade no Brasil, das colônias à atualidade. 4ª ed., rev. atual. e ampl. São Paulo: Objetiva, 2018.

VALERIANO, Maria Luiza. Publicação de Vitor Roque com imagem homofóbica gera crítica de torcida LGBTQIA+ do Palmeiras. **Terra**, [S. l.], 06 out. 2025. Disponível em: <https://www.terra.com.br/nos/publicacao-de-vitor-roque-com-imagem-homofobica-gera-critica-de-torcida-lgbtqia-do-palmeiras,7bd506390eefc51ba837c42a6fec96f71yt1krb2.html>. Acesso em: 07 out. 2025.

VENDITE, Caroline Colucio; VENDITE, Laércio Luis; PALOMBO, Alan Pascoal. A mídia e os recursos aplicados às transmissões de futebol. In: MARQUES, José Carlos (Org.). **Comunicação e esporte**: diálogos possíveis. São Paulo: Artcolor, 2007, p. 164–171.

VILELLA, Maria Luiza. Mulheres palmeirenses: práticas torcedoras e formas de resistência entre os diferentes espaços do torcer. **Revista Averso**: Pensamento, Memória e Sociedade, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 1–26, 2023. DOI: 10.23925/2675-8253.2022v3n2A5. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/avesso/article/view/59801>. Acesso em: 30 jun. 2026.

VIMIEIRO, Ana Carolina. Fã-ativismo no Twitter comunidades online de fãs de esporte e a campanha #ForaRicardoTeixeira. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 28, p. 55, 2013. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36929>. Acesso em: 01 ago. 2026.

WESTIN, Ricardo. Futebol feminino já foi proibido no Brasil, e CPI pediu legalização. **Senado Federal**, 04 de ago. 2023. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/arquivo-s/futebol-feminino-ja-foi-proibido-no-brasil-e-cpi-pediu-legalizacao>. Acesso em 25 set. 2025

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – Roteiro das entrevistas:

|                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Há quanto tempo existe o coletivo?                                                                                                                         |
| Qual é a importância de um grupo de torcedores se juntar em um coletivo LGBTQIA+?                                                                          |
| Entendendo que o coletivo atua predominante na internet, qual (ou quais) as principais redes sociais utilizadas?                                           |
| Para você, qual a importância das mídias digitais para a comunicação com a torcida?                                                                        |
| Existe uma estratégia/políticas de comunicação utilizadas nessas redes? Quais são? (Ex: Agenda de postagem)                                                |
| Você considera que a midiaticização do futebol (presença constante da mídia no futebol) afeta a ação do coletivo no combate à LGBTQIA+fobia? Se sim, como? |
| De forma ampla, como as redes sociais ajudam na luta contra a LGBTQIA+fobia no futebol?                                                                    |

### APÊNDICE B – Transcrição da entrevista realizada com Nathan, membro do coletivo PorcoÍris, dia 24 de junho de 2025:

**Jeferson:**

**Pra começar, fala para mim o seu nome e o que você faz hoje no coletivo e há quanto tempo existe o coletivo.**

**Nathan:**

Perfeito. Sou o Nathan, eu estou no coletivo desde 2021, embora ele tenha começado, ele surgiu, foi fundado em 11 de julho de 2019, então já vai fazer seis anos, e hoje eu estou como um pouco de diretor geral, na realidade desde quando eu entrei a gente tinha uma estrutura muito reduzida, então basicamente a gente era

em uns cinco adms e o grupão lá, o famoso grupão do whatsapp, tinha tipo 20 pessoas né, então eu já entrei meio que neste diretor geral, fazendo um pouco de tudo, que aí a gente coloca como diretor geral, mas a gente tenta não buscar uma hierarquia muito certinha, todo mundo faz um pouco.

Hoje cresceu muito, então para você ter ideia nós somos em 13 adms, inclusive a gente fez uma reestruturação grande do ano passado pra esse né, então deu pra perceber que no final do ano a gente ficou bem off, e aí tinha um monte de adm saindo, já tinha em torno de 10 enfim, só que aí a gente abriu o forms, o formulário, fez tipo um processo seletivo mesmo, porque a gente falou “não dá pra escolher às vezes a dedo, porque a gente escolhia muita gente por proximidade, não dava certo” e a gente falou “tem que entrar alguém que realmente queira né estar somando enfim”, desde então está fluindo muito bem, acho que está bem nítido né, desse ano pra cá a mudança de conteúdo enfim, principalmente no instagram, que é uma mídia que a gente resolveu focar, mas a gente pode falar mais pra frente né, e hoje eu faço um pouco de tudo, mas eu me sinto mais seguro nessa relação institucional, então, por exemplo, têm uma entrevista, igual estamos fazendo aqui, ou um bate-papo, parceria, sei lá, com algumas páginas, às vezes a gente recebe até algumas coisas, tipo ingressos e não sei o que, então eu faço essa ponte geralmente, e quando dá eu estou ajudando nas redes sociais enfim, eu geralmente organizo as reuniões ali do coletivo, que a gente faz reunião mensal, pra dar um norte né das coisas, mas essa parte de planejamento mesmo né, hoje eu não estou tanto na produção de conteúdo, por exemplo, que é uma coisa que eu não me sinto muito à vontade, eu tenho dificuldade de criar tipo arte mesmo, enfim, edição, então é isso. Tem pessoas mais focadas no twitter, no instagram, em vídeo, em conteúdo, e a gente vai se distribuindo assim.

**Jeferson:**

**Depois de conhecer o coletivo através do X (antigo Twitter), eu vi uma postagem onde vocês convidavam as pessoas LGBTQIA+ e torcedoras do Palmeiras a responderem a um formulário. Só depois soube que responder esse formulário dava acesso ao grupo de Whatsapp.**

**Nathan:**

Inclusive é uma estratégia de comunicação se parar para pensar, porque a gente não fala que é do grupo e tudo, porque já ocorreu antes, têm muito tempo isso né, de entrar, como fala, não intruso, tipo intruso é, gente querendo causar, que não era LGBT enfim, e aí hoje a gente faz mais esse filtro, tipo a gente meio que convoca para o Palmeiras LGBT, e aí a gente pede os dados, a gente dá uma olhada também no perfil tipo “será?” né, então é uma forma da gente atrair o pessoal para o grupão que enfim, muitas coisas boas acontecem lá também.

**Jeferson:**

**Para você, qual a importância de um grupo de torcedores e torcedoras se juntarem na forma de coletivo?**

**Nathan:**

Bom, vamos lá. Eu acho que, por eu começo? Tem várias frentes né.

O PorcoÍris ele foi fundado, o fundador do coletivo hoje ele não faz mais parte, nem como adm e tudo, por questão tipo mesmo de, não só de conflito, mas tipo ele fundou com um intuito, o negócio cresceu, tipo ele não deu conta enfim, só que ele surgiu em um contexto de 2019 depois do título do Brasileiro que o Bolsonaro foi lá, levantou a taça enfim né, aí gerou aquele, reviveu aquele “o Palmeiras têm ligação com... né”, e não foi muito agradável, então foi uma forma meio de combater isso e falar “não, o Palmeiras sim é diverso, o Palmeiras têm suas frentes, seus coletivos, enfim”, surgiu nesse contexto, de querendo ou não acolher, de trazer um pertencimento para um um público LGBT enfim, LGBTQIA+, que eu acho que é muito comum, isso é muito comum inclusive quando a gente fala com as pessoas ou quando as pessoas vem fazer um feedback, que é uma crise de identidade que geralmente quando uma pessoa que é criada, gosta de futebol, acompanha, e às vezes sei lá, descobre sua orientação, se descobre, porque têm uma crise de identidade, porque é algo tão estrutural que você uma hora questiona “será que eu pertencço aqui? será que eu devo? será que ainda é meu lugar”, isso é muito comum a gente escutar das pessoas, e é uma coisa que a gente busca desconstruir e eu acho que é o principal papel porque a gente consegue.

Por exemplo, tanto estar num grupão vendo um jogo e falar e se sentir seguro de falar, ou até mesmo ter um grupo de encontros enfim, surgiu até namorado lá no grupão, e aí principalmente de muita gente conseguir ir né, de se reunir, de voltar a

ter essa segurança né, e não é uma, duas pessoas, já foram muitas pessoas que estão nesse cenário né, e começaram a voltar a acompanhar o futebol, a ir em estádio, ou foram em estádio a primeira vez, por conta dessa sensação de acolhimento, de pertencimento, de segurança que traz você conhecer ter outras pessoas que são como eu, ou próximas como eu, que eu me sinto seguro né. Inclusive é um gancho do, não sei se você já viu no instagram, espero e acho que sim, que a gente têm aquela “Primeira vez no estádio”, porque a gente inclusive ganha da Amstel, nos jogos da Libertadores, os ingressos, porque eles gostam do conteúdo e eles falaram “vamos fazer alguma coisa?”, e a gente falou “vamos”, a gente sempre quis fazer isso, levar pessoas pela primeira vez enfim, e eles super compraram isso é muito legal, acho que a gente não consegue ter a divulgação para todas as pessoas verem sobre isso mas é um projeto muito incrível e inclusive a gente busca levar pessoas pela primeira vez né, e pessoas que depois continuam indo, enfim. Eu acho que essa é a importância, trazer, quebrar essa estrutura de tipo “ah, uma coisa de homem, hétero, cis, geralmente né, assim como, por muito tempo, as mulheres já quebraram essa barreira no meio do futebol, do machismo, que ainda têm muito enfim, inclusive eu acho que a LGBTfobia no estádio é muito mais ligado ao machismo ainda do que a homofobia em si sabe, somente ela né, mas elas conseguiram avançar muitos nessas barreiras e hoje eu acho que têm outras barreiras que têm que quebrar estrutural porque, foi aquilo né, tem uma crise de identidade, sempre acontece, é muito normal a gente escutar das pessoas, “puts, quando eu me descobri eu questionei será que aqui é pra mim? será que devo estar aqui? será que é seguro?”, então é mais ou menos isso.

**Jeferson:**

**Essa parceria que vocês fazem com a Amstel tem alguma ligação diretamente com o clube Palmeiras ou não?**

**Nathan:**

Não. A Amstel é patrocinadora da Libertadores né, então eles têm alguns lotes né, então, por exemplo, no jogo do Palmeiras e do Porto, que foi a estréia do Mundial, a Budweiser patrocina o Mundial, e o Sampa Sky, sabe aquele que é o do vidro aquilo em São Paulo, aquele mirante que tem o vidro enfim, eles fizeram tipo a noite do jogo né, dava pra assistir lá tudo, tipo, dava pra pagar o ingresso, só que a Bud que

patrocina, e eles também chamaram a gente pra divulgar, eu acho que talvez você tenha visto a gente divulgando, porque a gente também ganhou, é coisa que chega, entendeu.

Chega e tipo, gostam do conteúdo, valorizam enfim, e assim não tinha nenhuma ponte, só chegou, tipo “oi”, sabe, chega um e-mail lá pronto.

Mas, com a diretoria, que realmente era uma das perguntas que eu lembro que você mandou, não temos relação nenhuma. Diferente, você falou com a Bia (Vasco LGBTQ+), hoje as coisas lá no Vasco estão um pouco mais complicadas, mas uns anos atrás era uma referência enfim, eles tinham uma boa relação com a diretoria do Vasco, de fazer ação conjunta, até com as organizadas enfim, nós não temos isso né, principalmente com o clube. O que a gente já, sempre teve, algumas fontes dentro do clube, por exemplo, a gente conhece gente que trabalhava dentro do marketing do Palmeiras e hoje o marketing do Palmeiras acompanha muito a gente, futebol feminino a gente têm um pouco mais de influência, que é um lugar que a gente têm uma frente muito grande né, como coletivo né, então, por exemplo, o coletivo era bem pequeno ainda né, as jogadoras não tinham nome na camisa, e aí teve toda uma campanha que a gente puxou junto com o coletivos do futebol feminino que aí acabou virando, ter o nome delas enfim, então tem algumas partes do clube que a gente têm certa, indiretamente uma certa influência, mas não um contato direto né, inclusive nós somos bloqueados pela Leila (atual Presidente do Palmeiras).

É bem complicado, mas a gente têm essas fontes de, lá dentro sabem quem vocês são, é comentado só que tipo, por algumas alas de conselheiros e principalmente lá de cima, barram né, algumas coisas, mas assim, por exemplo, o Murilo segue a gente, o jogador Murilo segue a gente, esse jogo do Al-Ahly (clube de futebol egípcio que o Palmeiras enfrentou no Mundial de Clubes, em 2025), a gente fez uma brincadeira no instagram, a gente postou um negócio, tipo um memezinho do Flaco e ele curtiu, então assim, estamos ali girando em torno do clube e até do elenco, o feminino já é uma proximidade um pouco maior, de interação mesmo né, de conversar tudo, mas diretoria diretoria não, a gente algumas coisas indiretamente, mas nada, é bem complicada essa relação. Não só para a gente, para outros coletivos também, porque eu acho que o Palmeiras têm um posicionamento muito aquele tipo “não fazer política” mas tudo é política, então tipo, mas aquele papinho “ah não, não misturar as coisas”, porque querendo ou não nós temos um

posicionamento político, e posicionamentos políticos que muitas vezes são contrários né tipo, do que lá em cima pensa, principalmente eleição tudo, inclusive de uns anos pra cá a gente vêm podando um pouco mais o que a gente fala, como a gente vai falar, ou como vai cobrar, porque a gente já sabe que não somos só aquele nicho, aquela bolha, a gente já furou muito a bolha nas alas da torcida mesmo sabe, pessoas que pensam diferente, não necessariamente pessoas são de esquerda, ou são LGBT, pelo contrário né, a gente faz o senso todo ano, o senso das redes sociais, a gente têm um público heteronormativo muito maior do que de LGBT, às vezes de torcedor que não são palmeirenses, então a gente vem tendo mais tato, de como cobrar as coisas, de como falar as coisas, pra buscar essa relação, mas não acontece, né.

Por exemplo, o post mesmo, “Dia internacional contra LGBTfobia”, o Palmeiras não postava, a gente fazia uma campanha grande, massiva, e aí depois aconteceu. A gente enchendo, tipo, a gente na época tinha o contato do marketing, que ele saiu o ano passado, e a gente cobrava, “ó, e aí, vai ter? não vai ter?” e eles falavam, “vai ter. vai sair tal horário”, então a gente conseguia ter isso, mas não a parte lá em cima mesmo, isso nunca chegou a acontecer.

**Jeferson:**

**Vocês têm algum contato/proximidade/relação ou parceria com torcidas organizadas do Palmeiras?**

**Nathan:**

Assim, proximidade, proximidade, “vamos fazer algo conjunto” ou algo assim, não. Mas temos muitos contatos, inclusive contatos de diretorias de torcidas organizadas. De modo geral, com torcida organiza a gente nunca teve muito problema né, pelo contrário, porque a gente realmente tem essa, enfim, esses contatos, essa proximidade, só que, de fato, as torcidas organizadas, apesar delas, de certa forma, também serem muito políticas, elas trabalham muito nisso “não somos políticos”, então vem os coletivos, não só a gente, mas os coletivos que trazem essas pautas políticas né, enfim, eles tentam não fazer essa relação direta, isso de palavras deles mesmo.

O que a gente já teve de problema inclusive com organizada foi com membros, mas assim, é como se fosse um membro ali do grupo, que às vezes tipo não é nem

associado mesmo, organizado, só compra uma blusa, bota e fala “sou”, e aí esses caras tipo já causaram, já teve algumas situações enfim, mais de uma, mas nada também muito grave, só que quando a gente chega com nossos contatos da diretoria fala ó “pela gente a gente respeita muito, nossa diretriz é essa e tipo tá ok, tem coisas é bom evitar tudo”. Por exemplo, isso é uma coisa que a gente sempre tenta falar bastante, muita gente se confunde, muita gente fala “vocês são uma torcida LGBT, uma torcida organizada LGBT”, “não somos uma torcida organizada, somos um coletivo”, nós temos outros intuitos, nós temos realmente uma pauta mais política, uma pauta mais de ativismo, de ações mesmo, é diferente de reunir uma galera e falar “vamos torcer em conjunto”, são coisas diferentes, mas muita gente confunde, muito mesmo. Isso é uma coisa que implica mais, porque querendo ou não as organizadas têm uma questão meio de territorialismo, enfim né, e aí sempre quando eles pontuam é mais assim tipo “vamos só separar essas coisas, a gente sabe que por vocês tá bem separado, mas sempre deixar bem claro que são coisas diferentes”, mas por parte de diretoria a gente têm esses contatos como eu falei, eles têm uma diretriz de respeito, tipo “beleza”, a gente conhece muita gente de organizada, até porque, principalmente eu mais outros adms, muitos membros do grupão, frequentam os estádios há muitos anos, você acaba conhecendo gente, até gente de organizada ali dentro né. Acontece que hoje já tem uma relação ok, eu não diria que é saudável porque não tem uma relação propriamente dita “ah, vamos fazer alguma coisa”, não tem, quando tem envolve só carnaval, pra ser bem sincero, mas a gente acaba tendo meios e formas de apaziguar algumas coisas ou enfim, e realmente problema não são com a instituição entendeu, geralmente quando tem problema em relação a uma organizada é com tipo membros, é tipo um cara vai lá, compra a camiseta, fala “sou, estou representando”, mas não tem nem a carteirinha sabe às vezes, isso já aconteceu tipo de gente causar e a gente chegar lá na direção e os caras falar “não, o cara nem associado é”, sabe, é um qualquer um, né tipo, é uma pessoa que enfim, o reflexo é muito, o futebol é muito reflexo da sociedade né, então conforme algumas pautas avançam você também vai ter pessoas que não concordam com aquilo, que vão ser opositoras aquilo, então é normal, essas pessoas a gente vai deparar, mas não é que eles representam a diretriz de uma instituição, de uma organizada né, mas basicamente essa relação que nós temos com a organizada, mas também nunca tivemos um problema grave. Inclusive eu geralmente fico em setor de organizada, quando eu vou em jogo tudo



enfim, então isso é bem tranquilo. Uma coisa que eu falei na descrição de territorialismo tudo, a gente teve aquela camisa do Porcolris, a primeira leva, a primeira e única basicamente né, que aquela primeira de todas, inclusive spoiler, a gente pretende acho até esse ano voltar uma nova leva enfim, só que a gente quer saber como porque naquela época foi um sucesso e tinha tipo dois mil seguidores, hoje todas as redes sociais têm quase 25 mil, então tipo a gente têm mais receio de como, mas têm muita gente que comprou e teve gente que começou a frequentar o gol norte, inclusive na mancha, com a blusa do Porcolris, e ela era branca, e aí chegou ter tipo umas coisas assim “galera, o que que vocês são?”, que aí foi o que eu falei “vocês são só um coletivo ou vocês têm um outro intuito?”, isso gerou uma certa tipo “tá, vamos conversar e aí separa as coisas”, mas foi o máximo que acho que já aconteceu mas nada acho que muito gritante sabe, a gente tinha os meios pra dialogar, pra conversar, enfim, é isso.

