

## O INFERNO SÃO OS OUTROS? JORNALISMO ESPORTIVO E CONSTRUÇÃO DE ESTEREÓTIPOS NA COBERTURA DA RIVALIDADE ENTRE CLUBES DE FUTEBOL

*HELL IS OTHER PEOPLE? SPORTS JOURNALISM AND STEREOTYPES'  
CONSTRUCTION IN COVERAGE OF RIVALRY BETWEEN FOOTBALL CLUBS*

*¿EL INFIERNO SON LOS DEMÁS? PERIODISMO DEPORTIVO Y CONSTRUCCIÓN  
DE ESTEREOTIPOS EN LA COBERTURA DE LA RIVALIDAD ENTRE CLUBES DE  
FÚTBOL*

*Original recebido em: 20 de março de 2025  
Aceito para publicação em: 21 de maio de 2025  
Publicado em: 24 de setembro de 2025*

Thalita Neves

A lista completa com informações dos autores está no final do artigo

### RESUMO

Este artigo analisa os modos como a imprensa esportiva, dotada de certa liberdade editorial quanto aos fundamentos da profissão, ainda se utiliza de estereótipos por vezes discriminatórios para descrever – e até fomentar – as rivalidades entre clubes de futebol, sob o risco de reduzi-las a meras disputas clubísticas, em vez de considerá-las enquanto elemento de alteridade. Neste trabalho, interessa mais especificamente debater os usos que o jornalismo esportivo faz dos estereótipos de “time do povo” e “time da elite” associados a clubes rivais, suscitando uma pretensa luta de classes entre as equipes. Para tanto, a abordagem teórico-metodológica mescla discussões sobre os conceitos de estereótipo e de rivalidade clubística, em suas interfaces com os fundamentos da profissão, aqui embasados também por depoimentos de dois jornalistas esportivos entrevistados pela autora: Juca Kfourri (Universa/UOL) e Marcelo Barreto (SporTV/Grupo Globo).

**Palavras-chave:** Jornalismo esportivo; Construção de estereótipos; Rivalidades clubísticas; Time do povo; Time da elite.

### ABSTRACT

This article analyzes how the sports journalism, which enjoys a certain amount of editorial freedom regarding the journalism fundamentals, still uses discriminatory stereotypes to describe – and even foment – rivalries between football clubs, at the risk of reducing them to mere club disputes, instead of considering them as elements of alterity. The intention is to debate the uses that sports journalism makes of “people’s team” and “elite’s team” stereotypes’ associated with rival clubs, which give rise to a supposed class struggle between the teams. To this end, the theoretical-methodological approach combines discussions on the concepts of stereotype and club rivalry, in their interfaces with the

journalism fundamentals, here also supported by testimonies from two sports journalists interviewed by the author: Juca Kfourri (Universa/UOL) e Marcelo Barreto (SporTV/Grupo Globo).

**Keywords:** Sports journalism; Stereotypes' construction; Club rivalries; People's team; Elite's team.

## RESUMEN

Este artículo analiza las formas en que la prensa deportiva, dotada de cierta libertad editorial respecto a los fundamentos de la profesión, todavía utiliza estereotipos a veces discriminatorios para describir – e incluso alentar – las rivalidades entre clubes de fútbol, con el riesgo de reducirlas a meras disputas clubísticas, en lugar de considerarlas como un elemento de alteridad. En este trabajo nos interesa discutir los usos que el periodismo deportivo hace de los estereotipos de “equipo del pueblo” y “equipo de élite” asociados a clubes rivales, planteando una supuesta lucha de clases entre equipos. Para ello, el enfoque teórico-metodológico combina discusiones sobre los conceptos de estereotipo y rivalidad de clubes, en sus interfaces con los fundamentos de la profesión, aquí también apoyados en testimonios de dos periodistas deportivos entrevistados por el autor: Juca Kfourri (Universa/UOL) e Marcelo Barreto (SporTV/Grupo Globo).

