
Orgulho em Jogo: cidadania, identidade e a disputa por sentidos no campo e na rede¹

Jeniffer Thais Moreira²

Wellington Teixeira Lisboa³

Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR

Resumo

O futebol, historicamente um ambiente de masculinidade hegemônica, é pressionado a abordar a diversidade, assim como outras manifestações culturais. Nesse contexto, esse trabalho propõe analisar a dinâmica de negociação de sentidos que ocorre a partir da comunicação institucional de clubes de futebol brasileiros em datas-chave para a comunidade LGBTQIA+. A partir do mapeamento de publicações dos clubes de futebol da Série A no Dia Mundial contra a LGBTfobia, combinada ao aporte teórico dos Estudos Culturais em Stuart Hall e Raymond Williams e contribuições de Goffman sobre estigma e Judith Butler sobre performatividade, investiga-se como esses atores sociais disputam os discursos no esporte, revelando o ambiente digital como uma arena para as disputas culturais no futebol, onde a identidade do "torcedor" e os valores associados ao clube são publicamente contestados.

Palavra-chave: Futebol; LGBTQIA+; Redes Sociais; Estudos Culturais; comunicação.

O futebol enquanto manifestação esportiva e cultural é construído historicamente como um bastião da masculinidade hegemônica (ANDERSON, 2002) e, assim como outras esferas sociais, tem recebido pressões sociais para se posicionar em pautas de diversidade. Datas como o Dia Mundial contra a LGBTfobia, celebrado em 17 de maio, tornaram-se momentos cruciais em que os clubes, enquanto organizações representativas, são compelidos a emitir um posicionamento em seus canais institucionais, sendo um deles as suas redes sociais. Este posicionamento não ocorre no vácuo, ele configura-se como uma arena de negociação de sentidos (HALL, 2016), onde a mensagem oficial da instituição é recebida, contestada, ressignificada e validada por diferentes públicos.

Nesse cenário, a pesquisa busca explorar se as declarações dos clubes no Dia Mundial contra a LGBTfobia refletem um genuíno exercício de cidadania ou se

¹ Trabalho apresentado no IJ07 - Comunicação e Cidadania, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do Curso de Comunicação Organizacional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR. E-mail: jeniffermoreira@alunos.utfpr.edu.br.

³ Doutor em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Mestre em Comunicação pela Universidade de Coimbra (UC), com diploma revalidado pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (USP). Bacharel em Comunicação Social - Relações Públicas, pela Universidade Católica de Santos. Professor do Departamento Acadêmico de Linguagem e Comunicação da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR. E-mail wtlisboa@utfpr.edu.br.

constituem uma comunicação meramente institucional-protocolar ou passível de enquadramento enquanto *pinkwashing* - estratégia de comunicação onde organizações se apresentam como aliadas LGBTQIA+, mas, na prática, não apoiam efetivamente a comunidade ou podem até mesmo praticar ações que a prejudicam -.

Metodologia

O estudo emprega análise qualitativa e articulação teórica para investigar as interações de poder e atribuição de significado no futebol brasileiro a partir das dinâmicas na esfera das redes sociais. A análise fundamenta-se em um corpus de publicações dos perfis oficiais dos 20 clubes da Série A do Campeonato Brasileiro de 2025 na plataforma Instagram - principal canal de interação direta e instantânea entre os clubes e seus respectivos torcedores, servindo como um sinalizador das tensões sociais. Em relação ao recorte temporal, o período de análise é restrito ao dia 17 de maio de 2025, data que marca o Dia Mundial contra a LGBTfobia, possibilitando uma amostra das escolhas de posicionamento em uma data de relevância para os debates sobre diversidade e LGBTfobia.

O arcabouço teórico parte de uma abordagem interdisciplinar, combinando estudos sobre as Torcidas LGBTQIA+ no esporte a partir de Pinto e Almeida (2014), Nabuco Martins (2022) e Resende e Fortuna (2023) conceitos-chave dos Estudos Culturais, da Antropologia e Estudos de Gênero, visando elucidar as camadas de significação presentes no *corpus* documental. Ao empregar a perspectiva de Hall (2016) sobre negociação de sentidos, Williams (1992) acerca da cultura como campo de disputa, Goffman (2004) no que tange ao estigma social e Butler (2018) sobre performatividade, o estudo busca aprofundar a compreensão das dinâmicas sociais e culturais em jogo.