**Jeferson:**

**Existe uma estratégia/políticas de comunicação utilizadas nessas redes? Quais são? (Ex: Agenda de postagem)**

**Nathan:**

Nós começamos forte, desde o começo, principalmente no twitter, porque o twitter ele enfim, falando mais de quais a gente usa né, porque ele tem mais aquela coisa de texto, de coisa rápida, tem muita coisa que é muito rápido, então fazer uma tag de jogo, algo assim, flui muito bem né, foi onde a gente cresceu muito no início principalmente. O twitter o problema foi quando depois do banimento, porque o banimento, quando teve o banimento foi aquela coisa, teve muita gente que não voltou pro twitter, e depois até voltar o engajamento como era antes nunca mais aconteceu. Hoje no twitter a gente tem uma certa dificuldade, pra você ter ideia, no twitter a gente tem quase 12 mil seguidores hoje né, e a gente sempre teve muita mais no twitter do que no instagram. O instagram, até o ano passado, a gente tinha tipo, 4 mil, a gente hoje, literalmente hoje, agora pouco antes de falar com você, bateu 11 mil e quinhentos no instagram. Por quê? Isso faz parte da reformulação, que eu falei no começo, que a gente queria trazer no instagram, porque a gente começou a ver uma outra forma de usar as redes sociais, porque o instagram tem aquela questão do vídeo, de reels, de ter um engajamento bom né, foi uma

alternativa que a gente tentou a buscar porque o twitter estava um pouco defasado né, questão de algoritmo enfim, modo geral. Então essas as principais e o instagram a gente tá crescendo muito rápido, tipo assim, em duas semanas atrás, a gente bateu 11 mil, já estamos em 11 mil e quinhentos, no começo do ano não tava nem tipo 8 mil, tá sendo muito rápido e muita coisa tá vindo também do instagram, mas isso só foi também, só deu certo por conta da reestruturação, porque a gente precisava de braço né, braços, pés, cabeças, pra fazer isso, porque o instagram, diferente do twitter ser muito dinâmico, uma linguagem de texto, tudo, apesar de hoje ter recurso mais de texto, notas, enfim, não é o forte do instagram, o instagram você precisa ter um conteúdo, você precisa gerar algo né, tanto pros stories, quanto pro feed, pro reels, você precisa ter algo mais visual, e aí às vezes é um pouco mais complicado, você precisa de tempo, tem que gerar o conteúdo, mas hoje a gente tá conseguindo trabalhar bem né, e aí essas são as duas principais redes sociais. Posso dizer que o whatsapp hoje nós temos 400 membros no grupão, é uma rede social não em volume, mas uma rede social muito oportuna pra trazer coisas, então, da comunicação mesmo, de fazer ações, de fazer interações, de comunicação de modo geral. Nós temos também o threads que a gente conta, mas o threads geralmente a gente replica do instagram, então simples, não tem muito que né, e o tiktok que a gente tem, a gente já alimentou um pouco ele, só que o tiktok a gente ainda tem dificuldade porque a gente quer ganhar muito ele, a gente tem certeza que com os reels, como agora a gente aprendeu mais a fazer essa comunicação de vídeos, reels, principalmente para o instagram, a gente quer minar o tiktok também, porque lá engaja muito fácil, só que a gente geralmente tem que pegar o vídeo, replicar para o tiktok, a gente ainda não conseguiu uma plataforma boa que faça isso automático sabe, então o tiktok é uma terceira etapa, a gente tá se fortalecendo muito no instagram, inclusive o instagram, nunca pensei que ia falar isso na vida, porque a gente realmente começou, sempre tudo muita coisa acontecia no twitter, hoje o instagram tá pra se tornar a nossa maior rede social né, então são basicamente são essas duas frente e o whatsapp que é um suporte muito grande e o tiktok que a gente quer galgar né agora, principalmente. E aí a gente tem conta no bluesky também tudo, mas hoje tá meio parado porque foi mais naquele período de, enfim, no banimento do twitter tudo.

Aí um dado, às vezes a gente fala isso no grupão tudo, mas um dado curioso é que hoje nós somos a segunda maior torcida LGBT, coletivo LGBT futebolístico né,

desse meio, no mundo, a gente só perde para a GayGooners, que é do Arsenal, que enfim, eles estão em outro patamar, eles têm contato com a diretoria, eles têm um bloco na parada de Londres, assim com a torcida do Chelsea né, que a gente também tem contato, inclusive temos contato com eles, com os adms tudo, a gente tem essa interação com o do Chelsea e o GayGooner que é do Arsenal, então, só que as coisas funcionam diferente, hoje eles estão muito mais no ativismo, então eles têm faixa em estão, eles conseguem se reunir muito mais parecido com uma torcida organizada, tem a parte do ativismo de, tipo, por exemplo, na parada eles têm blocos, lá na parada de Londres tudo, mas redes sociais eles são fracos por exemplo, é outro tipo de, enfim, de ação de coletivo, tanto é que nós estamos pouquíssimo de passar o GayGooners em termo de número, volume, redes sociais, seremos o maior coletivo LGBT do mundo né, nesse ramo.

Então eu vou trazer um pouco da segundo que é um pouco mais da estratégia, do que acontece né. Eu não queria muito abordar esse assunto, mas acho que a gente não falou da relação que temos com outros coletivos né. Principalmente no começo do coletivo, do surgimento do coletivo, nós tivemos que se basear em outros coletivos que já existiam, tipo o Palmeiras antifacista, o pioneiro da área né, o Palmeiras Livre, que o Palmeiras Livre existe há mais de 10 anos né, o Palmeiras Livre tem esse foco LGBT mas ele também, ele entrou naquele movimento de agregar muitas coisas ao mesmo tempo, que no final a gente acaba fazendo isso também né, inclusive muito mais do que eles, só que a gente começou com o LGBT, eles já entraram em outro ramo, só que alguns coletivos a gente é muito alinhado em agenda e como trabalhar, o Palmeiras Livre a gente não tem essa proximidade, é meio irônico falar que os dois coletivos LGBT do Palmeiras, a gente deveria ter uma certa interação, mas não temos, pela questão de comunicação, pela questão de agenda, que é onde eu quero entrar, por isso eu estou contextualizando isso, não queria falar porque meio que tô falando tipo “ah, não temos nenhuma relação com o Palmeiras Livre”, inclusive o que mais a gente tem é intrigas, só que eles sempre foram muito baseados nessa questão de ativismo puro, o que não é errado, tá tudo bem, é super válido né, e tem uma valor enorme né, eles já bateram muito, já deram muito a cara a tapa e se ferraram muito por essa estratégia, e tá tudo bem né, só que a gente sempre pensou que é uma outra forma, então não é só na rua né, hoje nós estamos na rua. Talvez não pareça muito, mas nós estamos tipo levando pessoas pela primeira vez no estádio, nós se reunimos, a gente vai em bar, a gente

se reúne no estádio, a gente tá presente ali né, faixas em alguns jogos sim, principalmente no feminino, já teve no masculino também, na pandemia, então assim, estamos ganhando os espaços né, lá na Caraíba a gente tem o Sobrado, que, você deve ver muito a gente falar, “ah, o Sobrado”, que é um bar que a gente se reúne, inclusive é onde o Palmeiras Livre e outros coletivos “progressistas” se reúnem, mas, estamos na rua, só que a gente sempre preferiu usar as redes sociais como esse campo de comunicação numa estratégia de, mostrar que nós somos além de LGBT sabe, de ser só essa pauta, ou só uma pauta militância, não só LGBT, mas tipo “ah o futebol feminino... ah o preço do ingresso, a elitização”, não, a gente também quer mostrar que sabemos torcer, nós estamos ali para torcer né. Então, meio que a gente sempre fugiu do embate, não fugiu porque a gente faz os embates, acontecem, então sempre quando entra nas partes políticas ou acontecem os embates e com frequência, mas a gente sempre buscou ter proximidade com o torcedor, pro cara falar “puts, eu tô vendo o jogo aqui, acompanhando pelo twitter, e um meme aqui que eu entenda”, né, algo assim, uma proximidade nessa linha e isso a gente sempre buscou construir, não só com a torcida, com as pessoas nas redes sociais, mas também com os outros coletivos que estavam mais nessa nossa agenda né, coletivos, páginas, então hoje a gente tem relação com muitas páginas do Palmeiras, tipo Nosso Palestra, Análise Verdão, enfim, muitas, muitas, muitas, que alguns coletivos, por exemplo, Palmeiras Livre, nunca conseguiram, por conta dessa agenda, por conta dessa forma, dessa abordagem. Então a gente também fala que a gente não vai tipo apontar o dedo na sua cara e falar tipo “puts, você está errado nisso”, a gente tenta educar também, quando a gente vai entrar na parte política, nas pautas políticas, a gente tenta fazer um conteúdo educativo, tipo “ó, isso está errado por isso, e tá tudo bem se você pensa assim diferente ou já pensou isso, mas vamos desconstruir, vamos explicar” e tem alguns coletivos, e aí falando de modo geral, até coletivos LGBT do futebol no Brasil, que a gente vê que vão por um outros caminho, vão pra uma coisa mais combativa, de combate, enfim, de atrito, tipo “você está errado, isso está errado”, mas não explica porque tá errado, por exemplo né. A gente sempre pautou, se você for, inclusive, ter uma análise de conteúdo, que você pegue pra fazer no seu trabalho, eu acho que vai ficar bem nítido essa estrutura que a gente usa, e a gente sempre usou isso, desde o começo né, principalmente lá no twitter, hoje também no instagram, mas é essa a nossa estratégia de comunicação, nossa agenda. A gente segue, falando de agenda

inclusive, a gente tem lá o calendário do Google, o Trello, a gente tem uma programação bonitinha, aí foi o que eu falei, com essa reestruturação, principalmente, a gente conseguiu ter mais estrutura de fato para pensar nisso né, além de quem não é adm, tem muita gente ali do grupão, que são membros, que ajudam de muitas formas o coletivo, inúmeras assim, muitas mesmos, e é o que a gente quer, porque a gente quer esse acolhimento, esse pertencimento, pra quem não é um adm falar tipo “puts, me sinto parte do PorcoÍris”, “eu consigo ajudar nisso”, então, tem membros ali do grupão que já deram entrevistas pra jornais com a gente sabe, enfim, então a gente tenta fazer de uma forma de acolhimento, educativo principalmente, não sabe aquela coisa de debate mesmo, a gente tenta trazer pra um outro caminho, e principalmente mostrar que nós podemos e também torcemos igual uma pessoa hétero, por exemplo, né, e conseguimos fazer isso de uma forma muitas vezes muito mais leves, que é o que sempre atraiu muita gente, então, por exemplo, a gente tem as TRs de jogos né, que são bem soltas geralmente né, mas a gente comenta os jogos com as pessoas, que são que muitos coletivos não fazem, muitos coletivos do Palmeiras progressistas de modo geral, só aparecem para falar sobre um assunto político e enfim, dando aquele tapão na cara sabe, aquele tipo, apontar o dedo, e não é assim que a gente funciona. A gente está presente nesses momentos também, mas a construção que a gente já conseguiu, a rede de apoio mesmo que a gente já conseguiu na torcida do Palmeiras né, foi utilizando outro caminho e hoje nos sustenta e já nos livrou de cada uma essa rede né, então, eu acho que é isso, não sei se eu também respondi a essa questão de agenda, mas a gente busca muito uma forma educativa e de se mostrar como torcedor, como um torcedor comum e não só um torcedor LGBT, ou com suas pautas ou militância, não, nós também estamos ali torcendo, estamos no Allianz Parque, a gente tem adm que tá no Mundial, então, a gente tá com reels no Mundial, como se fosse outras páginas né. Então hoje a gente às vezes até brinca que às vezes a gente até tá indo num caminho meio Nosso Palestra da vida que tá em tudo, que fala de tudo, e né, que isso às vezes é uma coisa que a gente fica mais receoso no sentido de não perder o controle né, não perder a mão, e não perder as coisas que importam né, as agendas que importam, as datas que importam, que isso a gente mantém bonitinho, mas a gente cresceu dessa forma, que é uma forma muito parecida que o Vasco LGBT cresceu e a LGBTricolor cresceram, e o Vozão Pride também que agora você falou né, então é uma forma que cresceu.

O Marias de Minas, por exemplo, já tiveram essa fase, mas eles tiveram muita fase meio conflituosa, de combate, tipo Palmeiras Livre de exemplo, e de fato, desses coletivos, eles são os que hoje estão com muita dificuldade, que sofrerão muita ameaça, que sofreram muita coisa né, a Fiel LGBT também, Fiel LGBT, Marias de Minas, Palmeiras Livre, eles já tiveram muito problema que é eu acho que é pela estratégia de comunicação né, então eu acho que isso é uma coisa que diferencia muita a gente, a forma que a gente conseguiu criar essa estrutura né, e eu acho que é isso, eu acho que eu já falei muito, tô dando até um exposed já né.

Porque não é só impor o que a gente pensa, eu acho que é muito isso, quando a gente tem essas crises, essas dificuldades como torcedor do Palmeiras LGBT eu acho que entra muito naquilo tipo “ah, mas você é um torcedor tanto quanto a gente?”, acho que a gente sempre pautou muito nisso, a gente tem que pegar formas de mostrar que somos torcedores iguais, estamos nos lugares iguais, mas também falamos disso, também defendemos isso, e não aparecer tipo cinco vezes no ano só apontando o dedo, não é assim que funciona.

É exatamente isso que a gente evita porque, é isso, por exemplo, a gente consegue falar de um jogo tudo em páginas desse esporte que tem é, mundão, que vai ter gente que pensa de tudo que forma, a gente tem esse cenário, mas tem um cenários oportunos, então, por exemplo, a gente vai falar só do jogo, a gente vai fazer um comentário lá na Cazé tipo do jogo, tipo “puts, o Palmeiras fez isso e aquilo”, aí quando tem os dias, pautas importantes pra falar de fato, algum acontecimento que aconteceu, aí sim. Eu acho que é questão de oportunidade, sabe. E eu entro até um pouco na questão de, é, foi o que veio na minha cabeça agora mas, é até engraçado porque não é nem uma coisa que eu acompanho muito, mas sabe tipo a Anitta que tá em tudo quanto é lugar ao mesmo tempo, isso dá muito certo, querendo ou não, porque ela conseguiu ganhar, enfim, querendo ou não uma fama internacional, pô ela fala um monte de idioma hoje em dia, música de tudo quanto é jeito, ela é uma pessoa conhecida né, sei lá, ela pode não ter um hit solo, um da vida, mas foi uma estratégia que ela utilizou e eu acho que é uma coisa que falta em alguns coletivos também porque só aparecem, se você for olhar, realmente só aparecem umas seis vezes no ano, e é assim, como você quer ganhar um certo espaço se você não está nos outros momentos, nos outros momentos pra mostrar que você também é só um torcedor comum, tipo que é o que a gente quer trazer, além de ser um torcedor LGBT, sou um torcedor comum, como qualquer um, eu tenho direito de estar nesse

espaço, de estar nesse espaço em segurança, eu vou conseguir falar, conseguir torcer com você da mesma forma, de igual pra igual, né. Então acho que é uma estratégia um pouco disso, e assim como a Anitta já teve muitos erros na carreira, tem que dosar e tomar cuidado de não perder o controle né, mas eu acho que essa é a estratégia.

Inclusive na Canarinhos, a Canarinhos meio que centraliza todos né, então é onde a gente acaba conhecendo os outros coletivos, as outras estratégias, e aí fica muito claro, né, como as coisas funcionam, e aí eu uso até o Palmeiras Livre de referência por isso, porque é muito incoerente, porque, querendo ou não, estamos ali no mesmo barco, mas é uma agenda muito diferente e a gente não consegue, entendeu, e quando já teve vezes que eles tentaram puxar alguma coisa, a gente já teve sim ações conjuntas ao longo dessa história, até porque eles estão a mais tempo, a mais de dez anos, mas a forma de agir, a forma de às vezes fazer um texto sabe, de pautar um assunto é muito diferente e é uma forma que não condiz com o que a gente pensa, nem com resultado, não traz um resultado assertivo, né, então acho que vai muito disso, são essas coisas que a gente tenta evitar né, de entrar numa Cazé da vida, ou num comentário de uma TNT da vida e se deparar com isso, a gente tenta meio que conquistar o público “geral”, digamos assim, de outras formas, e a gente, querendo ou não, acaba conseguindo.

**Jeferson:**

**Qual a importância das redes sociais para a comunicação com a torcida?**

**Nathan:**

A importância é toda né, porque a gente depende dela. Ela é nossa, é realmente o nosso pilar né. Inclusive, foi até o que você falou, tem toda a questão da midiaticização, não sei se o termo está certo, mas hoje é muito difícil de você fugir disso né, é muito difícil. Então, existem outras formas claro de conseguir uma comunicação, ganhar seu espaço, mas, num mundo contemporâneo como estamos, eu acho que são formas muito árduas, não faz nem sentido de modo geral né, então a importância é toda, porque é a nossa base, eu acho que o que pega realmente é qual estratégia você vai utilizar né, então, por exemplo, a LGBTricolor, você não falou ainda com eles, mas hoje, até por questão de diretoria, enfim, a presidência do Bahia né, tipo, enfim, tudo, eles conseguiram um espaço na rua, eles conseguiram

essa voz na rua também, outras formas de muito importante, mas eles também começaram nas redes sociais, eles sabem se mostrar muito bem, inclusive você vai perceber, o Onã, o LGBTricolor eles conseguem se vender muito bem e eles usam as redes sociais muito bem pra isso né, então vai das estratégias, vai depender do que você busca, qual seu objetivo, enfim, eu acho que a chave é mesmo essa, mas a importância é fundamental, sem ela a gente não seria nada. Sem ela a gente não conseguiria nem agregar a quantidade de pessoas que não estão em São Paulo, por exemplo, porque ali no grupão você vê, tem gente até fora do país né, enfim, então é fundamental.