**Palavras-chave:** Periodismo deportivo; Construcción de estereotipos; Rivalidades de clubes; Equipo del pueblo; Equipo de élite.

## 1. INTRODUÇÃO

Os ônibus andam mais rápido quando vence o Corinthians, porque a cabeça da massa é o verdadeiro biodiesel, os trens fazem faíscas nos trilhos, até os corinthianos da “elite branca” (risos irônicos?) ficam menos perversos quando o alvinegro triunfa, sabia? Suspendem a luta de classes por 15 minutos na troca de turnos das fábricas, o velho fenômeno das camas quentes do qual tratava o corinthianíssimo Karl Marx. Há uma outra vida na cidade, como se Deus, no milagre de um filtro do Instagram divino, romantizasse o universo em branco & preto. O Corinthians é bíblico, é Lázaro, juro que vimos, eu e o Doutor Sócrates, ao final do maior porre das nossas vidas, o verdadeiramente épico dos porres, quando o maltrapilho Zumbi, sangue coalhado no cobertor cinza Paraíba, se levantou de um beco da Rua Augusta e saiu em estado delirante de santa blasfêmia: “Deus depende mais do Corinthians do que o Corinthians de Deus!” Até hoje, nem mesmo nas tábuas dostoiévskianas, consegui decifrar o mantra do maltrapilho. Alguém se habilita? (SÁ, 2016, p. 40).

Apesar de se declarar torcedor do Santos Futebol Clube, o escritor e cronista nordestino Xico Sá dedica várias crônicas de sua antologia ao Sport Club Corinthians Paulista. No trecho acima, retirado da obra *A pátria em sandálias da humildade* (2016), Xico entoa a luta de classes para descrever o cotidiano de São Paulo quando o Corinthians triunfa, ilustrado pela figura do “maltrapilho Zumbi”, que seria mais temente ao clube alvinegro do que às divindades cristãs. O tom sarcástico do escritor encontra terreno fértil na crônica esportiva, porém dificilmente caberia no gênero noticioso, tendo em vista os princípios canônicos do jornalismo que prezam

pela objetividade, neutralidade e outros valores bastante discutíveis. Não é a intenção neste artigo debater em profundidade os fundamentos da profissão do jornalista, mas é importante relativizá-los no que diz respeito ao jornalismo esportivo e à construção de estereótipos na cobertura de futebol, já que neste trabalho pretende-se analisar os modos como a imprensa esportiva, que soa editorialmente mais permissiva, ainda se utiliza de estereótipos por vezes discriminatórios para descrever – e até fomentar – as rivalidades clubísticas.

Neste artigo, interessa debater a construção de dois estereótipos específicos, as alcunhas de “time do povo” e “time da elite” associadas a clubes rivais, as quais, mesmo que se sustentem de alguma maneira devido a fatores históricos, são construções imaginárias forjadas não só pelo jornalismo esportivo, mas também pelos próprios dirigentes dos clubes e pela cultura torcedora nos estádios. Partindo dessas perspectivas, este artigo analisa os usos que o jornalismo esportivo faz dos estereótipos de povo e elite, suscitando – propositalmente ou não – uma pretensa luta de classes entre as equipes, ironizada pelo cronista Xico Sá no trecho de abertura deste artigo. Para tanto, esta discussão mescla uma abordagem teórico-metodológica envolvendo os conceitos de estereótipo e de rivalidade clubística, embasados também por depoimentos de dois jornalistas esportivos entrevistados pela autora presencialmente em 2022: Juca Kfour (Universa/UOL) e Marcelo Barreto (SportTV/Grupo Globo).