Torcidas dissidentes no futebol: dos anos 70 aos coletivos nas redes

A emergência de torcidas organizadas LGBTQIA+ no futebol brasileiro não é um fenômeno contemporâneo, mas parte de um processo histórico de disputa por espaço

e visibilidade. Segundo Maurício Pinto e Marco Almeida (2014) as primeiras manifestações datam do final da década de 1970, em um contexto de dupla repressão: a da ditadura cívico-militar no Brasil (1964-1985) e a do machismo estrutural intrínseco ao esporte. Nesse cenário, surgiram movimentos pioneiros como a Coligay, ligada ao Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, e a Fla-Gay, do Clube de Regatas do Flamengo. Essas torcidas ousaram ocupar um espaço hostil e enfrentaram forte resistência das torcidas tradicionais, mas seu pioneirismo estabeleceu um precedente histórico.

Ainda segundo Pinto e Almeida, após um longo período de latência, o debate sobre a diversidade nas arquibancadas ressurgiu com nova força a partir de 2013, impulsionado pelas dinâmicas das redes sociais. Diferentemente de suas predecessoras, a nova onda de coletivos, como as torcidas Galo Queer (Atlético-MG), Bambi Tricolor (São Paulo Futebol Clube) e Palmeiras Livre (Sociedade Esportiva Palmeiras), nasceu no ambiente virtual com o objetivo explícito não apenas de torcer, mas de combater ativamente as manifestações homofóbicas e machistas recorrentes nos estádios e nas redes culminando na criação de comunidades que, embora dispersas geograficamente, compartilhavam um sentimento de indignação e a vontade de confrontar o padrão heteronormativo do futebol. Contudo, essa nova visibilidade também atrai ameaças e hostilidades online, demonstrando a persistência das estruturas hegemônicas (PINTO, ALMEIDA, 2014).

Como observado por Resende e Fortuna (2023), a maturação desses movimentos digitais culminou em uma nova fase de articulação ao nível nacional e, em 2019 foi fundado o Coletivo de Torcidas Canarinhos LGBTQ, uma organização que passou a unificar as diversas torcidas de clubes brasileiros com o intuito de denunciar e combater sistematicamente a violência sofrida pela população LGBTQIA+ no futebol. Esses grupos consolidam-se como agentes de mudança social que mobilizam novas estratégias de combate à discriminação, sendo a principal delas a produção de conhecimento e a denúncia sistemática de episódios de LGBTfobia. (RESENDE, FORTUNA, 2023). Ao documentar e levar casos ao Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD), os coletivos transformam o discurso cultural em uma demanda por sanções legais, forçando as instituições - inclusive os próprios clubes de futebol - a se posicionarem e testando a eficácia real dos mecanismos de combate ao preconceito no esporte.

LGBTfobia e uma nova responsabilidade para o futebol brasileiro

A criminalização da LGBTfobia no Brasil obteve um avanço crucial em 2019, quando o Supremo Tribunal Federal (STF) equiparou essa prática ao crime de racismo. Contudo, a efetivação dessa decisão em políticas de segurança pública ainda apresenta obstáculos significativos. Um dos principais desafios, conforme Hilton (2024), é a subnotificação e o registro inadequado dos casos, uma vez que nem todos os órgãos estão preparados para tipificar corretamente essas ocorrências. No universo do futebol, essa discussão ganhou espaço no mesmo ano. O Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD) começou em 2019 um esforço para coibir a homofobia nos estádios, emitindo uma recomendação para que clubes e federações adotassem campanhas educativas e orientando que as equipes de arbitragem passassem a relatar em súmula todas as manifestações preconceituosas. É nesse cenário de avanços legais e desafios institucionais que a comunicação dos clubes de futebol em datas como o Dia Mundial contra a LGBTfobia (17/05) se torna um objeto de análise crucial. Tendo como base Stuart Hall (2016), cada publicação será vista como um ato de representação, analisando de que forma a instituição busca instituir um significado "preferencial" sobre o tema. Este processo se alinha à perspectiva de Raymond Williams, que vê a cultura como um campo de disputa. Para o autor:

[É preciso estudar] as práticas sociais e as relações culturais que produzem não só “uma cultura” ou “uma ideologia”, mas, coisa muito mais significativa, aqueles modos de ser e aquelas obras dinâmicas e concretas em cujo interior não há apenas continuidades e determinações constantes, mas também tensões, conflitos, resoluções e irresoluções, inovações e mudanças reais. (WILLIAMS, 1997)

Este debate será conduzido através da perspectiva da teoria do estigma de Erving Goffman (2004). A abordagem comunicacional do clube pode ser percebida como uma tentativa de gerenciar a tensão resultante da LGBTfobia. Goffman (2004, p. 15) sintetiza a natureza dessa interação complexa:

Quando normais e estigmatizados realmente se encontram na presença imediata uns dos outros, especialmente quando tentam manter uma

conversação, ocorre uma das cenas fundamentais da sociologia porque, em muitos casos, esses momentos os serão aqueles em que ambos os lados enfrentarão diretamente as causas e efeitos do estigma.