**Jeferson:**

**Você considera que a midiaticização do futebol (presença constante da mídia no futebol) afeta a ação do coletivo no combate à LGBTQIA+fobia? Se sim, como?**

**Nathan:**

Não necessariamente afetar de uma forma positiva ou negativa? Não, afeta total porque são os meios né, são tudo os meios, porque é o que eu falei na outra, é meio inevitável, não tem como, mas, por exemplo, existe toda uma questão, apesar de ter algumas coisas nesse sentido que eu acho um pouco meio conspiratória tudo, tem relação, por exemplo, Elon Musk comprou lá o twitter, o x né, querendo ou não ele tem controle de uma mídia, ele tem controle do que vai ser entregue, de um algoritmo, como eu falei mesmo, caiu muito, o twitter a gente tá tendo dificuldades né, teve muito influência do banimento no Brasil, mas hoje tem, inclusive a gente percebe, eu mesmo tenho uma percepção esse ano que o assunto de “ah, pride, mês de junho” tudo, não existe esse ano, não vi em nada, quase nenhuma propaganda, principalmente em televisão, em rede social, nada né. Tem os fatores externos, políticos enfim, que são além disso, mas influência diretamente, por exemplo, já teve muitas vezes que a gente conseguiu surfar nessa onda, a gente conseguiu né, então por exemplo, ano passado, ano retrasado, era quase obrigatoriedade, dependendo das datas, os clubes se posicionarem, postarem algo, hoje, esse ano, não sei como vai ser, já mudou no dia de combate a LGBTfobia, então entra nessa questão de agenda e na questão midiática do produto também, dos meios que acontecem enfim, então impacta diretamente, e aí eu acho que entra na questão de os meios de como isso vai afetar, ou se não vai afetar, se vai ser



positivo ou não, e as estratégias que a gente tem que utilizar para reverter isso ou, enfim, surfar na onda, mas afeta, total, total.

São tantas formas, se a gente parar pra pensar, que afetam que, enfim, envolve praticamente tudo, foi o exemplo que eu até falei do momento que a gente tá, por exemplo, junho que nós estamos, é muito mais complexo, tem toda a questão que a sociedade está no momento, toda a questão social, dos fenômenos sociais, do momento que tá acontecendo, de estrutura mesmo, e eu acho que, igual você falou que essa propagando do Brasileirão, talvez um dia, mas não por agora, mas talvez um dia, vai depender muito de como a sociedade vai evoluir também, vai acabar lidando enfim, o quanto também as marcas vão ver interesse nisso né, de modo geral, então, mas tem tantas formas que realmente, se a gente for parar pra pensar inúmeras, inúmeras, tão presente em tudo.

**Jeferson:**

**De forma ampla, como as redes sociais ajudam na luta contra a LGBTQIA+fobia no futebol?**

**Nathan:**

Ajudam em muito porque, enfim, todo o nosso trabalho acho que se não fosse as redes sociais, a mídia, enfim, independente da forma, da estratégia que você utiliza, você ganha espaço por elas né, então, eu mesmo, eu conheci o Porcolris pelo twitter né, eu entrei depois né, eu já tinha uma certa relação tipo, eu conhecia algumas pessoas, mas eu não sabia que eram adms do coletivo, aí descobri que eram, aí tipo “po, e aí, nossa, eu também tô meio nessa crise de identidade, tô me sentindo meio assim, não consigo frequentar direito”, então assim, foi um meio pra conhecer, né. Então eu acho que ela ajuda porque toda, enfim, toda a estrutura, toda a construção, toda organização hoje em dia, gira em torno das redes sociais, da mídia, enfim, e aí sem ela a gente não seria nada. Então acho que ajuda sim, eu acho que tem um fator social, igual eu falei né, o futebol é muito reflexo da sociedade, tipo muito assim, bonitinho, é nítido, então, a Coligay, por exemplo, teve muitos movimentos históricos naquela época, inclusive terminando essa resposta, fechando essa resposta eu quero te indicar um livro, e a Coligay ela tem muito, tem seus contextos históricos naquela época e como ela conseguiu aquele espaço, obviamente tinha televisão, rádio, mas era ainda muito mais restrito, não era a forma ampla que a internet, as redes sociais, porque você consegue fazer todo o conteúdo, descobrir de

tudo ali né, tv, rádio, enfim, era outra dinâmica, mas eles precisaram de uma forma mais presencial, mais ali na rua sabe, botando a cara a tapa, era o contexto da época, mas hoje, com o contexto de hoje, a gente tem alas que vão discordar muito da gente, vão apoiar, mas a gente tem uma ferramenta muito forte pra conseguir achar os nossos, achar a nossa bolha, ou às vezes até furar a bolha, que muitas vezes a gente busca isso. Então eu acho que ajuda, mas eu acho que essa ajuda vai muito do contexto contemporâneo, se tivesse rede social, por exemplo, em, sei lá, na década de 70, 80, não sei a gente teria o resultado que teria hoje, porque a sociedade também pensava de outra forma, tinha outras agenda como sociedade de modo geral, então acho que tem esse conjunto, mas é uma ferramenta tipo essencial e com certeza ajuda, e pode prejudicar também né, enfim, são ferramenta que pode até acabar com a carreira, com a vida de alguém, literalmente, mas ajuda, fato.

**Jeferson:**

**Para finalizar, se você quiser comentar alguma coisa, algo que você acha que seria interessante, fique à vontade.**

**Nathan:**

De modo geral eu acho que não, acho que já acabei falando muito, porque eu entrei até em detalhes mais ali dos bastidores, do que tem de outros coletivos ou não, né, e a gente vê de estratégia, porque eu acho que é muito isso, a questão da midiatização, da comunicação, tipo, de fato existe, tá pertinente e é impossível praticamente fugir dela, mas eu acho que de tudo, eu não diria que o coletivo é um case de sucesso porque o nosso objetivo é realmente estar ali dentro, na diretoria, enfim, ter esse contato né, a gente tem muita interação com o Ocupa Palestra, que é um coletivo, enfim, que hoje eles têm conselheiros dentro do clube, eles sempre foram muito mais políticos nesse sentido e eles já conquistaram isso, e aí hoje a gente já consegue ter algumas pontes por eles né, mas não sei se a gente é um case de sucesso porque nosso objetivo é realmente um dia sentar lá na mesa da Leila e falar “Leila, é isso, vamos montar uma ação?”, inclusive, sabe aquele deputado Guilherme Cortez? LGBT? Ele é aí de Franca. Ele propôs uma lei né, sobre ações contra a discriminação no futebol, enfim, essa semana e aí ele fez até uma colab com a gente no instagram, se você for lá no instagram ele postou, então assim, o que a gente sempre, nosso objetivo que a gente almeja, é um dia chegar no

Palmeiras e falar “Leila, vamos fazer essa ação? Vamos buscar realmente fazer essa proteção?”. Então não sei se seria um case de sucesso, mas caso você enxergue que em algumas coisas a gente seja, eu acho que é realmente a comunicação mesmo sabe, a forma e a estratégia de comunicação que sempre fez esse diferencial né, que é o que a gente já abordou. Não tenho mais o que falar, eu acho não.

**APÊNDICE C – Transcrição da entrevista realizada com Gabriela Silva, membro do coletivo Marias de Minas, dia 16 de junho de 2025:**

**Jeferson:**

**Pra começar, fala pra mim o seu nome e o que você faz hoje no coletivo.**

**Gabriela Silva:**

Eu sou a Gabi, sou de BH, sou torcedora do Cruzeiro e faço parte do coletivo Marias de Minas, estou junto com o Iuri na gestão geral do coletivo. Hoje a gente tem algumas... a gestão é dividida em algumas partes né. O grupo de comunicação, o grupo de projetos e parcerias e o grupo que tenta fazer uma... um networking mesmo, uma ponte com os outros integrantes que não necessariamente assumem nenhum tipo de função dentro do coletivo.

Conversando com o Iuri no ano passado, ele falou assim “nossa, tô precisando de ajuda, de alguém pra gente tocar juntos a parte mais geral e tal, você topa?” Eu falei: “Uai, topo”. Eu já participava do coletivo, mas como participante sem grandes responsabilidades, e aí tô junto com o Yuri nessa. Sou responsável também pela coordenação do grupo de projetos e parcerias, então a gente às vezes pega, fica de olho em editais né, pra conseguir fomento, enfim, qualquer desenvolvimento de projeto, a gente teve o lançamento da nossa terceira camisa nossa agora, que deu um trabalhinho bom também, mas é mais ou menos isso, tô aí com o Iuri tentando fazer o negócio funcionar.

**Jeferson:**

**Há quanto tempo existe o coletivo e como vocês se organizam?**

**Gabriela Silva:**

Então, o coletivo surgiu em maio de 2019. A gente completou agora recentemente 6 anos, né, e surgiu de um entendimento de que a gente precisava se reunir de alguma forma, se organizar de alguma forma né. A gente quem? Torcedores do Cruzeiro e pessoas LGBT. Pessoas que se sentiam deslocadas no ambiente do futebol, pessoas que se sentiam invisibilizadas e muitas vezes até reprimidas né, porque é um ambiente bem hostil os estádios. Então a gente percebeu que tinha necessidade da gente se organizar e começou com a criação de um grupo no WhatsApp e a coisa foi tomando um formato, hoje a gente tá acho que com 110 membros nesse grupo do WhatsApp e aí ali a gente foi entendendo a necessidade de se unir, de se apoiar e de tomar iniciativas mesmo de conscientização, de, enfim, de letramento, de trazer a discussão para um ambiente que precisa né, que é um ambiente tão machista, homofóbico, misógino, então, e aí muita coisa foi feita desde então, outros coletivos de outras torcidas nasceram inspiradas no trabalho do Marias de Minas, então é muito bom ver que a coisa foi crescendo né, e tomando um formato que ocupado cada vez mais os espaços né que precisam ser ocupados.

**Jeferson:**

**Uma dúvida: tem coletivo do Atlético (MG) aí ou não?**

**Gabriela Silva:**

Não. Tinha. Tinha um coletivo, eu acho que era até anterior, não tenho certeza tá dessa informação, mas acho que foi criado até anteriormente e era Galo... não me lembro, não vou me comprometer aqui com a informação que eu não tenho certeza. Mas aí eles também encerraram.

É muito difícil Jeferson sustentar e manter um coletivo, porque depende, igual a gente conversou aquele dia, de pessoas que atuam voluntariamente, então é muito difícil, é muito complicado porque as demandas da vida adulta e do mundo capitalista sugam a gente de uma forma que muitas vezes a gente não consegue dedicar do jeito que o trabalho precisa, e precisa de muito trabalho pra sustentar um coletivo e fazer ele forte e fazer ele como um papel, um agente de transformação na sociedade. Então é muito trabalhoso, então é natural que infelizmente os coletivos surjam e depois já vão, porque surge naquele entusiasmo né, e depois infelizmente a coisa vai declinando, as pessoas vão encontrando as dificuldades né, inerentes do trabalho do coletivo dessa magnitude, então infelizmente parece que eles não têm

mais atividade. Eu falo infelizmente porque, apesar da rivalidade em campo, eu falo que aqui o nosso inimigo é outro né, então a gente precisa se unir mesmo, porque o nosso inimigo é muito maior.

**Jeferson:**

**Aí em Minas tem o Cruzeiro e o Atlético que são mais conhecidos, pra gente que é de fora, eu sou do Estado de São Paulo, mas tem o América de Minas também que é um time, que hoje ele tá na série B? Eu não sei se eles têm coletivo?**

**Gabriela Silva:**

Tá na série B. Eu acho que não. Até onde eu sei eles não têm coletivo LGBT não. Também é uma torcida mais antiga, de pessoas mais velhas, eu acho que isso dificulta um pouco, sabe? Porque a torcida do Cruzeiro e do Atlético estão sempre no topo, estão sempre disputando campeonatos e títulos, tirando aí os últimos anos tenebrosos que o Cruzeiro passou, né, não merece nem ser mencionado, mas são torcidas que elas se renovam né, a do América não, então acho que isso dificulta muito a criação de um coletivo da torcida do América.

**Jeferson:**

**Existem entre vocês, o coletivo, algum diálogo direto e a diretoria do time, ou alguma outra área do Cruzeiro?**

**Gabriela Silva:**

O diálogo ele é sempre uma questão muito delicada, né, e ele vai mudando muito de gestão para gestão. Quando o Marias de Minas nasceu lá em 2019, a gente conseguiu um contato com um conselheiro, mas a coisa não foi muito pra frente porque, logo no início teve um caso de homofobia no estádio com o Iuri né, que é um dos fundadores, e foi uma coisa assim que ganhou proporções na mídia muito grande e impacto na vida dele também né, então foi uma coisa assim que eu acho que o clube se assustou um pouco, sabe? Falou assim “Nossa, onde que eu tô indo né?” E aí em seguida as conversas murcharam. Então assim, você vê que foi uma abertura, mas... até que ponto né? E com que propósito? Então isso atrapalhou um pouco né, apesar de ter fortalecido o coletivo, mas isso atrapalhou um pouco o

diálogo com o clube. Em seguida o Sérgio Santos Rodrigues assumiu a presidência, e aí a gente teve, a gente participou da criação de um comitê da diversidade, inclusão, conseguiu criar um diálogo lá dentro, mas aí também não foi muito pra frente. Em seguida veio a gestão do Ronaldo, que foi o momento que a gente teve mais abertura com o clube, sabe? Foram ações conjuntas, muita conversa, post, o Cruzeiro fez um post em conjunto com o Marias de Minas, então assim, de combate a LGBTfobia, no mês do, acho que foi junho né, o mês do Orgulho, o capitão jogou com a braçadeira com as cores (do arco-íris) ... então assim, foi um negócio bem bacana, sabe? Conseguiu, o Marias de Minas conseguiu desenhar uma linha de produtos licenciados com o Cruzeiro, mas aí em seguida, né, aquela coisa também, Ronaldo saiu, Pedrinho entrou, a gente perdeu o contato, voltamos à estaca zero de novo e estamos retomar e buscar esse diálogo, mas não têm esses espaços, sabe?

**Jeferson:**

**Os dirigentes, diretos, sabem da existência do coletivo?**

**Gabriela Silva:**

Sabem. Sabem. Isso eles sabem. Isso aí a gente... é uma dificuldade mesmo por causa da mentalidade né, a maioria igual, troca de gestão, mas a maioria dos conselheiros são pessoas mais antigas, então às vezes entra uma pessoa com uma cabeça mais aberta mesmo, mas ela mesmo encontra resistência dentro do clube né, então igual eu falei, na época do Ronaldo a gente teve essa aberta, aí veio o Pedrinho, eu acho que ele tá arrumando tanta coisa que eu acho que ele nem chegou a olhar pra isso, sabe? Porque eu acho que é um cara que pode ter uma abertura, porque ele tá muito engajado no futebol feminino e são pautas que conversam, né? São pautas que conversam muito e ele tá muito engajado no futebol feminino, então eu acho que mais cedo ou mais tarde ele vai chegar, ele vai bater na pauta e vai falar “Peraí, deixa eu olhar pra isso aqui”. Mas eu tenho essa esperança.

**Jeferson:**

**As ações que vocês fazem são mais pensadas nas redes sociais, ou vocês também fazem algumas ações presenciais?**

**Gabriela Silva:**

O nosso trabalho ele é predominantemente nas plataformas digitais. Mas a gente também tem um olhar muito aguçado para eventos né, fora das mídias assim, que estão ligadas na temática LGBT no futebol. Então né, você já deu o spoiler aí, em junho agora a gente vai para o terceiro seminário de combate LGBTfobia no futebol, que é organizado pelo Marias de Minas em parceria com o Mineirão, então assim, é um seminário, é um evento muito legal, onde a gente consegue reunir pessoas, diversos profissionais ligados direta e indiretamente, pessoas das instituições mesmo, das mídias, gente do âmbito jurídico. O ano passado mesmo a gente teve uma pessoa do STJD, teve a Mariana Spinelli, da parte de jornalismo, de mídias sociais, meio que influencer, a Bárbara Fonseca que é a diretora de futebol feminino do Cruzeiro. Então assim, a gente tem conseguido trazer uma galera boa pra poder debater o tema né, falar assim: “E aí gente, em que ponto estamos e o que podemos fazer para melhorar?”, “Ainda estamos nesse ponto, evoluímos o quanto evoluímos e quais as ações necessárias?”. Então assim, é um evento que a gente tem muito carinho e muito orgulho sabe, de estar organizando. Esse ano já vai pra terceira edição, ainda temos alguns nomes para confirmar, mas não vou dar spoiler, então assim, a gente têm esse evento, ano passado a gente teve a oportunidade de participar também de uma mesa redonda com outros coletivos, não necessariamente LGBT, mas de resistência né, torcidas de resistência de Belo Horizonte, e foi um seminário sobre mídia e diversidade no esporte muito interessante, ele foi organizado pelo Coletivo Marta, que é um coletivo da UFMG, não sei se você conhece? Eles organizaram esse seminário ano passado e convidaram a gente para participar da mesa redonda, então foi muito legal, sabe? Foi uma oportunidade muito bacana de estar ali trocando, com gente, tinha gente acho que do Sul, de várias partes do Brasil, foi muito interessante. Então assim, a gente tá sempre atento, a gente tá com um olhar assim sempre atento com o que pode ser feito fora das mídias, porque as mídias elas têm um alcance muito grande, a facilidade de você disseminar uma ideia, um conhecimento, alguma coisa assim, mas ao mesmo tempo ela afasta né, ela aproxima e afasta, ela tem esse viés meio ambíguo, então assim, a gente acha importante esses eventos presenciais pra gente tá atento, discutindo sobre os passos que precisam ser dados né.