O conceito de estereótipo é aqui revisitado sob a ótica do sociólogo e antropólogo canadense Erving Goffman (1988, 1998), considerando-se principalmente a relevante diferenciação que o autor faz entre estereótipo e estigma. Dando sequência ao debate, convém abordar ainda a perspectiva da cultura torcedora a partir das sociabilidades que se constroem em torno das relações jocosas entre torcedores rivais, perspectiva esta que será debatida sob o ponto de vista do antropólogo Edison Gastaldo (2005, 2010), pesquisador atuante no debate sobre futebol, mídia e sociabilidade no Brasil. Já os depoimentos dos jornalistas entrevistados – Juca Kfour e Marcelo Barreto – serão incorporados ao longo da discussão para ilustrar as particularidades do fazer-jornalístico na editoria esportiva e, principalmente, contextualizar o papel social do jornalismo enquanto via de acesso a uma formação mais crítica e cidadã.

Quanto à rivalidade clubística, pretende-se debatê-la não somente como elemento de alteridade em relação ao clube rival, mas também como componente articulado aos fundamentos jornalísticos, considerando-se o potencial da rivalidade enquanto valor-notícia (VN) capaz de gerar engajamento e audiência na cobertura esportiva, perspectiva esta já dimensionada pela autora em outro trabalho (Autora, 2021). Nesse sentido, um dos desafios do

profissional de jornalismo esportivo seria justamente fazer com que as pautas da editoria não se reduzam a meras disputas clubísticas, afinal, existem outros elementos significativos “em jogo” na cobertura de esportes, como as relações de alteridade envolvendo aspectos históricos, de identidade, de memória e de pertencimento que influenciam na escolha de torcer por determinado clube de futebol e não por outro, por exemplo. É também nesse sentido que o título deste artigo retoma, ainda que superficialmente e somente para fins ilustrativos, o raciocínio do filósofo Jean-Paul Sartre (1977) naquela que provavelmente é sua frase mais conhecida, escrita na peça teatral *Entre quatro paredes*, de 1944: “O inferno são os outros”. Trazendo esse raciocínio, de forma simplista, para a ótica clubista do futebol, o clube rival representaria assim todas aquelas características que costumamos negar em nós mesmos, mas que não nos furtamos a projetar nos outros.

## 2. A CONSTRUÇÃO DAS RIVALIDADES E O PERTENCIMENTO CLUBÍSTICO

Nos inícios da civilização, a rivalidade pelo primeiro lugar era sem dúvida um fator formativo e enobrecedor. [...] A vida aristocrática é concebida como um jogo exaltante de coragem e honra. Infelizmente, mesmo num ambiente primitivo, é raro que a guerra, com sua ferocidade e crueldade, permita que este nobre jogo se tome uma realidade. A violência sangrenta só em pequena medida pode caber nas formas elevadas da cultura. Daí resulta que o jogo só pode ser plenamente sentido e apreciado como ficção social e estética. É por isso que o espírito da sociedade está constantemente procurando uma forma de evasão nas belas imagens de uma vida heroica que se realiza na dignidade do combate e se situa no domínio ideal da honra, da virtude e da beleza. (Huizinga, 1999, p. 73).

Autor da obra *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura* (1999), originalmente publicada em 1938, o historiador holandês Johan Huizinga defende a rivalidade como um sentimento intrínseco ao jogo. Sentimento este que encorajaria e enobreceria o homem primitivo enquanto um produto das guerras. Construindo seu raciocínio a partir das estruturas sociais dos primórdios da civilização, Huizinga destaca uma virtude “que parece provir diretamente da vida aristocrática e agonística do guerreiro dos tempos antigos: a fidelidade” (1999, p. 75) que, segundo ele, seria a “entrega de si mesmo a uma pessoa, uma causa ou uma ideia, sem discutir as razões dessa entrega nem duvidar de seu valor permanente” (1999, p. 75). Trazendo essa perspectiva para o universo do futebol, é como se a entrega de um torcedor a determinado time potencializasse a construção das rivalidades clubísticas. Afinal, se um

torcedor é permanentemente fiel a um clube, isso significa não nutrir fidelidade alguma perante o outro – o que, vale lembrar, não quer dizer ser indiferente a ele.