Por fim, a teoria da performatividade de Judith Butler (2018) é fundamental para compreender que a publicação não é um mero enunciado, mas um ato performativo. O clube, ao publicar, não apenas "diz", mas "faz" algo, constituindo-se como um sujeito institucional "aliado". A articulação desses referenciais permite, portanto, uma análise multidimensional que transcende a mera descrição do conteúdo. Neste contexto, a próxima parte se concentrará no corpus empírico, examinando de forma concreta como as publicações dos clubes brasileiros de futebol, através de suas escolhas textuais e visuais, funcionam como o gatilho para essas negociações culturais.

Análise das estratégias de representação: silêncio, protocolo e combate

A análise empírica do posicionamento dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro em datas como o Dia Mundial Contra a LGBTfobia revela um espectro de estratégias comunicacionais que vão da omissão deliberada ao engajamento explícito. A investigação parte do pressuposto de que, em um campo cultural tão normativo quanto o futebol, tanto o ato de falar quanto o de se calar são carregados de significado e operam como respostas, diretas ou indiretas, às pressões sociais e aos movimentos de resistência que demandam inclusão.

O primeiro dado relevante que emerge da análise é o silêncio. De um total de 20 clubes, $\frac{1}{4}$ (cinco equipes: Red Bull Bragantino, Mirassol, Internacional, Juventude e Sport Recife) optou por não realizar nenhuma publicação alusiva ao tema. Este silêncio não deve ser interpretado só como uma ausência de posição, mas como uma estratégia comunicacional em si. À luz da teoria de Erving Goffman (2004), essa omissão pode ser entendida como uma tentativa de evitar o gerenciamento da tensão inerente ao tema. Ao não abordarem o estigma da homofobia, os clubes evitam o confronto direto com a parcela mais conservadora de suas torcidas, mantendo uma aparente neutralidade que, na prática, reforça o status quo e a percepção de que o futebol é um território imune a tais discussões "políticas". Esse não-posicionamento corrobora a manutenção do que Goffman descreveria como a separação entre os "normais" e os "estigmatizados", onde o clube se abstém de perturbar a ordem vigente.

Dos 15 clubes que se manifestaram, a maioria – 80%, ou 12 equipes – adotou o que pode ser classificado como um discurso "institucional-protocolar". Essas publicações caracterizam-se por mensagens breves, pelo uso de palavras-chave de apelo universal como "respeito", "igualdade", "amor" e "empatia", e pela aplicação das cores do arco-íris em suas identidades visuais, seja no escudo do clube ou outros elementos visuais da postagem. Sob a ótica de Stuart Hall (2016), esta categoria se configura como uma estratégia de representação que busca fixar um significado "preferencial" controlado: o clube se coloca como uma entidade moderna e consciente, mas de forma genérica, evitando o engajamento com as pautas políticas específicas da comunidade LGBTQIA+. Hall (2016, p. 53) afirma que “sentidos, conseqüentemente, sempre mudam, de uma cultura ou período ao outro”, e a estratégia protocolar busca justamente conter essa fluidez, oferecendo uma mensagem de baixa complexidade e amplo aceite.

Esta abordagem majoritária pode ser compreendida também através da teoria da performatividade de Judith Butler (2018). O ato anual de postar uma mensagem de apoio funciona como um ato performativo, uma repetição estilizada que constrói a identidade institucional de "clube aliado". A questão não é se o clube "é" genuinamente inclusivo, mas que ele "faz" a inclusão ao performar publicamente sua adesão à causa. Butler (2018, p. 235) argumenta que a identidade é o efeito de atos repetidos no tempo:

O gênero é a estilização repetida do corpo, um conjunto de atos repetidos no interior de uma estrutura reguladora altamente rígida, a qual se cristaliza no tempo para produzir a aparência de uma substância, de uma classe natural de ser. (BUTLER, 2018, p. 235)

Aplicando essa lógica, a repetição anual dessas postagens pelos clubes busca cristalizar a "aparência" de uma substância inclusiva, uma identidade de marca que se alinha aos valores progressistas sem necessariamente se aprofundar em suas complexidades políticas. Trata-se de uma estratégia que visa acumular capital simbólico positivo, dialogando com o que se convencionou chamar de "marketing de causa" ou, em sua faceta mais crítica, "pinkwashing".