**Jeferson:**

**Vocês fazem algumas reuniões, encontros para assistir aos jogos?**

**Gabriela Silva:**

Isso é uma coisa que a gente tem um pouco de dificuldade, porque como é um grupo muito grande no WhatsApp, a gente nem sempre consegue, nunca pode muita gente. Mas já teve sim e eu acho que, dê uns tempos pra cá, é que deu uma murchada, mas já tiveram alguns encontros onde a gente conseguiu se reunir em bar assistir o jogo. Ir ao estádio é um pouco mais complicado, porque existe um receio né, de se reunir assim. Eu costumo frequentar o estádio com a minha namorada, mas assim, a gente também vai com todos os olhares atentos, então a gente tem receio do grupo chamar mais atenção do que, sabe? Então pro estádio a gente têm um pouco de receio, mas eventualmente tem sim, algumas pessoas conseguem se reunir pra assistir os jogos, e a gente tá querendo retomar isso, eu tô até com essa demanda pra resolver, esse “abacaxi” o luri me passou, pra tentar reaproximar o pessoal. Então tem uma das meninas que têm uma irmã que tem uma hamburgueria e a gente tá tentando ver se fecha com ela alguma coisa pra ver se começa assistir alguns jogos lá, sabe? Pra gente poder se fortalecer, porque eu falo isso muito com o luri, a gente precisa se fortalecer presencialmente, não adianta a gente estar só nas redes, né.

“Inclusive pegando um gancho com uma coisa que você falou, uma coisa que eu acho que dificulta muito o grupo entrar no estádio como grupo é justamente a gourmetização do futebol e os altos preços dos ingressos, por quê? Muita gente não tem condição de pagar o ingresso do setor mais caro, a maioria só tem condição de pagar o ingresso do setor mais barato, geralmente os setores mais baratos são ocupados por quem? Pelas torcidas organizadas que em sua maioria as pessoas que mais rejeitam a nossa existência, entende? Então assim, é onde geralmente saí as brigas né, é onde a virilidade está muito inflamada, então é muito complicado porque, essa é uma das dificuldades também da gente se organizar enquanto grupo pra gente ir ao estádio né. Então eu acho que a partir do momento que a gente consiga um diálogo com o clube e eu não sei se esse diálogo renderia alguma campanha interna do clube, interna não né, mas alguma campanha falando com, porque o clube tem um diálogo direto com as torcidas organizadas né, então eu não sei se o clube ampliando esse diálogo ou o clube facilitando pra gente uma compra de ingresso igual facilita para as organizadas entende... Eu vejo que a gente precisa



de um suporte pra gente conseguir se organizar ainda dentro dos estádios, não dá pra fazer isso com a cara limpa, sabe? Porque é um risco real.

O machismo estrutural ele é muito forte e ele tem uma estrutura que é muito difícil de ser mexida, então é um trabalho de formiguinha, o luri fala que o sonho dele é que o Marias de Minas não exista mais porque o dia que o Marias de Minas não precisar existir é porque não existe mais homofobia no futebol e eu concordo com ele, e eu costumo dizer que é um trabalho de formiguinha, que é um trabalho que muito provavelmente eu não vou ver os resultados, o luri não vai ver os resultados, assim como as pessoas LGBT que vieram lá de trás, tomando porrada literalmente né, foram ali fazendo um trabalho de formiguinha, pra hoje eu poder andar de mão dada com a minha namorada na rua, então muito provavelmente tudo o que eu estou fazendo hoje são para as futuras gerações, eu acho que um trabalho que não vai ser assim, ele é demorado mesmo, porque essa estrutura ela foi construída durante muito tempo, então pra ela ser mexida também vai precisa de muito tempo né, a gente tem que paciência e saber que tá fazendo um trabalho sem expectativa de um resultado concreto né, que eu digo assim a mudança concreta. Claro que a gente avalia indicadores de melhoria e tudo mais, isso é importante até pra gente falar “Não, nosso trabalho tá dando certo? Tá, mas é devagarinho mesmo”. Mas o grande trabalho concreto muito provavelmente a gente não vai tá aqui, assim como as primeiras pessoas que começaram a lutar pela escravidão não viram, pelo fim da escravidão não viram, né, foram décadas de lutas.

**Jeferson:**

**Quais as redes sociais mais utilizadas pelo Coletivo? Quais vocês dão mais ênfase para a comunicação do Coletivo?**

**Gabriela Silva:**

Hoje a gente trabalha basicamente com o Instagram, o antigo Twitter e WhatsApp né, pelo grupo, mas a gente já teve um site, mas por falta de verba, por falta de gente pra cuidar, infelizmente a gente não conseguiu manter né. E aí é uma coisa que a gente precisa saber administrar, porque assim, são ataques constantes que a gente sofre, a própria conta do Twitter a gente perdeu porque um grupo de pessoas se organizou pra denunciar e a gente teve que criar outro. Então até isso, até na

manutenção das plataformas a gente tá ali né, o Instagram vira e mexe recebe denúncia, mas nunca conseguiram derrubar não, graças a Deus, mas basicamente são essas as plataformas que a gente usa.

**Jeferson:**

**Vocês postam simultaneamente no Instagram e no X (antigo Twitter), ou vocês postam mais no Instagram?**

**Gabriela Silva:**

A gente tem estratégias um pouco diversas, tem algumas coisas que a gente posta em comum nos dois, mas a gente tem umas estratégias um pouco diferentes. Igual eu te falei, a gente tá passando por um processo de reformulação no Marias, principalmente na parte de comunicação, mas o que a gente tem feito é basicamente no Instagram a gente tem se organizado em postagens incluindo datas importantes pro movimento LGBT como o dia do Orgulho, o dia do combate a LGBTfobia, dia da Diversidade.... enfim, a gente tem um cronograma lá bem vasto de datas importante né com a temática LGBT, aí a gente tem tentado pegar essas datas, a gente tá se organizando também pra incluir posts sempre que tiver jogo do Cruzeiro então né “Cruzeiro e Palmeiras hoje”, “Cruzeiro e Palmeiras tantas horas”, mas sempre com uma diagramação, ou com logo, com as cores da bandeira enfim, pra movimentar mesmo né, como uma forma de estar ali mexendo no algoritmo. Eventualmente posts interativos né, stories, alguma coisa nesse sentido, e a gente usou o Instagram recentemente com uma série de postagens para o lançamento da camisa né, a gente inclusive organizou o lançamento da camisa para o dia do aniversário do Marias de Minas, então a gente seguiu fazendo uma série aí de *reels*... então o objetivo do Instagram é uma coisa mais educativa, informativa, a gente tá com uma agenda de reposts agora do final de junho que está bem bacana sabe, então o objetivo é isso, é trabalhar mais na ótica de levar conhecimento, sabe, e debates. O Twitter ele já tem uma pegada mais leve, mais humorística, mais de meme, enfim, pra dar aquela aproximação mais leve para com o público, então é mais ou menos, a gente tenta fazer mais ou menos dessa forma.

**Jeferson:**

**Quais seriam as estratégias, as políticas de comunicação, que o Marias de Minas utiliza nas redes sociais?**

**Gabriela Silva:**

A gente tem uma agenda né, igual eu te falei, que a gente pega as datas e constrói encima disso, aí mês a mês a gente vai vendo o que que precisa, se precisa de uma adequação, igual esse mês tem o seminário, então a gente já teve que incluir uma série de coisas dentro da temática do seminário dentro da nossa agenda né, então vão ter posts direcionados pra isso, mas a gente tem um arquivo que tem uma agenda ali que a gente consegue mexer né, hoje quem está na coordenação da comunicação é a Lud com o Lucas, então basicamente quem tem feito os textos é o Lucas, mas a gente sempre ajuda né assim, ele geralmente faz uma base e a gente ou corrigir alguma coisa, ou dá alguma sugestão, alguma coisa assim. A questão da arte a gente tá com um problema grave porque a gente tinha uma pessoa no grupo que estava fazendo, mas não é uma pessoa profissional, então assim não estava tão do jeito que a gente gostaria que ficasse, aí a gente conseguiu uma pessoa que fez os posts do lançamento da camisa, a gente já viu um outro padrão de qualidade, aí eu e o luri a gente ficou super empolgados só que ele não quis continuar por demandas de trabalho e tudo mais, ele até fez de uma forma voluntária pra gente, aí eu falei com o luri: “Nossa a gente tá agora a gente tá...” Aí o post do dia do Orgulho foi até o Lucas que fez também, até a parte da arte, então assim, um pouquinho ele se arrisca, mas a gente tá em busca de um designer pra chamar de nosso, entendeu, a gente tá tentando se virar ali, com umas coisas, uma artes mais básicas, mas assim, a gente tá tentando achar alguém pra trabalhar, mas entra naquela questão de a gente não ter uma verba né, então isso complica um pouco. A questão da frequência, a gente ficou um pouco sem uma frequência né, mas a gente tá retomando isso agora é a ideia é que a gente consiga assim três posts pelo menos por semana a gente vai tentar manter, sabe? Mas não sei se a gente vai conseguir, mas a gente vai tentar manter uma certa regularidade.

**Jeferson:**

**Para você, qual a importância das mídias digitais para a comunicação com a torcida?**

**Gabriela Silva:**

Sem dúvida as mídias têm um papel fundamental na atuação do Marias de Minas, isso aí é incontestável né, porque eu acredito que as mídias elas possibilitam uma conexão direta e contínua com a torcida né, então, tanto no Instagram quanto no próprio WhatsApp mesmo. Às vezes eu abro o WhatsApp em dia de jogo do Cruzeiro tem oitocentas mensagens no grupo, então assim, eu acho que através dessas redes a gente consegue divulgar eventos, promover campanha de conscientização, afirmar nossa existência e criar um senso de pertencimento. Eu acho que esse senso de pertencimento é fundamental pra gente conseguir furar a bolha sabe, e só as mídias conseguem fazer isso. Quando a gente fura a bolha a gente consegue essa conexão, a gente consegue conectar as pessoas que não se sentem representadas, que não se sentem acolhidas, que não se sentem vistas nas arquibancadas regularmente e enquanto torcedor né, porque assim, o preconceito ele não deixa um homem gay gostar de futebol, aí o contrário, a mulher se gostam de futebol é porque ela é homossexual. Não necessariamente. Uma coisa não tem nada a ver com a outra. E aí eu acho que é isso, eu acho que a gente consegue criar essa conexão, esse senso de pertencimento e isso permite que a gente construa uma narrativa onde a gente não é só o alvo né, onde a gente vira um protagonista. E eu acho que as mídias têm uma importância gigantesca para isso.

Eu também assisto jogo do Cruzeiro eu sempre olho no decorrer do jogo o WhatsApp sabe, pra ver o que o povo tá falando ali, é exatamente isso assim, é gosto esse, ainda que virtualmente, é gostoso esse senso de pertencimento, de união né e de que está todo mundo ali no mesmo barco, ninguém tá julgando ninguém ali.

**Jeferson**

**Você considera que a midiatisação do futebol (presença constante da mídia no futebol) afeta a ação do coletivo no combate à LGBTQIA+fobia? Se sim, como?**

**Gabriela Silva:**

Eu acredito que esse movimento de midiatisação do futebol, eu penso que ela aproxima o público do futebol e a pauta LGBT. Eu entendo que esses assuntos eles conseguem se misturar com mais fluidez no espaço midiático porque a gente não

tem fronteira na mídia, não tem cerca na mídia, os assuntos eles perpassam e é aí que eu penso que a coisa acontece sabe, porque a gente consegue ter uma visibilidade a essas pautas que foram silenciadas historicamente dentro das arquibancadas, dos estádios, dos clubes, então eu acho que quando a gente consegue ocupar esse espaço, mesmo que pontualmente, mesmo que batendo no estranhamento, mesmo que batendo na ferida ali da homofobia, do sistema, a nossa mensagem está sendo passada, a gente tá alcança um universo, entrando em um universo que é preenchido predominantemente pela homofobia, misoginia, machismo, pelo puro suco do patriarcado, então eu acho que isso a midiatização do futebol faz, que é conseguir fazer com que a gente se aproxime de longe sabe.

Eu não sei se necessariamente é uma desvantagem porque partindo do pressuposto que a manutenção do status quo do machismo dentro do futebol ela vai acontecer presencialmente, ela já acontece presencialmente desde que o mundo é mundo, não é a midiatização que faz com que isso seja expresso. Entende o que eu estou falando? Agora, a gente consegue usar essa ferramenta da midiatização justamente para levar o tema que não chega no presencial onde ele precisa chegar. É por isso que eu acho que talvez a vantagem seja maior do que a desvantagem. Entendeu? Porque ali no estádio, na esplanada do Mineirão eu não vou conseguir falar com o cara que ele... né, eu nem trouxe aqui por questão de educação, mas os cânticos homofóbicos das torcidas né, eu não vou conseguir virar pro cara e falar que ele está sendo homofóbico com aquele determinado canto, ele não vai nem escutar. Mas quando a mídia chega, quando pelo WhatsApp, pelo Instagram chega de alguma forma chega, pela midiatização chega nele, ele fala "Perai". Ele vai repelir aquilo ali da mesma forma, mas ele já vai tendo um contato, então eu acho que essa é a grande sacada da midiatização com a ação dos coletivos. Porque, presencialmente, a gente corre risco de vida, pela mídia a gente está, de certa forma, entre muitas aspas, protegido.

**Jeferson:**

**De forma ampla, como as redes sociais ajudam na luta contra a LGBTQIA+fobia no futebol?**

**Gabriela Silva:**

Eu penso que com certeza. Com certeza as mídias sociais têm papel fundamental nessa luta contra a LGBTfobia no futebol né, porque é um espaço de articulação política, de produção de conteúdo, de conscientização, de mudança de paradigma, então por meio das redes a gente consegue muita coisa, a gente consegue denunciar práticas LGBTfóbicas, a gente consegue dar visibilidade pra torcida, a gente consegue mobilizar campanhas, ação de combate a LGBTfobia, a gente consegue promover debates né, e aí enfiar o dedo na ferida, exatamente onde eu te falei, chegar em espaços que a mídia tradicional não chegaria, nos clubes, nas federações, porque a gente fala muito dos clubes mas e as federações, qual é o papel das federações neste combate? Então assim, sem sombra de dúvida as mídias sociais têm uma importância fundamental nessa construção, porque elas possibilitam a gente encontrar tanto quem já está sensibilizado com a pauta, quanto quem ainda não teve nem sequer nenhum contato com essas discussões. Que aí a gente entra de novo naquela questão da fluidez né, então quem tá ali já sensibilizado vai engajar, e quem sequer teve o contato, vai ter o contato, e aí tem o contato uma, duas, dez vezes, até que a pessoa fala “Peraí”, não é? Então eu acho que a mídia ela agrega muito nesse ponto né, e por criar o sentimento de comunidade, de pertencimento, de falar tipo “Nossa, eu sou um homem que gosta de futebol”, né, “Mas eu não sou o único, tem um outro cara ali, olha tem um outro aqui, olha tem um coletivo”, entende? Então, esse senso de pertencimento ele é muito palpável na questão das mídias e eu acho que é isso sabe, durante uma vida inteira torcedoras LGBTs existiram, desde que o futebol existe torcedores LGBTs existem e se sentem deslocados, invisíveis, amedrontados, então as mídias permitem com que haja uma coesão, um olhar para o outro e falar: “Olha, tamo aqui, não, tamo junto, eu também, eu também”, sabe aquela coisa assim de turma mesmo, de “vamos nos unir pra gente poder combater as ameaças”, eu acho que as mídias são fundamentais nisso

**APÊNDICE D – Transcrição da entrevista realizada com Beatriz França, membro do coletivo Vasco LGBTQ+, dia 17 de junho de 2025:**

**Jeferson:**

**Pra começar, fala pra mim o seu nome, há quanto tempo existe o coletivo e o que você faz?**

**Beatriz:**

Meu nome é Beatriz, eu atualmente sou uma das administradoras, uma das responsáveis pela Vasco LGBTQ+, tem cerca de uns três anos que eu tô a frente, literalmente a frente né, como responsável, antes disso, eu não fui a idealizadora da Vasco LGBT, eu cheguei, eu entrei logo no início, logo nos primeiros dias, mas não fui a idealizadora, foi uma outra menina, só que ela por questões familiares, questões de relacionamento, ela acabou se afastando um pouco do propósito da Vasco LGBTQ+, por conta de religião e tudo mais e ela decidiu que não fazia mais sentido pra ela, a gente respeitou e ela deixou a mim e o Rafael a frente desde então. É mais ou menos uns quatro anos, foi ali em meados de 2021 mais ou menos isso, então atualmente eu e o Rafa somos os dois únicos responsáveis, as únicas pessoas que falam literalmente pela Vasco LGBTQ+.

**Jeferson:****O coletivo existe há quanto tempo?****Beatriz:**

Foi formado em torno de abril ou junho de eu não lembro propriamente, mas já foi durante o período da pandemia de 2020 e o propósito do coletivo assim era muito “pequeno” entre aspas, a gente nunca imaginou que fosse tomar a dimensão que tomou, era um período que a gente precisava de um pouquinho, o LGBT em si ele já precisa de acolhimento naturalmente né, a gente é tão atacado, tão perseguido o tempo todo que acolhimento entre os nossos é algo que é sempre muito necessário. Então a gente já tava num momento muito frágil que era o período de pandemia, os jogos paralisados, foi uma forma da gente encontrar não só acolhimento pelo momento que a gente tava passando, mas de conseguir encontrar espaço, local de fala, pra poder torcer, porque pra quem é LGBT a gente sabe o quanto é difícil estar no meio do futebol, o quanto é sexista, machista, preconceituoso, homofóbico... é muito difícil, a gente sabe isso, e olha que eu acho que nos dias de hoje, 2025, melhorou consideravelmente, mas falando no contexto de 2020 era um momento em que a gente tava precisando muito de, eu acho que a melhor palavra é essa mesmo, de acolhimento, e a gente precisava ter um espaço de segurança pra gente poder conversar, pra gente poder se expressar, pra falar de Vasco, pra falar até mesmo da

situação de vida e a gente tá passando um momento tão difícil mundialmente falando né, e a Vasco LGBTQ+ nasce exatamente nesse sentido, de querer prestar esse acolhimento, de trazer, de estar mais perto do Vasco de algum forma e em grupo.