No entanto, ainda que no ambiente primitivo resgatado por Huizinga fossem comuns a ferocidade e a crueldade das guerras, o autor pondera que a violência sangrenta praticada nos primórdios das civilizações não caberia nas formas mais elevadas da cultura. Na visão do autor, o jogo “como elemento da cultura”, seria, portanto, entendido mais por seu caráter lúdico do que por seu caráter bélico. Este, por sua vez, ainda que se faça notar em campo, talvez encontre uma de suas expressões máximas justamente na construção das rivalidades entre torcidas adversárias. No Brasil, por exemplo, nos clássicos disputados entre clubes de uma mesma cidade, é nítida a separação entre os alambrados rivais. Até mesmo no entorno dos estádios o policiamento costuma ser reforçado para que os adversários tomem cada qual seu espaço e não se cruzem pelo caminho.

Do mesmo modo – e já adentrando a lógica da antropologia das emoções (Rezende; Coelho, 2010) – o sentimento de rivalidade que paira nas arquibancadas em dia de clássico encontra seu significado pleno no *schadenfreude*, palavra derivada da psicologia alemã que, traduzindo livremente para o português, significa ficar feliz pela desgraça do outro. Isto é, não basta torcer pela vitória do seu time, é preciso comemorar a derrocada do rival, independentemente do alcance da partida ou da dimensão dos clubes em disputa. Porém, qual a garantia de que realçar os problemas adversários resolverá as pendências do seu clube do coração, fazendo com que ele suba na tabela? Essa perspectiva pode ser explicada pela natureza sociológica do conflito, discutida pelo sociólogo alemão Georg Simmel (1983). O autor defende que toda relação conflituosa, por si só, é uma forma de associação, de tal maneira que o conflito estaria destinado “a resolver dualismos divergentes; é um modo de conseguir algum tipo de unidade, ainda que através da aniquilação de uma das partes conflitantes” (p. 22).

O esporte, contudo, seria a “forma recreativa do conflito”, segundo também aponta a socióloga norte-americana Janet Lever. Na obra *A Loucura do futebol* (1983), a autora faz um estudo etnográfico do fenômeno da integração social ocorrida no Brasil por meio desse esporte, debatendo a redução das diferenças regionais por intermédio da paixão comum pela modalidade: “Paradoxalmente, o esporte contribui para a união ao enfatizar o conflito entre as partes. [...] Torna-se a área para interesses conflitantes, ao mesmo tempo, em que cultiva uma perspectiva partilhada como a base para a ordem.” (Lever, 1983, p. 24). Ainda segundo a autora, costumamos associar o conflito a um problema que precisa ser resolvido. Entretanto, em sua

forma recreativa, o conflito traria vantagens evidentes, como a integração social. Lever recorre à mobilização dos brasileiros em épocas de Copa do Mundo para exemplificar seu raciocínio:

A partir da Copa de 70, quando os jogos passaram a ter transmissões ao vivo pela tevê, o Brasil inteiro se mobilizou para acompanhar a sua Seleção. Durante as Copas não se fazia nada neste país. Acordava-se e dormia-se pensando em futebol. Do presidente ao mais miserável dos mendigos discutiam-se escalações, jogadas, esquemas, possibilidades. O Brasil parava. (Lever, 1983, p. 11).

Esse vínculo de identidade entre o brasileiro nato e o “país do futebol” não será tema de estudo neste artigo. Todavia, convém ressaltar que essa lógica do pertencimento que se expressa em períodos de Copas do Mundo se assemelha à lógica que embasa a construção de rivalidades clubísticas em esfera regional. Ou seja, nesse âmbito, o viés sociológico e antropológico da prática futebolística abrange também as noções de conflito, rivalidade e pertencimento entre clubes de um mesmo estado, de modo que todas essas noções ultrapassariam o conceito meramente desportivo, ou até mesmo lúdico, como propôs Huizinga. Assim sendo, e agora nas palavras do antropólogo Arlei Damo, “torcer por um clube de futebol é participar ativamente da vida social, construindo identidades que extrapolam o indivíduo, a casa e a família” (Damo, 2002, p. 12).