Em contrapartida, uma minoria de 20% (três clubes: Cruzeiro, Ceará e Fortaleza) demonstrou um posicionamento mais combativo e elaborado. Suas publicações transcenderam o uso de palavras-chave e símbolos estéticos, trazendo reflexões sobre os impactos concretos da LGBTfobia dentro e fora dos estádios, com

dados e estatísticas sobre a LGBTfobia, depoimentos e um chamado à ação mais explícito. Essa postura se alinha à visão de Raymond Williams (1992) sobre a cultura como um campo de disputa. Ao invés de apenas mediar um significado de forma apaziguadora, esses clubes se inserem ativamente no conflito, utilizando sua plataforma para uma intervenção cultural mais incisiva, que reconhece as "tensões, conflitos, resoluções e irresoluções, inovações e mudanças reais" (WILLIAMS, 1992, p. 28) que definem a sociedade.

É fundamental situar essas manifestações institucionais, sejam elas protocolares ou combativas, como uma resposta à crescente articulação das torcidas LGBTQIA+ desde 2013, como documentado por Pinto e Almeida (2014), e a posterior organização nacional através do Coletivo de Torcidas Canarinhos LGBTQ, conforme analisado por Resende e Fortuna (2024), que criaram uma pressão discursiva que torna o silêncio institucional cada vez mais custoso. A atuação desses coletivos, que "produzem e divulgam conteúdos com o propósito de colocar em xeque o padrão normatizador vigente" (PINTO; ALMEIDA, 2014, p. 107), força os clubes a, no mínimo, performarem um posicionamento. Esse fenômeno demonstra a complexidade da comunicação no futebol: um ambiente que, segundo Nabono Martins (2022), permanece homofóbico, mas onde a simples necessidade de se posicionar publicamente já representa uma fissura na hegemonia. A comunicação institucional torna-se, assim, o estopim para uma negociação pública de sentidos.

Considerações finais

Este trabalho se propôs a analisar a comunicação institucional dos clubes de futebol brasileiros como uma complexa arena de negociação de sentidos sobre diversidade, inclusão e cidadania. Partindo do arcabouço teórico dos Estudos Culturais, demonstrou-se que o posicionamento dessas instituições em datas emblemáticas para a comunidade LGBTQIA+ transcende o mero ato comunicacional, configurando-se como um ato performático que catalisa disputas discursivas no ambiente digital e que ressoam também em outros campos. A investigação revelou que, longe de ser um campo de consenso, o futebol é um território onde a identidade do "torcedor" e os valores associados aos clubes são intensamente contestados, refletindo as tensões da sociedade brasileira contemporânea.

A relevância deste estudo se assenta no diálogo com pesquisas anteriores e recentes que investigam a intersecção entre futebol, diversidade e cidadania. Trabalhos pioneiros sobre a emergência das torcidas *queer* na década de 2010 (PINTO; ALMEIDA, 2014) já apontavam para a existência de uma resistência organizada que questionava a hegemonia masculina nas arquibancadas. O presente estudo avança ao demonstrar que as atuais manifestações institucionais dos clubes não surgem em um vácuo, mas podem ser compreendidas como uma resposta, ainda que muitas vezes tímida, a essa pressão contínua exercida por esses públicos.

Ademais, estudos recentes como os de Resende e Fortuna (2023) sobre a articulação nacional do Coletivo Canarinhos LGBTQ e sua práxis de denúncia, e o de Nabono Martins (2022) sobre a persistência de discursos homofóbicos entre torcedores, oferecem o contexto necessário para compreender a cautela da maioria dos clubes. A comunicação institucional opera, portanto, em um campo de forças contraditórias: por um lado, a pressão das torcidas LGBTQIA+ e a necessidade de se alinhar a um mercado consumidor que valoriza a diversidade; por outro, o temor da reação de uma base de torcedores ainda profundamente enraizada em uma cultura futebolística normativa e excludente.