Eu acho que a pandemia foi um momento complicado pro ser humano em geral, mas eu acho que pro LGBT foi quinze vezes pior, porque a gente tinha aqueles LGBT que não podiam se abrir em casa então usavam a rua, o trabalho, a escola, o que fosse, pra poder conseguir se sentir um pouco mais livre, do nada a gente se vê precisando estar confinado em casa, em família. Eu tento não levar muito pro lado da religião porque eu conheço muita gente muito religiosa que super apoia, minha irmã mesmo ela é evangélica e ela não cala a boca se alguém fala de homossexual ela na mesma hora levanta, defende e começa um debate, então assim, eu não gosto muito de levar pra esse lado, mas vamos falar assim, era muito complicado um LGBT adolescente, porque na maior parte ali, no nosso início, a maior parte era adolescente, era uma galera assim jovem adulta, que tava começando a entrar na vida adulta de verdade, no máximo ali entre os vinte e poucos, eu acho que eu era uma das mais velhas ali, então assim, era um momento muito difícil de você precisar estar confinado em casa e as vezes confinado com pessoas extremamente conservadoras, muitos LGBTs sendo colocados pra fora porque, naquele momento de desespero, sem saber o que ia acontecer da própria vida, alguns chegaram a se assumir pra família, imagina, se assume pra família, é colocado pra fora de casa num período de pandemia, de incerteza com uma doença que tava matando meio mundo, então assim, eu acho que isso foi que impulsionou, por isso que a gente tem tantos coletivos mais ou menos ali da mesma época, porque foi uma forma da gente encontrar apoio, eu acho que é isso mesmo, foi um caminho que a gente encontrou pra poder ter apoio.

**Jeferson:**

**Qual importância você vê de um grupo de torcedores se juntarem com esse objetivo?**

**Beatriz:**

É até interessante falar nisso, eu até li, acho que foi ontem, uns dois dias atrás, eu li um trecho de uma entrevista que o Griezmann deu a alguns anos atrás falando



exatamente dessa questão do meio do futebol ser tão tóxico e por isso que alguns jogadores são LGBTQIAPN+ e não tem coragem de se assumir, de falar, e curiosamente o Richarlyson a cerca de um mês, um mês e meio, deu uma entrevista falando que ele sabe que ele recebe menos reconhecimento no São Paulo pelas coisas que ele fez exatamente por ele ser parte da comunidade. Então assim, não vai acontecer de dentro para fora, a gente pode ter um German Kano, um Griezmann, um Richarlyson, deixa eu pensar outro jogador aqui... um Nino, sabe, a gente pode ter um jogador que vá lá, vai levantar a bandeira, vai prestar solidariedade, vai prestar apoio, mas dificilmente você vai ver um membro da comunidade e que é do meio do futebol, pô, vamos fazer um raciocínio rápido aqui, só na série A a gente tem 20 times, vamos colocar que cada time tem, pelo menos, 25 atletas, só aí a gente tem mais de 500 atletas, você acha que em um nicho de mais de 500 atletas não vai ter um LGBT? É impossível! Então assim, eu acho que a importância dos coletivos, a importância das torcidas, a importância do combate que a gente faz de fora pra dentro é exatamente essa. A gente primeiro tem que solidificar um apoio entre os torcedores, criar um núcleo, a gente conseguiu, criou um núcleo entre os torcedores que fez com que a gente conseguisse ficar seguro dentro dos estádios. A princípio não foi fácil, não foi, principalmente pra gente que era vascaíno, a gente passou a andar com uma camisa colorida que gritava quem nós éramos, a gente andou com um alvo nas costas durante muito tempo, nem todo mundo que usava a camisa colorida era gay, mas era o fato que de alguma forma estava apoiando a comunidade, então assim, a gente passa a andar com um alvo, e, não vou dizer com muito custo, mas com algum custo a gente conseguiu transformar aquele micro mundo da arquibancada do Vasco, onde a gente tinha um micromundo menor ainda da nossa torcida, num lugar mais acolhedor. Hoje em dia um LGBT vai para São Januário com menos medo de ser alvejado por ser LGBT, pode acontecer por um milhão e meio de outras coisas, pode acontecer o assédio, pode acontecer uma briga por conta de política do clube, pode acontecer uma briga por conta de política nacional, mas dificilmente a gente vai ter essa briga por ele ser um LGBT, porque a gente conseguiu mudar aquele micromundo dentro da arquibancada do Vasc. Então, o processo que a gente tenta fazer, pelo menos na minha cabeça funciona dessa forma, é exatamente esse, trazer o acolhimento de fora pra dentro, porque se algum dia alguém levantar o braço, vamos supor um jogador do Vasco levantar e falar assim “Po, eu sou gay”, ele vai saber que de alguma forma ele pode

se sentir acolhido ali. Vai ser difícil dentro do vestiário? Com toda certeza. Eu não consigo imaginar um jogador levantando a mão pra falar que é gay dentro de um vestiário, sabendo como é a realidade desses jogadores dentro do vestiário, mas eu acho que o principal trabalho hoje dos coletivos a gente conseguiu, principalmente os quatro que pra mim são pilares, que é o LGBTricolor, a Vasco LGBTQ+, o PorcoÍris e o Marias de Minas, eu acho que esses quatro coletivos conseguiram de alguma forma mudar um pouco dentro das suas bancadas a questão do respeito e da luta contra a homofobia. Então o trabalho é esse, a gente promover um local de apoio e de acolhimento para que, se um dia isso vier a acontecer, que eu acho um pouco difícil ultimamente, o impacto, vindo da arquibancada pra dentro seja bem menor e para o próprio torcedor também né, eu acho que é importante o torcedor LGBT saber que, eu conheço gays extremamente afeminados, que é muito difícil da gente ver gostando de futebol, que curtem, que gritam... Eu tenho um amigo que ele é assim muito, muito muito afeminado, ele é muito afetado, ele mesmo fala isso “Eu sou extremamente afetado, eu reconheço isso”, ele gosta de andar com roupas mais femininas... aí quanto ele está no estádio torcendo pelo time dele ele vira um macho alpha que até a voz engrossa, eu falo: “Cara, quem é você? O que que aconteceu aqui? Que pokémon é esse?”, porque assim, é uma paixão nacional, o brasileiro ele tá muito intrinsecamente ligado ao futebol, então é impossível que dentro da própria comunidade não ia ter pessoas que gostassem do futebol e não se sentissem seguros e acolhidos por conta do ambiente que é o futebol.

**Jeferson:**

**Existe algum diálogo entre o coletivo e algum setor do clube?**

**Beatriz:**

Hoje não. hoje não, infelizmente. E aí eu vou voltar um pouco a história pra te colocar nessa linha do tempo pra ver se eu consigo te explicar melhor o que que acontece nesse momento dentro do Vasco. Em 2020... 2019, meados de 2019 pra 2020, não foi em 202 que o coletivo passa a existir em 2020, em meados de 2020 já ali quando começa a flexibilizar as questões eu fui procurada pela nós fomos procurados pela gestão do Vasco na época, que era a mais Vasco do presidente Jorge Salgado, e na figura do Horácio e do Chico Cronenberg, a gente procurado porque tinha surgido um debate nas redes sociais do Vasco sobre uma camisa

colorida. E aí quando o debate surgiu, a galera do marketing e da Responsabilidade Social do Vasco que é algo muito intrínseco do Vasco, não sei como funciona nos outros clubes, mas no Vasco isso é um setor que não se acaba, ele às vezes muda de nome, fica menor, fica maior, mas não se acaba, porque as causas sociais do Vasco são extremamente importantes para o Vasco, não existe Vasco da Gama se não existir a defesa as causas sociais do Vasco, então a gente é procurado por eles e eles falam assim: “A gente já tava pensando em fazer algo grande, mas por conta do debate a gente decidiu fazer uma coisa maior ainda e a gente quer o apoio de vocês”, e assim, a princípio eu fiquei extremamente chocada, isso aí é caô, eles estão chamando a gente lá, eles vão apresentar alguma coisa, fazer uma postagenzinha, vai ficar por isso mesmo. E não, eles realmente queriam fazer algo grande. Conforme eles iam mostrando e falando pra gente eu fui ficando e falei: Não é possível que isso tá acontecendo... É sonho, me belisca porque isso não pode ser real”... E então assim, a gente teve muitas conversas, muitas tratativas, a gente a gente participou ativamente de todo o processo de criação, finalização, de todo processo de campanha, na época a gente ainda tava com os estádios fechados, os jogos estavam acontecendo sem torcida e a gente foi convidado pra poder participar do jogo do lançamento da camisa, foi um dia assim, eu sempre brinco que eu nunca sonhei com esse tipo de coisa, não vou mentir pra você e falar assim: “Eu sempre sonhei que o Vasco fosse fazer um negócio desse e que eu ia participar”, não, nunca sonhei, eu nunca imaginei que isso fosse possível, mas quando eu tava ali vivendo eu falei “Cara, é um sonho que eu nunca sonhei mas eu tô muito feliz de estar vendo acontecer”, então foi um período, o momento não era bom tá, o Vasco estava na série B, não estava numa boa fase na série B, a gente tava numa curva bem baixa de crescimento, então assim era um jogo chave que se o Vasco perde aquele jogo a situação ia ficar muito pior, então assim, tinha muita coisa em risco naquele dia, muita coisa e o torcedor vascaíno é um torcedor extremamente supersticioso, se o Vasco joga com aquela camisa e perde dentro de São Januário, pronto, acabou, nunca mais a gente ia ouvir essa discussão de novo, então assim, quando a gente consegue ganhar o jogo, o German Kano levanta a bandeira, acontece aquilo tudo, foi assim, eu não consigo nem explicar, foi mágico pra gente de alguma forma, não só pra gente LGBT, mas pra todo vascaíno que é mais progressista nesse sentido, que tá mais dentro da parte esquerda do nosso país, então assim, eu acho que foi muito libertador pra gente passar por aquilo, e aí logo depois gente vê o processo de

SAF, no ano seguinte a gente teve uma festa maior ainda, a gente teve uma outra camisa que essa camisa não foi tão escrachada assim, mas tinha lá os, foi até mais legal porque ninguém notou e a gente pode usar isso na campanha: “Ó, vocês não notaram, mas tá aqui, então o mundo tem que ser dessa forma”, então a festa foi linda, a gente colocou fumaça com as cores do arco-íris, bandeira, foi incrível, e aí logo depois a gente vêm para aquele processo de venda de SAF, o Vasco é vendido pra SAF da Triple Seven né, a gente passa por todo aquele processo, o Vasco continua num momento desportivo não favorável e as coisas começam a acontecer, e até aí tava tudo fluindo bem, apesar das dificuldades, apesar de tudo que a gente tava passando, de não ser um momento desportivo bom pro Vasco, das questões extracampo que o Vasco passava, a gente conseguia conversar, debates, o Vasco cumpria uma agenda positiva com a gente, a gente tinha uma ligação direta com eles, só que do ano passado pra cá isso mudou. O Vasco elege um presidente que é claramente e abertamente conservador, um presidente que foi para as redes sociais falar que a pandemia, na época da pandemia, aconteceu por conta de um desfile de carnaval. Então assim, a gente passa a ter um presidente que não iria se importar. E a promessa era que: “Não, a gente vai manter o diálogo” ... Mentira, nada aconteceu. E aí a gente começa uma série de embates direto com eles. Hoje em dia eu não tenho nenhum tipo de comunicação direta com o Vasco, eu tenho comunicação com algumas pessoas que eu conheço de dentro do Vasco que se tornaram amigas minhas, pessoas que eu respeito muito pelo trabalho e eles mesmo falam: “Cara, às vezes a gente quer fazer alguma coisa, mas a gente é travado, a gente não consegue”. Então assim, hoje não existe comunicação. eu precisei brigar para que o Vasco fizesse uma postagem sobre Orgulho LGBT no início do ano, então atualmente não tá fácil, tá complicado, tá muito difícil, o argumento que eles usam é que “O momento desportivo do Vasco não permite”, desculpa, mas o momento desportivo do Vasco hoje é melhor do que era antes, não é bom, mas é melhor do que era antes e antes foi feito, então assim, é muito mais bonito chegar e falar: “Eu não quero fazer. Não gosto. Não vou”, porque pelo menos eu tenho com o que brigar nesse sentido, mas é isso, infelizmente durante a gestão atual a gente já sabia que seria dessa forma e é uma gestão que está destruindo o social do Vasco.

**Jeferson:**

**Quais plataformas vocês mais utilizam na comunicação do coletivo?**

**Beatriz:**

Atualmente só o X (antigo Twitter). A gente até tinha uma página no Instagram, mas ano passado ela foi denunciada, a gente tentou até salvar, conseguimos contato e o Instagram falou que iria liberar, logo depois a gente foi hackeado e aí fomos banidos de novo, era uma página que inclusive a gente nem usava muito, então assim falei: “Deixa pra lá, vamos focar onde a gente consegue trazer mais visão positiva pra causa e visão positiva pro grupo em si”, e atualmente a gente só tem realmente o X.

**Jeferson:**

**E vocês não pensam em criar outra conta no Instagram?**

**Beatriz:**

Como eu estava te falando, por nesse momento a gente não ter uma facilidade de diálogo direto com o Vasco e somos só dois, então é muito difícil a gente se concentrar em mais de uma frente ao mesmo tempo, é trabalho, família, faculdade, um monte de coisa e ainda tem a Vasco LGBTQ+ que também é uma prioridade pra gente, então assim, é muito complicado se dividir em mais de uma frente pra poder conseguir trazer visibilidade positiva, então a gente optou por ficar só no X, porque é onde a gente tem um público maior, é onde a maior parte da torcida do Vasco realmente tá, o meio mais fácil da gente se comunicar é sempre por ali, no próprio Instagram a gente não tinha muitas, a maior parte que a gente recebia lá era realmente hate, até por ser uma rede social que é mais propensa a isso, então, até mesmo pra evitar esse desgaste que a gente fica tendo com tudo isso a gente optou por manter só essa frente. Não sei se futuramente, de repente com mais tempo, ou com mais estudo sobre marketing, ou com mais gente pra ajudar a gente volte com o Instagram, mas nesse momento a gente vai manter só o X mesmo.

**Jeferson:**

**Dentro do X hoje, qual a estratégia política de comunicação que vocês utilizam pra comunicar com o torcedor? Tem alguma frequência? Pautas? Agendas?**

**Beatriz:**

Como eu te falei, eu acho que isso também é de torcida pra torcida né, eu acho que hoje existem algumas torcidas que tem um engajamento melhor dentro do X e algumas que tem o engajamento maior dentro do Instagram, o Vasco é, necessariamente, quase tudo dentro do X. As tretas que acontecem são lá, as reclamações que acontecem são lá, as confusões que acontecem são lá, então assim, um vascaíno quer entender o que está acontecendo com o Vasco, a rede social que ele tem que procurar é o X. Acho que muito por isso também existe muito esse jogo né, eu sei que, eu acho que o pessoal do PorcoÍris conseguem fazer um equilíbrio entre as duas, os meninos do Marias de Minas eu sei que é mais no Instagram, e a gente é literalmente só X, nosso foco é só ali. A gente não cumpre agendas, a gente não cumpre um horário, é muito na base do: “Cara, isso aqui não tá legal, isso aqui tá legal, vamos fazer? Vamos fazer!”, vai lá e faz, entende? Às vezes a gente faz sem nem falar com o outro, ó: “Já fiz, depois tu vê o que eu fiz aí como é que vai repercutir”. A gente costuma tentar cobrir os jogos, mas não de forma jornalística como as outras páginas fazem, por exemplo, se a gente está no jogo, se a gente está em São Januário, quem tiver sinal vai postando: “Porra, juiz filho da puta”, “O Vasco não tá jogando nada”, e posta vídeo da torcida... a gente tenta fazer dessa forma. Se estamos em casa então cada um posta do seu jeito, e é muito fácil de ver quais dos dois está postando, os amigos da gente mesmo falam: “Cara, depois que a gente conheceu vocês, é muito fácil saber quando a postagem é do Rafael, quando a postagem é da Bia, porque vocês têm tons completamente diferentes”, às vezes um posta falando mal de um jogador e logo junto o outro posta falando bem do jogador. A gente não segue um perfil de comunicação, eu sei que a maior parte dos coletivos hoje são muito bem organizados, têm equipes organizadas, tem até equipe de marketing, trabalham com designer... a gente é tudo só eu e ele, na cara e na coragem, de vez em quando a gente arruma um amigo que faz um negócio aqui, outro amigo que faz um negócio ali e a gente vai levando, até porque eu não vejo a gente transformando a Vasco LGBTQ+ em uma torcida organizada, o propósito não é esse. Assim como eu também não vejo a gente transformando a Vasco LGBTQ+ num meio de renda pra gente, não. O Vasco LGBTQ+ não é um fim de lucro pra mim e pro Rafael, ela é um fim de luta. É um fim de acolhimento. É um fim de estar mais próximo do Vasco. Cara, eu nunca, tirando as camisas que a gente ganhou na campanha do Vasco, que aí eles deram pra gente, foi um presente que o Vasco deu, a gente nunca lucrou dez centavos com

nada vindo da Vasco LGBTQ+, não é o nosso propósito, não é o que a gente quer, tanto que a gente tenta nem deixar as nossas redes sociais muito em evidência dentro da Vasco LGBTQ+, ele tem o X dele e eu tenho o meu e a gente tenta não trazer isso pra dentro da Vasco LGBTQ+, a Vasco LGBTQ+ é uma, vou chamar ela de uma entidade independente, assim como o Vasco foi criado pelo seu social, a Vasco LGBTQ+ tem um fim social, a gente não quer, a gente não vê, pelo menos não neste momento, não vou dizer que jamais vai acontecer porque eu não sei o dia de amanhã, não sei se surge alguma outra oportunidade, se um de nós dois muda de ideia, mas hoje não é o nosso foco, a gente não quer lucrar com a Vasco LGBTQ+, a gente quer ajudar o máximo de pessoas possível e a gente quer ajudar o Vasco o máximo possível.