Gremistas, colorados e flamenguistas são cidadãos quaisquer, que partilham, entre outras coisas, o gosto pelo futebol justamente porque partilham uma série de dilemas sociais, sendo o futebol capaz de tornar público e de maneira muito peculiar alguns desses conflitos, é que existem as rivalidades clubísticas, algumas delas circunscritas à esfera local, outras regionais e até nacionais. (Damo, 1998, p. 11-12).

Isso explica, por exemplo, porque a rivalidade entre clubes pode ser considerada um valor-notícia tão caro à editoria esportiva. Nesse sentido, cabe trazer à discussão a obra *Crêterios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações* (2014), organizada pelos pesquisadores Gislene Silva, Marcos Silva e Mario Fernandes. Nessa obra, os autores fazem uma distinção entre valores-notícia “de referência” e valores-notícia “potenciais”, de modo que os primeiros seriam aqueles que efetivamente encadeiam os fatos no fazer-notícia, enquanto os “potenciais” seriam “aqueles para os quais possa haver uma demanda, mas que ainda não foram efetivamente incorporados às políticas editoriais” (2014, p. 39). No caso da editoria esportiva, e diferentemente do que é proposto por Silva *et al.*, o termo “potencial” poderia se referir

justamente ao fato de determinado valor-notícia se sobressair em relação a outros na produção noticiosa, como é o caso da rivalidade clubística na cobertura esportiva, considerando-se, sobretudo, os aspectos sociológicos do futebol acima descritos.

Esse viés sociológico do esporte enquanto “conflito” faz com que, por trás das narrativas futebolísticas, discursos envolvendo questões de identidade, memória e pertencimento, por exemplo, estejam presentes nas linhas e entrelinhas dos conteúdos. Não à toa, as editorias esportivas figuram entre as mais contestadas pelo público em termos de verdade, objetividade e credibilidade jornalísticas, como já apontado em outro trabalho da autora (Autora, 2021). Considerando-se que o conceito de verdade é também um elemento bastante caro ao fazer-notícia, esse cenário tende a tornar o ofício do jornalista esportivo mais desafiador do que o trabalho do jornalista que atua em outras editorias. O conceito de verdade – ou veracidade – no jornalismo esportivo encontra outras fragilidades no debate aqui proposto, tendo em vista que a discussão sobre estereótipos é, por si só, controversa. Isso porque, ainda que nasça de um fato histórico, um estereótipo não necessariamente corresponde à representação fidedigna de algo.

Inclusive, no caso das rivalidades clubísticas estereotipadas em narrativas classistas, o que está em discussão é justamente o oposto: embora as alcunhas de time do povo e time da elite encontrem sustentação na memória histórica dos clubes, tais denominações nem sempre condizem com a trajetória contemporânea dessas agremiações. Um exemplo evidente é o clássico “FlaFlu”, cujas narrativas jornalísticas atrelam costumeiramente o Fluminense a uma imagem de clube elitista e o Flamengo a um imaginário popular, ainda que esse estereótipo de popularidade do Flamengo tenha se construído para fins político-sociais bastante específicos, conforme ponderou o historiador Renato Coutinho (2013). Nesse âmbito, as categorias de povo e elite atreladas a clubes de futebol seriam, portanto, meras representações imaginárias forjadas no que os historiadores Hobsbawm e Ranger (1997) chamaram de “invenção de tradições”.

### 3. TIME DA ELITE: ESTEREÓTIPO OU ESTIGMA?

Em *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*, Goffman (1988) analisa as razões pelas quais o processo de estereotipagem – ou estigmatização – se concretiza. Segundo o autor, são as próprias rotinas de sociabilidade que tornam de certa forma previsível a “identidade social” de um indivíduo, o que faz com que pessoas que carregam certas características e atributos sejam automaticamente inseridas em determinados grupos sociais.