A análise aqui empreendida confirma que o posicionamento dos clubes, por mais protocolar que seja, se torna um recurso discursivo fundamental para as torcidas LGBTQIA+. Hall (2016) propõe que o sentido de uma mensagem não está fixo, mas é construído no ato da decodificação. Assim, os coletivos LGBTQIA+ se apropriam da representação oficial de "clube inclusivo" - um significado preferencial codificado pela instituição - e a ressignificam como uma ferramenta de legitimação para suas próprias lutas, utilizando a visibilidade institucional para validar sua presença e amplificar suas demandas por ações concretas, transformando um ato de marketing em capital político.

Como desdobramento, sugere-se a ampliação para estudos focados na análise da recepção e decodificação das mensagens por parte dos diferentes segmentos de público. Utilizando o referencial de Hall (2016) de forma aprofundada, futuras investigações poderiam, por meio de métodos como a etnografia digital e entrevistas, investigar como torcedores em posições hegemônicas, negociadas e de oposição interpretam e dão sentido a essas publicações. Quais são os repertórios culturais que mobilizam para justificar o repúdio ou o apoio? Como a identidade de classe, raça e gênero do torcedor

influencia sua decodificação? Tal análise permitiria ir além da categorização dos comentários, compreendendo as lógicas que sustentam as diferentes leituras. Outras possibilidades de estudo incluiriam análises longitudinais, que acompanhem a evolução do discurso dos clubes ao longo de vários anos, verificando se há uma tendência à maior combatividade ou à consolidação do discurso protocolar, especialmente em diferentes conjunturas políticas nacionais. Investigações comparativas entre regiões do Brasil também se mostram promissoras, a fim de verificar se as especificidades culturais do Sul, Sudeste e Nordeste, por exemplo, se refletem em estratégias de comunicação e reações públicas distintas.

Conclui-se, portanto, que o estudo da comunicação dos clubes de futebol em pautas de diversidade é um campo fértil para se compreender as transformações e as resistências culturais na sociedade brasileira. As publicações aqui analisadas ultrapassam seu caráter enquanto publicações em redes sociais e colocam-se como o epicentro de uma disputa sobre quem tem o direito de pertencer, de torcer e de se orgulhar. Analisar como esses sentidos são produzidos, disputados e ressignificados é, em última análise, investigar a própria luta pela cidadania em um dos palcos mais significativos da cultura nacional.

Referências

ANDD. **Artigo 243-G: Homofobia no Futebol**. ANDD - Academia Nacional de Direito Desportivo. Disponível em: <https://www.andd.com.br/andd/artigo-243-g-homofobia-no-futebol>. Acesso em: 15 jun. 2025.

Anderson E. **Openly gay athletes: Contesting hegemonic masculinity in a homophobic environment**. *Gender & Society* 16: 860–877. 2002

BANDEIRA, Gustavo Andrada; SEFFNER, Fernando. **Futebol, gênero, masculinidade e homofobia: um jogo dentro do jogo**. *Espaço Plural*, Marechal Cândido Rondon, v. 14, n. 29, p. 246-270, jul./dez. 2013.

HILTON, Erika. BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei n. 2669/2024. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2459176&filename=Avulso%20PL%202669/2024. Acesso em: 16 jun. 2025.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 16. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

COLETIVO DE TORCIDAS CANARINHOS LGBTQ. **Anuário com os dados de 2022 da LGBTfobia no Futebol está disponível!**. 2023. Disponível em:

<https://canarinhoslgbtq.com.br/anuario-com-os-dados-de-2022-da-lgbtphobia-no-futebol-esta-disponivel/>. Acesso em: 15 jun. 2025.

GOFFMAN, Erving. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2004.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Organização e revisão técnica de Arthur Ituassu. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

MARTINS, Juliana Nabono. **Homophobia in Brazilian football: A critical discourse analysis of fans' comments in online football forums**. International Review for the Sociology of Sport, v. 58, n. 2, p. 392-410, 2023.

PINTO, Mauricio Rodriguez; ALMEIDA, Marco Bettine. **As torcidas queer em campo: a emergência de grupos que questionam a homofobia e o machismo no futebol**. Revista Brasileira de Estudos do Lazer, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 105-116, ago. 2014.

RESENDE, Marcelo Alves de; FORTUNA, Vania Oliveira. **Coletivo de Torcidas Canarinhos LGBTQ: futebol e estratégias de comunicação como resistência ao discurso bolsonarista**. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 17., 2023, Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: ABRAPCORP, 2023.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.