A gente tenta dialogar o melhor possível com o torcedor, a gente durante muito tempo não batia boca com os haters que chegavam, mas o Rafael brinca que tem dias que eu tô atazanada da vida, virada no jiraya e eu dou umas respostas malcriadas lá, aí o pessoal fica assim: “Calma Bia, vai morrer do coração, se controla”, porque assim, a Vasco LGBTQ+ ela quer dar voz a nós, ao torcedor do Vasco LGBTQIAPN+, o nosso propósito é dar voz aos nossos, e quando a gente deixa de postar alguma coisa ou a gente posta alguma coisa e debate essa coisa com algum hater, a gente deixa de dar voz a gente pra dar voz pra eles, a gente passa a deixar que o que eles estão dizendo tome foco maior do que o que a gente quer dizer, então a gente tenta não debater, não discutir, não brigar, às vezes a gente faz uma gracinha, eu sou mais explosiva do que o Rafael nesse sentido, eu costumo ficar mais revoltada com algumas postagens e acabo debatendo muito mais do que ele, mas de vez enquanto eu também paro e falo: “Será que vale a pena mesmo discutir por causa disso?”, “Deixa essa porra pra lá, deixe ele falar abobrinha que ele quer”, às vezes os próprios torcedores vêem uma postagem que não tá legal e eles mesmo vão lá e resolvem e se envolvem na questão, porque quando a gente passa a perder o nosso tempo com esses debates a gente também corre o risco de perder a nossa razão, porque a raiva ela cega a gente de uma tal forma e a gente tá tão acostumado a ser atacado o tempo inteiro, que tem uma hora que a raiva explode e a gente acaba perdendo a nossa razão, então o ideal é: “Ah, falou? Tá bom, tá bom, deixa aí, fica aí, toma aí seus cinco segundinhos de fama e vida que segue”.

**Jeferson:**

**Vocês têm algum grupo de WhatsApp para torcedores também?**

**Beatriz:**

Temos. A gente brinca que é terapia de grupo né, porque com o Vasco a gente precisa de terapia em grupo. A gente tem um grupo ali com cerca de 60, 70 participantes, não tenho certeza, esse grupo também está aberto desde 2020, é o mesmo grupo, algumas pessoas saíram, algumas pessoas chegaram, umas saíram e voltaram, mas é exatamente nesse intuito de resenha, a gente não tem uma finalidade de organizar para alguma coisa, não, às vezes: “Ah, vamos ver o jogo junto?”... “Ah, tô vindo de São Paulo pra ver o jogo do Vasco, vamos?”... “Po, tô indo pra Minas, o Vasco vai jogar em Minas e a gente tá indo”, então assim, é mais no sentido de organizar entre a gente como um grupo de amigos faria do que realmente organizado pelo coletivo, pela torcida e tal.

No final das contas é isso né, o futebol é isso. Quando a gente pensa em futebol no Brasil, e aí eu não vou falar a nível clubes, vou falar a nível seleção, a primeira coisa que vêm na cabeça da gente é Copa do Mundo, a gente reunido com a família, reunido com os amigos, no bar, na rua, no Pelourinho, não sei, em qualquer lugar a gente tá sempre reunido pra debater, pra reclamar, pra chamar de bagre, pra chamar de craque, não importa, o futebol no Brasil é muito mais que um campo e 22 homens correndo atrás de uma bola, ele é muito mais do que isso, muito mais. Ali as pessoas falam: “Ah, é pão e circo”, o brasileiro precisa de pão e circo gente, a nossa vida tão dura, a nossa realidade é tão difícil, que qualquer momento de lazer pra gente, qualquer momento de lazer em família, com amigos é importante, e o esporte é isso. Hoje em dia eu acho que não só o futebol, mas o vôlei também traz um pouco disso para o brasileiro, mas o brasileiro está intrinsecamente ligado ao futebol. “Ah, mas eu não gosto de futebol”, mas eu duvido que você nunca parou um dia da sua vida pra assistir um jogo da Copa do Mundo, o jogo beneficente da Chape quando o avião caiu, você parou pra assistir, então assim, é muito ligado ao ser do brasileiro. O pessoal fala: “O argentino tem uma relação diferente da nossa com o futebol”, eu acho, com certeza, eles são muito mais alucinados e apaixonados do que a gente, mas eu também acho que a nossa relação é diferente.

Hoje se você perguntar pra qualquer torcedor no mundo, qualquer cara apaixonado pelo futebol, no mundo não, qualquer torcedor no Brasil apaixonado por futebol, se



você virar pra ele e falar assim ó: “A Seleção brasileira ganhar as próximas três Copas ou seu time ganhar a Libertadores?”, os caras vão falar: “Meu time ganhar a Libertadores”, eu falo isso, não precisa nem me oferecer as três Copas, se você falar assim: “A Seleção ganhar três Copas ou seu time ganhar um carioca” eu tô falando: “Um carioca, fácil”, qualquer coisa, porque a nossa relação, muito por conta da política nacional, deixou de ser uma relação tão próxima com a seleção brasileira, mas isso não deixou de ser próximo com o nosso clube do coração. Pelo contrário, eu acho que aquela carência que a gente tira daqui, da seleção brasileira, a gente coloca ela toda focada dentro do nosso clube. Antigamente, tinha jogo eliminatório da Copa parava, o Brasil parava pra ver acontecer, hoje em dia não funciona assim. Mas hoje o Brasil tá parado pra ver o Mundial de Clubes, as pessoas tão deixado de trabalhar pra assistir o Mundial de Clubes, de repente se fosse uma Copa do Mundo com jogo da Seleção as pessoas ficariam felizes pelo ponto facultativo de não ter que trabalhar, de ficar liberado mais cedo e tudo mais, mas a relação que deixou de existir com a Seleção eu acho que ela passou a ser três vezes maior com o time do coração daquela pessoa.

**Jeferson:**

**Como o Coletivo enxerga a importância das mídias sociais para a comunicação com a torcida?**

**Beatriz:**

Eu acredito que a gente não faz nada sem internet, mídia social hoje. Tudo está muito interligado né. A melhor forma de globalização atualmente é exatamente essa, por meio de redes sociais. Vou usar até um parêntese do Vasco pra falar isso, a gente tava com uma questão de dificuldade de crescer em números dentro das redes sociais do Vasco, eu sei disso porque eu conversei com o menino do marketing na época, e aí veio o Luva de Pedreiro, que é vascaíno, e aí quando o Vasco passa a fazer postagem junto com ele no TikTok, no Instagram, no X, trazer ele mais pra dentro do Vasco, o bum de visualização, o bum de seguidores é muito grande. Então assim, comunicação, acho que nem comunicação, mas você conseguir expandir uma ideia, expandir um diálogo sem mídia social não existe hoje. Não existe. Eu tenho um irmão de quatro anos de idade, meu irmão de quatro anos de idade ele não mexe em mídias sociais, mas ele mexe no Youtube, que é uma

plataforma de “streaming” entre aspas, então assim, hoje o meu irmão vê vídeos do Vasco pelo Youtube, então não existe um meio da gente se comunicar com qualquer pessoa que não seja por mídia social, até mesmo pra gente, porque se a gente for pro debate direto, pro diálogo frente a frente a gente não conhece, porque o torcedor perde o interesse muito fácil.

Até porque se a gente não utiliza essas redes sociais, se a gente não utiliza essas mídias, a gente acaba se calando, porque como a gente atinge grandes quantidades de pessoas, grandes visualizações senão por esse meio? Então eu acho que não utilizar ou ser um crítico radical, ferrenho a essas a essas mídias sociais isso é muito mais, a longo prazo, é muito mais danoso pra gente que quer comunicar, do que pra quem está recebendo, porque ele vai continuar recebendo de qualquer forma, não vai ser dez, vinte, mil pessoas, não vai ser isso que vai mudar o quanto ele vai receber, porque vão continuar usando, vão continuar consumindo. Então a gente tem que aprender a usar a máquina a nosso favor, vou usar um exemplo aqui que não é nem relacionado a mídias sociais, mas há um tempo atrás, não sei se você viu, que viralizou uma música da torcida do Vitória, aquela do “Chama Samu”, que ela têm , obviamente, um cunho homofóbico, e aí eu lembro que na época no grupo, se não me engano foi até no grupo da Canarinhos mesmo, foi o caos, “Não, porque tem que denunciar”... eu falei: “Gente, olha só, porque a gente não tenta mudar um pouco a forma como a gente lida com determinadas coisas?”. A música é boa. Ela tem um cunho homofóbico? Com certeza. Mas ela fica na sua cabeça que do nada você percebe que tá cantando aquela porcaria. Por que que a gente não tenta usar isso a nosso favor? Por que que a gente não pega essa música e tenta fazer uma paródia com ela trazendo para o nosso lado? Porque quando a gente faz isso, a gente tira a voz deles e traz pra gente de novo. Deixa de ser sobre a homofobia deles e passa a ser sobre a nossa forma de comunicar. Eu lembro que na época inclusive a gente fez uma paródia pra torcida do Vasco, chegaram a cantar isso no estádio uma vez e assim, foi bem curioso porque foi um núcleo pequeno nosso que começou a cantar e o pessoal pegou e começou a cantar junto e eu falei: “Tá vendo, deixou de ser um debate sobre um canto homofóbico que conservadores estavam defendendo, pra passar a ser uma coisa divertida e engraçada pra gente também”. Então eu acho que têm que haver sim denúncia, que têm que haver debate, têm que haver sim reclamação, botar o dedo na ferida, mas, às vezes, a gente perde tanta energia indo pelo lado combativo, quando a gente pode transformar aquilo de outra

maneira. Eu acho que a mesma coisa que acontece com as mídias sociais atualmente.

Da mesma forma como anos atrás a Beija-Flor (escola de samba) teve coragem de botar um Cristo com um saco preto envolta e uma placa escrito “Mesmo proibido, olhai por nós”, aquilo foi chocante naquele momento, fez a comunidade religiosa de todas as religiões, tirando as afro-centradas, todas as religiões ficarem extremamente chocadas, aquilo chocou o mundo, não só o Brasil, o mundo, aquela imagem rodou o mundo.

Quando a gente leva uma camisa de futebol pra dentro de um campo, leva uma torcida com bandeiras coloridas, leva um pré-jogo, um início de jogo, um show de início de jogo com fumaça das cores do arco-íris, a gente também dá um grito, a gente também mostra, a gente também choca a sociedade.

**Jeferson:**

**Você considera que a midiatização do futebol (presença constante da mídia no futebol) afeta a ação do coletivo no combate à LGBTQIA+fobia? Se sim, como?**

**Beatriz:**

Até curioso trazer isso porque eu nunca tinha pensado por esse viés, sabe? Quando você começou a falar, a primeira coisa que veio na minha cabeça é dinheiro. O futebol muda da década de 50 pra cá principalmente com relação ao dinheiro, não se faz futebol no Brasil, em lugar nenhum no mundo, sem dinheiro. Aí a gente passa também pela questão das bets. Então assim, pra mim se abrem dos vieses nesse sentido, o dinheiro é central, e ele abre em vieses que podem arrebanhar essa questão da midiatização. O primeiro é as bets, obviamente, a maior parte do que a gente vê hoje, do que a gente consome de marketing, de ads, é bet, é propagando de bet. E o outro ponto que eu vejo, que eu acho que ajudou muito em criar uma centralização maior do futebol pra população em geral, pra sociedade em geral, globalmente falando, até mesmo de núcleos que não tinham relação nenhuma com o futebol, tá aí a Malu Borges, que era inimaginável a Malu Borges dentro de um estádio fazendo um “Se arrume comigo” com uma roupa de time de futebol. A outra coisa que eu vejo é exatamente essa questão da moda, o futebol ele ficou tão gourmetizado e ganhou tanto a questão financeira com essa arenização, com Fifa,

com Bola de Ouro, com Mundial de Clubes, com Copa do Mundo, com penteado de jogador, jogador ganhando muito dinheiro, a vida fabulosa de um jogador que enche o olho de uma criança, então eu acho que isso tá muito interligado também com a questão da moda, a gente vê marcas como a Versace, que lançou parcerias com a Kappa lá fora, a gente vê a Gucci que também lançou algumas camisas retrôs em parceria com alguns times, trazendo pro baixa renda, que ainda pra mim é alta, dentro do Brasil, a *Approve*, a *Thug Nine*, a *Reserva* que pegou os quatro times do Rio e fez uma coleção magnífica pra cada, trazendo referências que o torcedor vai querer estar intrinsecamente ligado, então eu acho que isso passa muito por isso. Onde o dinheiro está, existe uma gentrificação populacional ali, e hoje, o futebol, ele é dinheiro, pela arenização que a gente viu com a vinda da Copa do Mundo pro Brasil. Eu acho que hoje da série A só o Vasco, o Sport, o Vitória e o Santos são clubes que não têm estádios que são arenas, de resto todos, o Mirassol tem um estádio que parece uma arena. Que a gente chama até de estádio raiz, né. O Vasco é um dos poucos clubes que tem um estádio raiz e vai acabar infelizmente pro meu coração, até dói de falar isso. Eu também entendo que isso faz parte da experiência do torcedor. O torcedor não quer pagar caro para ter uma experiência ruim, então melhorar o estádio, “arenizar” o estádio de uma certa forma, também passa por essa questão de investimento, de dinheiro, de moda, de colocar o torcedor dentro de um contexto... ninguém quer postar uma vida triste no Instagram. Ninguém quer ir para o estádio postar uma vida triste. Ninguém quer ir ao estádio pra postar um banheiro quebrado. Onde está o dinheiro, estão as pessoas. Nesse caso eu acho que eu vou um pouquinho numa contramão, eu acho que o coletivo ajuda mais na midiatização do que a midiatização ajuda no coletivo, porque hoje, tudo que é Pride vende mais. Por quê? Porque já é difícil ter algo Pride. É uma comunidade muito grande e muito negligenciada, então toda vez que você tem algo Pride, quem é Pride vai lá “vup”, rápido. A Adidas notou isso. E o que que a Adidas fez? Uma colaboração com o Jão. Lançou uma camisa “Meninos e meninas”. Esgotou na pré-venda. O Vasco fez uma camisa LGBT, esgotou na pré-venda. Eu acho que nesse caso, o Pride ajuda mais, o coletivo ajuda mais nessa popularização do que o oposto, porque realmente, se você parar pra pensar, não tem nada de atrativo para um LGBT numa chamada de futebol, nada, a não ser a paixão pelo clube, a rivalidade com algum outro clube, tirando isso não tem nada que chame a atenção da gente pra estar aqui, que convide o LGBT a estar naquele... pelo contrário, mostrar aquelas coisas que eles

mostram é mais fácil o LGBT se afastar do que estar próximo. Então eu acho que nesse caso, o nosso esforço de estar ali brigando, tentando material, tentando camisa, bandeira, tentando um copo de jogo, nesse sentido eu vou um pouquinho na contramão, eu não acho que seja a midiatização que ajuda o LGBT, é o LGBT que ajuda na midiatização e, conseqüentemente, financeiramente a esses clubes no geral.

Toda empresa quer tirar onda de: “A minha empresa tem diversidade... A minha empresa é social”, todo mundo quer, mas ninguém cria meios de trazer isso pra dentro, a não ser no mês de junho, no mês de junho todo mundo é Pride. Mas, se você parar pra pensar, é muito mais um caminho que a gente faz até a midiatização, do que a midiatização vinda até a gente, que a gente que ajuda muito mais nesse ponto. Eu vejo muito isso no Vasco, cara. O Vasco em geral, não só pro torcedor LGBT, mas em geral o Vasco têm uma demanda muito grande que é muito mal aproveitada, quando a gente fala do torcedor LGBT isso fica mais claro ainda. Eu todo dia recebo mensagem perguntando: “Onde é que compra a camisa?” porque não tem mais camisa pra compra... “Onde é que eu encontro aquelas bandeiras que ficavam em São Januário, porque eu quero comprar a bandeira” ... “Bia, você sabe onde é que eu consigo uma bandeirinha daquelas pequenas pra colocar na minha mesa de trabalho?”. Eu acho que, apesar de a gente ser um nicho tão relativamente pequeno, de ser considerado uma minoria, nesse sentido de “Pink Money”, a gente ajuda muito mais do que é ajudado. E eu acho que a glamourização de questão de moda também passa por isso, porque o homem, hétero, ele se importa muito menos com o que ele está vestindo do que o gay, a pessoa bissexual, do que a namorada do hétero que vai pro jogo acompanhar ele.

**Jeferson:**

**De forma ampla, como as redes sociais ajudam na luta contra a LGBTQIA+fobia no futebol?**

**Beatriz:**

Eu acho que o debate sobre homofobia e conservadurismo, sobre LGBTQIAPN+ e conservadorismo a nível nacional, e aí deixando o futebol de lado, ele é muito grande. Como eu falei antes, as pessoas sempre olham para onde o dinheiro está concentrado, e o dinheiro hoje ele está concentrado dentro do futebol, e estou

falando hoje mesmo com relação ao Mundial de Clubes, o dinheiro hoje está concentrado ali, então eu acho que as redes sociais elas ajudam a gente dando voz nesse sentido, porque se o dinheiro está ali e a gente têm as redes sociais a nosso favor pra falar de futebol e de luta contra homofobia dentro do futebol e os olhos estão ali, eles vão enxergar a gente também, nem que seja por cinco segundos rolando a *timeline*. Eu acho que também a questão do debate, de a gente ter tantas pessoas mudando de ideia, não acho que o mal do conservadorismo e do bolsonarismo diminuiu no Brasil, não acho, acho que ainda é muito grande e muito perigoso, mas eu consigo ver que algumas pessoas acordaram, eu consigo ver que algumas pessoas enxergam além daquela nuvem de ódio único, eu acho que isso também ajuda a gente a virar a cabeça, como a gente falou muito durante as eleições: “Vamos virar voto”, a gente não precisa só virar voto, a gente precisa virar a cabeça das pessoas, e quando eu digo virar não é de uma forma ruim não, é com diálogo, mostrando, apresentando. É até curioso você falar, a pouco tempo teve um caso, eu acho que foi no Sul, de um pai e um filho que foram agredidos dentro de um estádio porque eles estavam abraçados. Era um pai e um filho. Aquilo repercutiu de uma forma tão raivosa, as pessoas ficaram com tanto ódio do que aconteceu que muita gente que não é de esquerda se atentou para aquilo, falou assim: “Que doença é isso? Era um pai e um filho”, melhor ainda, vou usar o caso da academia, que o marido impediu uma personal de entrar no banheiro feminino, sendo que ela é mulher cis, porque ele achou que ela era uma mulher trans, e eu acho que a doença chegou a um tal nível que algumas pessoas estão: “Não, tô acordando! Não é dessa forma”. Pôr a gente ter as mídias sociais para que essas informações, que essas questões ocorram e corram de uma forma maior e mais ampla no nosso cotidiano, na nossa rotina... Eu acho que o fato de a gente ter a informação tão fácil hoje, ela atrapalha por conta das fake news e da IA, que é um problema seríssimo que precisa ser regulado urgentemente, mas ela também ajuda porque ela traz algumas verdades que as pessoas não enxergam ou enxergam de forma deturpada por conta desse conservadorismo. Os coletivos, a gente é um grãozinho de areia nessa história, as mudanças que a gente faz com certeza são importantes dentro do nosso micromundo como eu te falei lá no início da nossa conversa, mas quando a gente pensa no macro essas questões, as redes sociais, as mídias sociais, o jornal, o streaming, isso hoje é muito mais um aliado pra gente quando bem usado do que um inimigo.