Essa compatibilidade alimentada pelos processos de socialização acaba fazendo com que se espere daquele indivíduo que ele transmita – de maneira consciente ou não – a impressão desejada. No entanto, quando essa impressão gira em torno de alguma característica considerada difamatória pelo senso comum, o processo de estereotipagem assume a roupagem de estigmatização. Na visão de Goffman, um estereótipo se torna um estigma quando é “usado em referência a um atributo profundamente depreciativo” (1988, p. 6). Mas isso não quer dizer que o estigma é uma categoria absoluta. Pelo contrário: há que se relativizá-la porque, ainda segundo Goffman, “um atributo que estigmatiza alguém pode confirmar a normalidade de outrem, portanto ele não é, em si mesmo, nem horroroso nem desonroso” (1988, p. 6).

Um estigma, é então, um tipo especial de relação entre atributo e estereótipo, embora eu proponha a modificação desse conceito, em parte porque há importantes atributos que, em quase toda a nossa sociedade, levam ao descrédito. O termo estigma e seus sinônimos ocultam uma dupla perspectiva: assume o estigmatizado que a sua característica distintiva já é conhecida ou é imediatamente evidente, ou então que ela não é nem conhecida pelos presentes e nem imediatamente perceptível por eles. No primeiro caso, está-se lidando com a condição do desacreditado, no segundo com a do desacreditável. Esta é uma diferença importante, mesmo que um indivíduo estigmatizado em particular tenha, provavelmente, experimentado ambas as situações. (Goffman, 1988, p. 7).

Trazendo esse raciocínio para o contexto das rivalidades clubísticas aqui proposto, depreende-se que o estereótipo de time da elite, por exemplo, transformou-se em um estigma, haja vista que, salvo raras exceções, foi-se o tempo em que ser elite no futebol era considerado algo virtuoso. Goffman (1988) propõe ainda uma diferenciação entre três categorias de estigma. A primeira delas estaria relacionada às “abominações do corpo - as várias deformidades físicas” (p. 7). A segunda categoria seriam as “culpas de caráter individual” (p. 7) – encarceramento, alcoolismo, desemprego, entre outras. A terceira categoria, por sua vez, é a que melhor dialoga com o universo esportivo, a qual o autor denomina como o conjunto de “estigmas tribais de raça, nação e religião, que podem ser transmitidos por meio de linhagem e contaminar por igual todos os membros de uma família” (p. 7). Assim, quando se diz que um time é do povo, pressupõe-se – ainda que somente no âmbito imaginário – que todos os membros daquela comunidade compartilham ideais democráticos e populares. Na outra via, os estigmatizados enquanto elite seriam vistos pelos adversários como um símbolo do desvio, mesmo que, nos termos práticos de uma sociedade estruturada em classes, saiba-se claramente quem são os desviantes e os privilegiados.

Em todos esses exemplos de estigma, entretanto, inclusive aqueles que os gregos tinham em mente, encontram-se as mesmas características sociológicas: um indivíduo que poderia ter sido facilmente recebido na relação social cotidiana possui um traço que pode-se impor a atenção e afastar aqueles que ele encontra, destruindo a possibilidade de atenção para outros atributos seus. Ele possui um estigma, uma característica diferente da que havíamos previsto. Nós e os que não se afastam negativamente das expectativas particulares em questão serão por mim chamados de normais. (Goffman, 1988, pp. 7-8).

