

O FUTEBOL É DE TODOS? UMA ANÁLISE DAS CAMPANHAS DE TIMES DE FUTEBOL SOBRE O DIA DO ORGULHO LGBTQIA+

Rafaela Cristina de Souza¹

RESUMO

Nos últimos anos, especialmente a partir de 2013, houve o crescimento das chamadas torcidas queer e de novos movimentos de torcedores contrários ao machismo, ao racismo e à LGBTfobia no futebol (BANDEIRA & SEFFNER, 2013; PINTO, 2017; ANJOS, 2018; VIMIEIRO, 2023), que buscam resistir a esse ambiente onde diferentes formas de violência são direcionadas àqueles que não performam os ideais de masculinidade hegemônica da nossa sociedade. Diante disso, o objetivo deste trabalho é compreender de que forma a ação desses coletivos de torcedores se articula com os times de futebol, ou seja, se e como os times têm se posicionado contra as diferentes formas de opressão que permanecem no futebol brasileiro atualmente. Para isso, analisamos as campanhas divulgadas no mês de junho de 24 times de futebol nos anos de 2022 e 2023, a partir da metodologia de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2016), em conjunto com o conceito de interseccionalidade (CRENSHAW, 1989; CORRÊA, 2022). Entre os resultados prévios encontrados, é possível perceber que, de modo geral, as campanhas são muito pontuais, com postagens apenas em datas específicas e sem um aprofundamento da questão ou a proposição de ações práticas. Dessa forma, a pesquisa aponta que, de modo geral, os times brasileiros ainda tratam questões como a LGBTfobia com discursos sem a tipificação dos preconceitos, por exemplo, e sem uma atuação prática de combate aos diferentes tipos de opressão e violência que ainda existem no futebol.

Palavras-chave: Futebol; Culturas torcedoras; LGBTfobia; Interseccionalidade.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, souzacrafaela@gmail.com.