**APÊNDICE E – Link de acesso a transcrição da entrevista realizada com Onã Rudá, membro do coletivo LGBTricolor, dia 03 de setembro de 2025:**

**Jeferson:**

**Pra começar, fala pra mim o seu nome e o que você faz hoje no coletivo?**

**Onã:**

Em 2017 o Bahia começou um processo que, nas datas comemorativas referente à comunidade, a se pronunciar, postar algo nas redes sociais referente a data. Isso aconteceu em 2017 e 2018. Em 2019, o Bahia começa o ano com uma ação voltada a comunidade trans, que foi a inclusão do nome social em todos os seus relatórios e tudo mais, uma ação bacana, agora veja só, se a gente não têm pessoas cis frequentando o futebol, imagina pessoa trans... Mas uma ação muito bacana, uma ação assim que eu lembro que na época que eu conversei com o pessoal do núcleo de ações afirmativas do Bahia, eles disseram assim: “Onão, foi uma das ações mais complexas de construir”, aí eu falei: “Por que?”, e ele disse: “Porque não era só anunciar, era estudar todos os protocolos, orientar todos os setores, formar todos os setores, os agentes que lidam com público, as pessoas que atendem na ponta”. Foi uma ação que eu entendo que foi completa, o que faltava mesmo era a demanda, né, que a demanda só vai surgir um pouco mais tarde quando surge a LGBTricolor. Esse 2019 ele foi muito emblemático porque o Bahia fez essa ação em janeiro, no dia 17 de maio lançou uma camisa chamada “Não há impedimento”, que é a primeira peça, vamos dizer assim, de um clube de futebol da América Latina inteira que têm as cores LGBTs, isso nunca tinha acontecido na história do futebol brasileiro, a gente tinha até visto isso na europa, mas no futebol brasileiro a gente não tinha visto né, inclusive uma das minhas teses é que o futebol brasileiro ajuda a estruturar a homofobia no futebol mundial e outras opressões, mas aí é uma outra coisa pra gente discutir depois. Quando eu vi essa segunda ação do Bahia eu dei a ideia: “A gente pode criar uma torcida LGBT”, aí comecei a tentar conversar com agentes do poder público que pudessem me dar a segurança de fundar a torcida, entendeu, tipo assim, não queria fazer um negócio sei lá, muitas experiências que têm a comunidade LGBT como plano de fundo aparecem e sucumbem, porque na realidade elas são coisas muito em busca de uma visibilidade momentânea, eu não

queria isso, eu queria uma coisa mais consolidada, agora eu tinha um distanciamento do clube desde que a minha sexualidade começou a surgir pra mim, porque é quase que automático né, você vai se entendendo uma pessoa homoafetiva, o futebol vai deixando de ser um espaço saudável pra você, deixa de ser saudável por uma série de questões, pela própria rejeição em si, mas também porque você começa a se incomodar com as coisas que você ouve e tal, fica imaginando que pode ser alvo daquilo um dia, então você vai cortando essas pontas. Eu precisava entender melhor como é que tava esse novo momento, daquilo que estava acontecendo no estádio, o Bahia cheio de grupos políticos, cheio de torcidas pequenas, torcidas grandes, uma torcida organizada de mulheres... Aí eu comecei a movimentar pessoas e tal, a mobilizar grupos, a falar com gente do movimento, eu nunca imaginei que o novelo fosse tão longo, sabe quando você puxa um fiozinho assim aí o novelo vai longe... Quando foi no dia 28 de junho, o Bahia postou de novo, eu já tinha dado mais passos né de como fundar uma torcida, e aí eu tomei a decisão de fazer uma coisa, um tanto até corajosa na época, hoje em dia talvez eu não fizesse, se eu tivesse noção do perigo que eu estava me expondo, eu resolvi procurar o presidente da principal organizada do clube que é a Bamor e falar pra ele das minhas intenções de montar uma torcida LGBT, porque, o que que eu pensava: “Se vier rejeição, vai vim de lá, mas ele vão ter uma coisa pelo menos, eles vão ter respeito pelo menos pelo fato de eu ter ido até eles dizer”, isso conta pra esses caras, eles tem uma filosofia de pensamento que é muito diferente, por isso que é tão difícil do Estado gerar política públicas aí acha que que proibir bandeira, proibir camisa é o suficiente, porque eles não conseguem se conectar com a concepção dos caras... a lógica de pensamento. Isso eu tinha, não sei se por intuição, imaginado: “Pelo menos ele vai saber que eu fui lá, quem sou eu pá”, enfim, a minha surpresa foi a receptividade de Luciano Venâncio o nome dele, tinha acontecido algum episódio de LGBTfobia de alguém próximo dele e ele tava muito pilhado e o Bahia tinha ganhado essa visibilidade mundial por conta da pauta LGBT, então era um bom momento pro clube, e aí esse cara fez uma contenção gigantesca com a turma interna da torcida que era contra no começo tal, fizeram meme com a cara dele, com a minha cara, com a cara do presidente do clube, eu tenho várias disso guardado até hoje, não botei isso no meu livro, óbvio. Quando foi no dia 14 de setembro de 2019, o Bahia lançou uma campanha: “Levante a bandeira”, essa campanha consistia num vídeo que foi lançado na internet, que é um vídeo bem



bonito, você vai achar esse vídeo na internet facinho... e aí no jogo seguinte, a Arena Fonte Nova receberia as bandeiras de escanteio com as cores do arco-íris né, então esse foi o dia que eu fui lá, que nasceu o grupo, o grupo bombou tal, começou a chegar gente... semanas depois eu fui chamado pra um debate sobre futebol e democracia num bar, bar de esquerda aqui de Salvador, o “Velho Espanha”, aí eu fui pra esse debate, uma dos debatedores era Bellintani e o outro era Tiago César, que era o coordenador do NA, mas até então eu não conhecia o Tiago César, eu conhecia o presidente do Bahia, que era aquela coisa né, não sabia que tinha alguém por trás também, cabeça cuidando disso, aí nesse debate eu tô com a minha bandeira LGBT e eu tiro uma foto com Bellintani com essa bandeira, essa foto girou o mundo sabe, aí o Tiago César pegou a foto mandou pro William de Lucca aí o De Lucca twitou: “Esse aqui é o presidente do Bahia tal...”, aí pronto, a foto viralizou. Logo quando eu lancei o movimento, eu tinha lançado como “Orgulho Tricolor”, porque eu tinha lançado como Orgulho Tricolor, porque tinha uns meninos no Rio Grande do Sul que tinham lançado um movimento chamado “Orgulho Colorado” e deu ruim, aí eu fiquei com medo de lançar o nome de LGBTricolor de cara e dar ruim, entendeu, então eu botei Orgulho Tricolor. No dia que eu encontrei o Bellintani eu já tive dúvidas, já tínhamos o caldo cultural pra dar o nome que a gente queria, pra complementar isso, o perfil oficial do Bahia no Twitter retuitou o nosso link do grupo, entendeu... cara, pensa que foram assim semanas intensas gerindo o grupo, gente do Vitória entrando não sei o que, tal, aquela coisa toda, eu e não sei mais quantas pessoas gerindo o grupo... sei que a gente resolveu revogar o link, revogamos o link, entendeu, pra poder parar, o grupo tava lotado, naquela época o grupo não cabia esse mundo de gente que cabe hoje em dia, acho que ram 250, se fosse tudo isso, então o grupo lotou em minutos... mas aí entrou torcedor do Vitória, nossa, foi uma loucura bicho, eu não sei se eu ainda tenho as conversas desse grupo no começo, mas se eu tivesse alguma coisa, porque eu mudei de plataforma né, de android para iphone, então pode ser que eu não tenha mais, não consiga mais essas conversas... mas eu posso tentar. E aí começou as movimentações, porque assim, a gente tinha que entender o que a gente era, a gente sabia que a gente era uma torcida, aí surgiu o debate: “A gente vai ser uma organizada?”. Aí uma galera foi logo contra, mas eu achava que podia ser uma organizada, mas aí depois a galera me trouxe pra realidade né: “A organizada tem uma série de implicações que competem à ela, têm uma série de coisas...”, acho que a gente

entra numa seara de disputa que não é legal, e a gente foi entendendo que era pra ser uma torcida movimento, porque assim, a gente consegue envolver gente ao longo da vida da torcida, mas pouca gente se engaja de se comprometer, de estar ali 24 horas entendeu, e a gente têm um fator que, por isso que às vezes é tão importante pra gente, porque o nosso senso de comunidade é primordialmente alimentado a partir das redes, porque a presença física no estádio é difícil. É difícil pra gente que têm a receptividade que tem do clube, porque assim, depois disso aí cara, a gente foi pro mundo, de ação, de vídeo com o Bahia, de não sei o que, de collab, de venda de camisa de torcida na loja do Bahia, de levar pessoas trans no estádio sabe, foi pro auge assim, de lançar a camisa trans LGBTricolor, muita coisa que a gente fez. Nós entendemos que nós temos hoje dentro do estádio um caldo cultural que recepciona nossa torcida, obviamente que tipo assim, a gente ainda encontra expressões individuais de xingamentos, esse tipo de coisa, porque no campo de LGBTfobia, eu digo isso direto quando eu tenho debate com a Justiça Desportiva, a gente não conseguiu chegar na responsabilização individual, a gente ainda tá brigando pela responsabilização coletiva, entendeu, porque muitos árbitros sequer registram na súmula coisas que eles escutam. A LGBTricolor foi ganhando espaço e surgiu a camisa né, a camisa foi entregue a gente por Tiago César, coordenador do NA, foi desenhada pelo irmão dele, Gabriel César, tem todo um conceito nela porque, muita gente não percebe que ao invés do roxo no fundo tá o azul, então ela tem nas pontas o azul e o vermelho, entendeu, que é as cores do Bahia, e a ideia, o conceito é que entre o azul e o vermelho cabem todas as cores entendeu, então ele dá essa leve invertida que ninguém percebe sabe, e deixa a camisa com um charme muito interessante né, porque ela têm a cara de Bahia ao mesmo tempo que ela têm a cara de LGBT entendeu, bem legal, bem genial. Ele deu essa camisa pra gente, só que assim, ele ia construir com o clube como é que a gente iria lançar né, cara, foi um parto parir essa camisa, um parto literalmente sabe, porque eu acho que rolou um empolgação, eu fui pra um debate com o De Lucca, aqui em Salvador, o De Lucca veio de São Paulo pra cá e foi pro debate, ele transmitiu ao vivo esse debate no Twitter dele, mais de 300 mil seguidores já naquela época, e aí cara, foi um debate muito bom, foi muito bacana, e aí o Tiago falou pra mim assim, no meio do debate: “Vamos falar da camisa”, eu fiquei assim na dúvida... então “A gente tá combinando assim com o Bahia vamos lançar uma camisa, com a temática LGBT, coisa mais linda, em breve vocês vão ter mais

informações...”, beleze, fechei aqui. Acabou o debate, tomamos uma cerveja, comemos, eu tinha acabado de fazer a bariátrica, tava comendo pouco, voltando da pandemia... voltando da pandemia não, antes da pandemia, aí cara, eu tô no meu trabalho na segunda-feira, meu celular começa a pipocar de mensagem, o grupo da LGBTricolor... porque depois que a gente criou o grupo Orgulho, a gente criou o grupo da LGBTricolor, criamos um cadastro, todo mundo que entra nesse grupo obrigatoriamente tem que ir lá, preencher o cadastro, no final recebe o link recebe o link e entra no grupo, “Ah, saí do grupo... mudei de número”, vai lá, preenche, atualiza o cadastro e entra no grupo, aí a gente passou a ter segurança. Esse grupo só é permitido pessoas LGBT e Bahia, tem que ser LGBT e Bahia, só pode ser hétero se for pessoa trans, no caso né, mas hétero cis não pode, a única exceção é Cidinha que é tipo a nossa mãe da torcida, a única exceção... De forma bem prolongada, é assim que surge a LGBTricolor.

Eu posso te mandar perfis, de várias pessoas LGBTs, que são pessoas que não são normativas, que frequentam a Fonte Nova, pessoas trans, mulheres trans, que não precisam performar nada. Só são quem são, vão com a cara cheia de maquiagem, sobe e desce, e vai pra norte, vai pra sul, vai pra leste, vai pra oeste... têm todas essas áreas no Bahia, entendeu, e assim sabe, juro pra você, a única pessoa que jura que teve uma intercorrência foi um influencer de Feira de Santana que veio, e no dia eu não podia acompanhar ele no estádio, e disse que um pessoal acuou ele, mandou ele tirar a camisa da LGBTricolor, só que assim, na Fonte Nova, a gente até registrou esse caso, mas cá entre nós assim sabe, na Fonte Nova é tudo filmado, tudo filmado, entendeu, o público todo está sendo filmado o tempo inteiro entendeu, e a Arena Fonte Nova não encontrou esse episódio entendeu, eu não disse nada, mas precisava registrar isso. Assim, a galera vai, a galera vai, e as meninas que são lésbicas e já iam antes da LGBTricolor existir, elas hoje em dia vão com a camisa da LGBTricolor, beijam na boca, pedem em casamento, é uma confusão aquela Fonte Nova.

**Jeferson:**

**Qual a importância de as pessoas torcedoras se juntarem e formarem um coletivo?**

**Onã:**

É uma importância civilizatória, de mudança de paradigma total. Eu entendo a comunidade LGBT como a mais agredida no futebol e essa agressão se manifesta inclusive pelo silenciamento e esse silenciamento não é só de pessoas LGBT poderem estar, é de quem já está lá não poder falar. O atleta não pode dizer que ele é gay. Você imagina se um jogador hoje assume que é gay, qual o impacto que vai ter na vida dele? Impacto de morte né. O que está acontecendo com o Josh lá do United da Austrália? Foi cotado pra Seleção, falou que não iria porque estava com medo de ir para o Catar e agora está sendo chamado para um time de terceira divisão, o time não renovou com ele, entendeu. Esse processo precisa ser um processo amplo, um processo mútuo, essa conquista da presença, como eu te falei, ela é uma conquista simbólica, entendeu. Na época, tinha um jogador no Bahia que era tido como bolsonarista, aí ele foi abordado por um cara dizendo que era da torcida do Bahia num aeroporto e o cara chamou ele de viado, e ele disse assim: “Você é um homofóbico”, porra, olha que trunfo pra gente, isso vai entrando na simbologia, isso girou todos os grupos de WhatsApp de torcedor do Bahia, porra “Gibagol”, o Gilberto, assinou nossa camisa, tirou foto comigo entendeu, tido como o maior bolsonarista do Bahia na época sabe. O Bahia botou um cara usando o número 24 em campo e o cara resolveu que iria jogar todo o campeonato com 24, o jogo que ele jogou sem o 24 ele perdeu, aí ele voltou a usar. A importância ela é o que nos apoia, porque ela muda o paradigma de compreensão. Agora assim, é muita coragem também, toda torcida quando ela surge a primeira coisa que ela enfrenta é um processo de violência muito grande, de mensagens... acham seu telefone, eles xingam, dizem que vão lhe bater, que vão fazer, que vão acontecer... às vezes é um monte de covarde, às vezes é só um monte de adolescente que sabe mexer na tecnologia e consegue chegar até você sabe, mas não é pra fazer nada, mas têm um efeito danoso né, emocionalmente falando, fora o fato de que sem o clube a gente não faz nada. O principal agente de mobilização no futebol é o clube, certo? A CBF ela pode pressionar e impulsionar como for, ela tem limite político, a CBF não pode tudo, se engana quem acha isso, ela não pode tudo, embora o que ela pode ela acaba fazendo muitas vezes sem uma arbitrariedade, mas ela não pode tudo, ela tem limites. Uma outra coisa, a CBF pode fazer tudo, se o clube não fizer, não adianta. Quem lida com o ponto nervoso do futebol são os clubes. Quem lida com o povo na ponta são os clubes, não é a CBF, a CBF não está conseguindo

colocar a população brasileira para ter mais afeição pela Seleção Brasileira, uma coisa surreal, inimaginável, 33% dos brasileiros não ligam pra Seleção, isso é de doer o coração de quem viu outras gerações de Copa do Mundo, é surreal. Então, a importância é gigante, agora veja, a importância pela importância não resolve a questão, entende, o que resolve a questão é a gente conseguir fazer uma articulação ampla para que pequenos movimentos vão incidindo na cultura no cotidiano.

A presença de LGBT no futebol é muito mais antiga do que a gente imagina, a Coligay não se considerava o primeiro movimento LGBT do Brasil, mas era, em 76. Olha que curioso, o fundador da primeira torcida organizada do Bahia, eu não estou falando de uma torcida LGBT, eu estou falando de uma torcida organizada, o Bahia não tinha organizada, isso também em 79, o Bahia não tinha organizada... é um homem gay, Fabinho. Ele é fundador da Torcida Jovem do Bahia que não existe mais hoje. Na época, eu tenho uma foto com quatro presidentes de torcidas da época, com uma torcida que ficou muito famosa depois que foi a Povão, a Arte Jovem e a Multi Jovem, os quatro gays, óbvio que nem todos assumidos. O Bahia teve um presidente gay em 79, Fernando Schmidt, nunca assumido. Quando ele voltou a ser presidente do Bahia depois da redemocratização do clube, o ex-presidente do Bahia, Marcelo Guimarães Filho, deu uma entrevista dizendo que ele tinha que sair do armário e assumir que ele era gay.