Neste artigo, ao se discutir as categorias de povo e elite, importa reforçar que a questão aqui em debate não gira em torno do fenômeno marxista da luta de classes em si, mas sim em torno da tentativa de compreender como se configura o processo de construção dos estereótipos de povo e elite associados aos clubes brasileiros pelo jornalismo esportivo, pela cultura torcedora e pelos próprios dirigentes das agremiações. Outra obra de Goffman que auxilia nessa compreensão é *A representação do eu na vida cotidiana* (1998), fruto de um minucioso trabalho antropológico em comunidades agrícolas do norte europeu. Nesse trabalho, o autor descreve os processos de sociabilidade como responsáveis por estabelecer previamente hierarquias, expectativas e papéis sociais no jogo das interações humanas. Dessa forma, o indivíduo passaria a performar seu “eu” (self) conforme certas impressões socialmente definidas, com o objetivo de – conscientemente ou não – ser, por exemplo, aceito em determinado grupo. Essa vertente permite fazer um paralelo com as torcidas de futebol, especialmente quando Goffman (1998) introduz o conceito de “fachada social” para explicar como certos padrões comportamentais são institucionalizados em prol da manutenção de um imaginário coletivo:

Todos os indivíduos situados num dado grupo têm permissão para, ou são obrigados a, manter a mesma fachada social em certas situações. Além do fato de que práticas diferentes podem empregar a mesma fachada, deve-se observar que uma determinada fachada social tende a se tornar institucionalizada em termos das expectativas estereotipadas abstratas às quais dá lugar e tende a receber um sentido e uma estabilidade à parte das tarefas específicas que no momento são realizadas em seu nome. A fachada torna-se uma “representação coletiva” e um fato, por direito próprio. (Goffman, 1998, p. 34).

O autor chama atenção também para o processo de dramatização que deriva dessa “representação do eu na vida cotidiana”, tendo em vista que, “em presença de outros, o indivíduo geralmente inclui em sua atividade sinais que acentuam e configuram de modo impressionante fatos confirmatórios que, sem isso, poderiam permanecer despercebidos ou obscuros” (Goffman, 1998, p. 36). A experiência de assistir a uma partida de futebol no estádio,

em meio à torcida, por exemplo, reúne elementos que a torna mais suscetível à dramatização do que na experiência de assistir ao mesmo jogo sozinho no sofá de casa. Alguns desses elementos seriam os gestuais, os gritos, os cantos, etc., que ficam mais evidentes na atuação coletiva. O mesmo raciocínio vale para a dramatização presente em certos rituais de modo a reforçar não apenas o senso de pertencimento do indivíduo, mas também uma ideia de continuidade, de modo que o ímpeto do torcer se expanda para o coletivo e, assim, configure uma ideia de que aquela torcida, seja ela qual for, está empurrando o time na busca pelo resultado.

Se a atividade do indivíduo tem de tornar-se significativa para os outros, ele precisa mobilizá-la de modo tal que expresse, durante a interação, o que ele precisa transmitir. De fato, pode-se exigir que o ator não somente expresse suas pretensas qualidades durante a interação, mas também que o faça durante uma fração de segundo na interação. Assim, se um árbitro de beisebol quer dar a impressão de que está seguro de seu julgamento, deve abster-se do momento de pensamento que lhe poderia dar a certeza de sua decisão. Tem de tomar uma decisão instantânea de modo que o público fique certo de que ele está seguro de seu julgamento. Note-se que no caso de alguns status sociais a dramatização não apresenta problemas, pois alguns dos números instrumentalmente essenciais para completar a tarefa central do status são, ao mesmo tempo, mara vilhosamente adaptados, do ponto de vista da comunicação, como meios de transmitir vividamente as qualidades e atributos pretendidos pelo ator. Os papéis dos lutadores, cirurgiões, violinistas e policiais são exemplos disto. Essas atividades permitem uma autoexpressão tão dramática, que os profissionais exemplares – reais ou falsos – se tornam famosos e ocupam lugar de destaque nas fantasias comercialmente organizadas da nação. (Goffmann, 1998, p. 36-37).