Tem muitas identidades dentro do futebol, é óbvio que o que leva a gente a organização primordial é a agenda de violência, é a identificação coletiva conjunta, é o senso de comunidade, mas quando a gente vai pro futebol a gente vai ver torcida de reggae, a gente vai ver torcida antifa, a gente vai ver uma torcida evangélica, talvez essa identidade não precisa necessariamente se dissolver como torcida, porque assim, a função da LGBTricolor não é trazer todo mundo pra LGBTricolor, e eu julgo que a gente é muito vitorioso nesse trabalho, a função da LGBTricolor é fazer todo mundo se sentir parte do Bahia nos mais variados ambientes... O presidente do Bahia que saiu do armário, antes de sair do armário me chamou pra dizer que iria sair do armário, e sabia que eu tinha saído do armário já tardiamente, pra conversar... isso foi fruto da nossa presença, ter um presidente gay hoje no Bahia também é fruto do nosso trabalho, não tenho dúvidas disso. A função da LGBTricolor é duas, na minha leitura, e é isso que a gente se dedica: Uma é pautar o clube para abrir o espaço, porque a gente quer entrar, os LGBTs que gostam de

futebol estão cada vez mais aumentando e a gente quer entrar; e a outra é dizer: “A nossa comunidade têm espaço pra gente no futebol, vem também!”. O que que acontece aqui em Salvador: não tem uma atividade LGBT que você vá hoje em dia que não tenha uma pessoa LGBT usando camisa de time, geralmente do Bahia ou do Vitória, mais do Bahia, modéstia parte, mas também de times de outros estados, você pode observar isso, isso passou a acontecer com a nossa existência.

Isso é uma revolução cultural silenciosa que a gente não vai conseguir quantificar agora, pense comigo, o futebol conversa com quem ninguém conversa, o movimento LGBT existe há décadas, o movimento LGBT não conseguiu conversar com a periferia, o movimento LGBT é um movimento academicista, de pessoas brancas que estão dentro da academia, que há pouco tempo abriram espaço para pessoas trans, sobretudo para pessoas LGBT negras, não só trans negras, mas LGBT negras, porque pra trans até mulheres trans brancas também foram rejeitadas, mas a gente não pode deixar de lado essa dimensão da passabilidade, da branquitude. O movimento LGBT não conversa com a sociedade, o movimento LGBT não consegue fazer política, têm dificuldade... O PL 122, antes de ele ser triturado, como ele foi, e a nossa comunidade ter uma derrota histórica, que produziu um Bolsonaro da vida, o movimento LGBT foi chamado pela comunidade evangélica para dar um passo atrás, que era tirar as igrejas, simples assim, a Constituição já proíbe mesmo, talvez se a lei passasse e fosse questionado no STF, o STF tiraria esse artigo, porque é uma coisa que está na Constituição mesmo, o ambiente de liberdade de culto ele têm uma liberdade plena e soberana naquele espaço, desde que não viole princípios básicos, mas o que o pastor fala é quase sacro, por isso que ele pode dizer que LGBTfobia é pecado, ele não pode dizer que é doença, qual a diferença? A liberdade religiosa dá a ele isso, a Constituição garante e o movimento disse não... se um deputado LGBT, o único deputado que tinha na época era Clodovil, depois que o Jean (Wyllys) chegou, tinha como parceira Érika Kokay e Maria do Rosário que as pobres coitadas foram trituradas por conta do movimento e o movimento irreduzível, completamente despolitizado, incapaz de fazer uma conta básica, “Senta meu filho, são 513 deputados, pega aí o currículo de cada um, quem vota em o que, que a gente sabe fácil isso aí... Quem foi com que você foi lá conversar e pediu voto, com quem você foi lá desmontar o monstro, o espantalho que fizeram em cima de você” ... Não fez o beabá pra poder ter uma lei aprovada, e fruto disso tivemos a produção de um fenômeno feito o Bolsonaro.

A função do futebol na sociedade é profunda, o futebol conversa com o baleiro, e veja bem, o cara que é baleiro, que trabalha vendendo bala no buzu, no metrô, o que que ele faz da vida dele? Ele acorda cedo pra caralho, vai comprar a bala dele, vai pros pontos cheios de gente pra ficar ali vendo bala... o que ele tem de tempos depois disso aí é aquilo que vai desopilar a mente dele... e é o futebol muitas vezes esse lugar. Ou seja, eu nasci e me criei no... militei a vida inteira lá, escrevi uma lei eu morava lá, a minha vizinhança me vê como “aquele menino militante”... nisso parecia que eu falava só para mim mesmo... quando surgiu a LGBTricolor eu não saia do final de meu bairro até minha casa sem ser parado, saia de um canto parava em outro, “E esse Bahia, não sei o que... Aqui ó, esses otário aqui do Vitória falando merda aqui ó, vou botar você no grupo pra você botar pra fuder nos cara...”, olha a dimensão, os caras do meu bairro, sem letramento nenhum, muitos sem educação, tô falando de gente pobre, gente da perifa, gente que não sai pra poder curtir um carnaval aqui na Barra... vai no máximo lá no bairro mesmo e que passaram a ter essa nova narrativa. Olha a dimensão do futebol, olha a importância de um coletivo, olha aonde a gente chega. É civilizatório. O futebol tem um impacto que, meu Deus do céu cara, é muito profundo. Não era o estádio de futebol o lugar onde os caras iam pra poder xingar, porque lá podia tudo, com uma nova narrativa a gente reeduca isso, porque aí o pai que diz pro filho que não deve xingar, aí o filho cobra do pai no estádio... eu já ouvi tantas histórias bonitas assim, bacanas... de você estar no estádio às vezes e ver o cara xingar: “Juiz viado”, aí vem outro torcedor: “Ao porra!”, o cara não é nem LGBT, ele não tinha que fazer nada, mas ele sabe o impacto que isso têm no clube, aí um jogo copo... A torcida do Bahia ela foi sendo educada, óbvio que quando a gente tá falando, a gente tá falando daquilo que eu chamo de “mística do estádio”, sabe o que é a mística do estádio? Todo time de futebol têm uma média de torcida, essa média vai aumentar ou diminuir baseada no estágio dele, mas essa mística vai para aquele ano ali, o Bahia têm uma média de 20, 25 mil torcedores no estádio, essas 20, 25 mil não muda muito quem vai, quase sempre são as mesmas pessoas, sempre as mesmas caras que a gente vê, é um negócio impressionante, está sempre no mesmo lugar, fumando o mesmo cigarro, bebendo a mesma cerveja, desce na mesma escada... é a mística do estádio, essa galera tá de boa. Quando você tem uma superlotação no estádio que quase dobra aí é o momento em que a gente pode ter muito mais gente que não vem comumente, que eventualmente pode ter uma reincidência, mas que também não tem sido o caso, a

gente conseguir fazer pessoas LGBTs vivenciar o ambiente do futebol muda a sociedade de um jeito... e o que eu te digo, eu vi um trabalho furar a bolha de verdade, foi esse trabalho aí. Quando você vier aqui em Salvador e perguntar assim: “Você já ouviu falar da torcida LGBT do Bahia?”, raramente alguém não vai ter ouvido falar, raramente... “Ah, é uma que têm a camisa colorida?”.

**Jeferson:**

**Para você, qual a importância das mídias digitais para a comunicação com a torcida?**

**Onã:**

A gente utiliza hoje acho que todas as plataformas. A gente não utiliza Kawai, mas a LGBTricolor está no LinkedIn, não tão atualizado assim, tá no TikTok, inclusive foi verificado agora no TikTok. Uma coisa legal, todas as nossas redes de trabalho, todas foram verificadas por notoriedade dos nossos coletivos, todas. A gente não paga um centavo de selo, nem eu, nem Iuri, nem ninguém, nenhuma rede nada, todas foram verificadas. Só o Twitter né, que aí é aquela coisa, nunca paguei também, ficar lá dando dinheiro pra Elon Musk, pra mim é demais. Eu paguei o primeiro ano depois eu falei: “Ah não, pelo amor de Deus” ... meu dinheiro é pouco, mas ele não vai ter esse, se ele precisar desse chiclete ele não vai comprar.

A rede social é o nosso grande palco de atuação, porque é o lugar onde a gente consegue concentrar a nossa narrativa e também concentrar aquilo que é fundamental no futebol que é o senso de coletividade. Tem torcida nossa que têm camisa própria e não pode ir para o estádio com a camisa, é o caso da Furacão lá no Paraná, a turma não vai ao estádio com a camisa por medo, tem de estar na rua e cruzar com alguém usando a camisa, imagina? Porque o nível de violência é grande. Lá também eles têm uma cultura que só tem uma torcida no estádio inteiro, não pode falar que tem torcida que já gera um conflito... é coisas dele lá. Cada clube de futebol é um mundo. A nossa atuação é constantemente a partir das redes, a gente consegue juntar a galera que é LGBT e torce pro clube, é onde a gente consegue chamar gente para os nossos grupos do WhatsApp, é onde a gente consegue, a partir dali pensar ações, as principais ações que a gente promove são nas redes sociais, são poucas as ações presenciais. Você vê que a PorcoÍris aí, que hoje ganhou uma preponderância grande, a turma não vai organizada pro estádio



mostrando quem é, faz uma fotinha discretinha ali de um adesivo e pronto. Então é a rede social esse lugar, é a rede social onde a gente consegue canalizar forças pra poder ir construindo uma ideia, pra que essa ideia lá na frente vira ação, para que essa ação gera inclusão de fato. Pra mim o melhor uso de rede social que eu tenho assistido do ponto de vista de atuação política, social, eu digo isso sem forçar modéstia, porque o nosso trabalho é um trabalho muito sério para o grau de violência que a gente é submetido nas redes sociais, xingamento, ameaça, invasão de celular... outro dia um cara tirou uma foto segurando uma arma e mandou pra gente, “Ah, mas pode ser uma foto de internet”, até que me provem que Chico é Francisco, eu vou ficar aqui fazendo o que? Dando sopa? Denunciei para o Ministério Público. O grau de violência que a gente é submetido é muito grande, então o nosso trabalho é muito sério, o lugar onde a gente consegue canalizar as nossas energias é a rede. Como é que a gente sabe que uma torcida LGBT surgiu? Porque ela criou algum perfil em uma rede social e chegou até a gente esse perfil... é assim que uma torcida LGBT surge hoje em dia. Ela pode ter um grupo fechado, mas é quando ela fala pra fora que aí a narrativa vai ganhando relevância social e disputa também né, abrindo a disputa com a sociedade.

Mas eu te digo, também a rede social é um ambiente de muita violência, teve um momento da Canarinhos que a gente fazia terapia em grupo, juntava a turma da LGBTricolor com a turma de outra torcida e tinha uma psicóloga lá que era voluntária e a gente fazia terapia em grupo, dado o grau de violência que é as mensagens.

Um fenômeno interessante que aconteceu com a LGBTricolor, porque o nome é L, G, B, T e é verificada, então quase todo lugar do mundo que você colocar LGBT ela pode aparecer ali entre os primeiros perfis... a gente recebe mensagem do mundo inteiro no perfil da LGBTricolor, do mundo inteiro, e-mail pedindo asilo político, e-mail, com xingamento, é uma coisa surreal. Eu parei de acompanhar porque também é outro surto né.

**Jeferson:**

**Existe uma estratégia/políticas de comunicação utilizadas nessas redes? Quais são? (Ex: Agenda de postagem)**

**Onã:**

Tem. Temos um editorial para cada rede. A LGBTricolor ela tem o aspecto social, de participação em algumas atividades públicas, em manifestações, atos... a LGBTricolor tem o papel de indutor de alguns movimentos que a gente puxa aqui, agora mesmo a gente tá puxando o movimento “As nossas vidas importam” aqui na Bahia pedindo algumas políticas públicas do Governo do estado, da prefeitura de Salvador pra comunidade, é a LGBTricolor quem puxa esse movimento. Aí têm essa linha editorial né, quando tem jogo divulgar jogo, divulgar notícias... A gente tem um trabalho sistematizado, não só nós, a maioria das redes elas têm algum grau de organização, por mais que você chegue lá e teve alguma publicação que demorou, mas talvez não tenha acontecido aquele fato que seja o fato notícia para aquele coletivo, e outra coisa, tem coletivo que alimenta via stories, você vai no Marias de Minas, no Furacão, eles não alimentam no perfil, o feed deles é fechado, é uma arte lá, um desenho... é a linha editorial dele.

### **Jeferson**

**Você considera que a midiatização do futebol (presença constante da mídia no futebol) afeta a ação do coletivo no combate à LGBTQIA+fobia? Se sim, como?**

### **Onã:**

Você falou de coisas distintas e a gente precisa destrinchar isso aí. Porque uma coisa é a publicidade, o mercado publicitário. O mercado publicitário é gerido pelas marcas essencialmente e por algumas agências. A gente já teve iniciativas da Amstel, eu acho que é a marca que mais se aproxima disso, o TikTok já comprou um conteúdo meu pra poder postar em uma propaganda de Copa América, todo jogo aparecia... enfim, o mercado publicitário. O mercado publicitário quer surfar na onda dessa pauta, mas ele tem dificuldade de alimentar a existência dela, isso quem quer surfar na onda..., mas uma outra parcela tem medo, por conta do ambiente de violência do futebol, têm medo de que a marca vire alvo de algum tipo de boicote... muito difícil fechar negócio com as marcas. Além de que, nós não temos apadrinhados né, a gente sabe que o mercado publicitário funciona a partir de quem conhece quem... ele não está ali aleatório, solto, não é assim que funciona, a vida é mais dura do que isso.

Quando a gente fala em mídia, a gente pode separar a mídia de internet, eu diria assim, aí quando a gente coloca mídia de internet a gente pode colocar blogs,

jornais... e a gente pode trazer a mídia televisiva. A mídia televisiva nacionalmente nunca deu visibilidade à pauta, quer dizer, a Rede Globo né, foram poucas que deram visibilidade nacional, A ESPN já deu e dá, sempre que têm uma coisa nova... A Bandnews, já tivemos na Record, a Globo nunca deu espaço pra gente, pra nenhuma... e aqui na Bahia deu pouco espaço, não tinha o que fazer, eles tinham que dar... não tinha como fugir disso aí eles deram espaço pra gente. A mídia jornalística da internet tem sido muito parceira... a gente nunca conseguiu um podcast nacional, mas a mídia de internet é muito parceira, ela está constantemente reportando os acontecimentos, tá monitorando o que está acontecendo. Agora estamos aí batalhando pra criar o projeto de lei pra criar o dia de combate a LGBTfobia no futebol, impulsionando pra que tenha mais um dia para que os clubes possam se movimentar... a mídia de internet foi a mais importante pra poder ajudar a gente nessa caminhada nacionalmente.

Em alguns momentos, se vestir pelo estereótipo ajuda a gente, porque quando ele me dava espaço eu tinha uma qualidade técnica pra falar eu tinha uma qualidade política pra conseguir organizar as ideias pra fazer as pessoas me entenderem que por traz da resenha e da piada têm um trabalho sério, têm pessoas, têm reflexo, têm uma capacidade cognitiva mínima de dizer: “Ó, esse mundo tá uma merda, vamos por aqui?”. Abrir espaço, então a mídia é fundamental pra gente.

**Jeferson:**

**Pra você a mídia tem um papel colaborativo?**

**Onã:**

Ela pode, quando ela quer. Você pega, por exemplo, a Cazé TV, a Cazé TV é um redesenho da Rede Globo para as redes, com uma cara mais jovem, isso tudo. Quando você vai ver a equipe que eles escalam, só tem homem branco. Quando têm mulher, é mulher branca. Isso já foi questionado várias vezes nas redes sociais quando eles postam a escalação de jornalistas. LGBT nunca aparece. Nunca vi. Nunca é chamado. Nunca tocaram no assunto. Nunca falaram da pauta. A gente tem essa problemática.

Vamos trazer então pra esse lado da mídia esportiva. As mídias esportivas, sobretudo a Rede Globo que é a mais importante pela abrangência que têm, pelo alcance que têm, elas têm uma dificuldade de abordar essa temática, não sei se por

vontade... eu não sei o que acontece com a mídia esportiva, se por conservadorismo da própria concepção do que é o esporte, se por convicção disso, porque os operadores mais importantes, que estão nesse plano de fundo, não estão nem aí para essas coisas. Pense comigo, quantos episódios de LGBTgobia a gente tá assistindo o jogo, passam pela voz do narrador e o narrador não comenta nada? Só comenta quando o árbitro paralisa o jogo... Eu acho que rola uma certa convivência da grande mídia em torno dessa temática, elas têm dificuldade de tratar isso com seriedade que a pauta demanda no sentido de serem parceiras, aliadas na desconstrução disso.

**Jeferson:**

**De forma ampla, como as redes sociais ajudam na luta contra a LGBTQIA+fobia no futebol?**

**Onã:**

Quando ela é bem utilizada, com a linguagem certa e com os agentes certos... Por exemplo, é óbvio que o alcance de uma Canarinhos da vida, de uma LGBTricolor é infinitamente menor do que qualquer clube do Brasil, por menor que seja o porte dele, inimaginável, né? A rede social tem um papel de chegar aonde não chega outras narrativas e o futebol leva junto, como eu falei antes, chega num baleiro porque chega pela rede social, é um grupo, é uma publicação, é uma provocação que ele recebe... é pela rede social. Eu falo que a imprensa é aliada porque ela dá consistência ao trabalho, mas é na rede social que as coisas acontecem de fato, é quando ela cai na rede. É quando cai na rede que o alcance é infinito, porque o cara que não lê a Folha vai ver no Instagram, a galera que não vê no Uol vai ver no grupo do “zap” a manchete, a foto, o print... são as redes sociais esse lugar onde as coisas têm acontecido pra nós, o que eu falei pra você que eu cheguei na minha vizinhança foi pelas redes sociais, pelas coisas que as pessoas recebiam. A disputa de narrativas nas redes sociais é muito grande... não foi simples não, foi difícil. Mulheres falando cada coisa escabrosa você ficava “Meu Deus mulher, pelo amor de Deus, que isso, tá pior do que certos homens...”, então como é que as redes sociais ajudam sendo coluna cervical desse processo. Como é que a gente ia levar, pensa comigo, a narrativa LGBT, por mais que antes a gente conseguisse fazer uma ação com o clube, de forma constante como a gente faz hoje sem as redes sociais? Como

é que a gente iria fazer isso? Se você ler meu livro você vai ver que os primeiros experimentos de movimentos LGBTs no futebol no período contemporâneo, dos anos 2000 pra cá, aconteceram nas redes sociais. É o fenômeno inclusive que gera algumas torcidas que existem até hoje, como a Palmeiras Livre, como a Papão Livre e outras aí também que não existem mais, mas que existiram movimentos. Tá acontecendo porque tem a rede social. Não acho que a televisão iria abrir espaço pra gente, a não ser que fosse pra fazer chacota, aquela coisa que a gente já sabe.