Essa “autoexpressividade dramática” poderia também ser facilmente atrelada à atuação de jogadores de futebol, ainda que os atletas atuem em diferentes níveis performáticos a depender do contexto em questão. Já a “fachada” conceituada por Goffman (1998) – e aqui associada ao universo futebolístico – seria assim a síntese dos comportamentos padronizados em um tipo de cenário palco para o desenrolar da ação, como os estádios, no caso do futebol. O autor ainda afunila o conceito ao definir também uma “fachada pessoal”, que envolveria a aparência do sujeito e aqueles atributos que, conforme a argumentação inicialmente proposta em *Estigma* (1988), o enquadrariam em certo grupo social, evidenciando os papéis que se espera que sejam cumpridos naquela determinada situação. Desse modo, o estereótipo em torno de um clube dito do povo pressupõe padrões comportamentais diferentes daqueles que se supõe provenientes da elite. A clara diferenciação dos setores de um estádio de futebol entre arquibancada geral e cadeiras numeradas, por exemplo, evidenciam bem essa perspectiva.

#### 4. A RIVALIDADE CLUBÍSTICA ENQUANTO FATOR DE SOCIABILIDADE

Antes de abordar efetivamente a questão da sociabilidade enquanto elemento intrínseco à cultura torcedora no futebol, convém trazer outro exemplo discursivo que ilustra os contrastes entre os estereótipos de time do povo e time da elite quando utilizados nas narrativas do jornalismo esportivo. Em um artigo que discute a influência midiática na cobertura da rivalidade entre os dois principais clubes do estado de Alagoas – Clube de Regatas Brasil (CRB) e o Centro Sportivo Alagoano (CSA) – Alexandrino *et al.* (2016) apontam para um possível agravante decorrente dessa estereotipagem pautada sob uma pretensa luta de classes: a incitação à violência nos estádios. Segundo os autores, a imprensa esportiva de Maceió, ao se utilizar dos estereótipos de time do povo e time da elite para se referir, respectivamente, ao CSA e ao CRB, acaba fomentando manifestações de violência entre os torcedores, além de reforçar uma narrativa “mitificada” em torno das duas agremiações, algo no mínimo controverso, considerando-se o compromisso com a verdade enquanto fundamento canônico da profissão, ainda que discutível.

[A mídia] também cumpre papel importante na construção da identidade dos torcedores do CRB e do CSA. Ao tratar esse como “o clube do Mutange” ou “do mangue”, e aquele como o “galo da praia”, “da Pajuçara”, a mídia reforça dois estereótipos: o de que todos os torcedores azulinos são periféricos – a imagem dos catadores de sururu da lagoa Mundaú – e o de que todos os regatianos são da elite e moradores dos bairros litorâneos – o aristocrata branco que assiste ao jogo da tribuna de honra. Ocorre, portanto, a construção de um caráter de “guerra de classes”, ao se generalizar, erroneamente, duas torcidas que dividem em cores um estado de mais de 3 milhões de habitantes, das mais variadas esferas econômicas e sociais. Há patrões e proletários, trabalhadores informais e aristocratas, nas torcidas dos dois times, logo, a ideia de “povo versus elite”, na disputa entre CRB e CSA, é uma mitificação proposta pela mídia. (Alexandrino *et al.*, 2016, p. 6).

Sob um viés antropológico, o professor Edison Gastaldo já havia alertado quanto ao risco de incitação à violência entre torcidas por parte da imprensa esportiva. Em artigo intitulado *As relações jocosas futebolísticas. Futebol, sociabilidade e conflito no Brasil* (2010), Gastaldo correlaciona as performances de masculinidades correntes na cultura torcedora às tensões que, mediadas pelo jogo de futebol, poderiam culminar em embates físicos, sobretudo considerando-se as “lógicas simbólicas de pertencimento e exclusão” inerentes ao ato de torcer. No entanto, a negociação entre as partes rivais se estabeleceria pelo que o pesquisador denominou de “gramática da jocosidade futebolística” (Gastaldo, 2010, p. 315), ou seja, pelas brincadeiras e gozações típicas entre torcedores adversários, as quais acabam configurando

novas formas de competitividade decorrentes dessa interação social, como é o caso das apostas, valendo desde dinheiro vivo a caixas de cerveja e churrasco: um “jogo dentro do jogo”, balizado pelas sociabilidades da cultura torcedora (p. 319).

É evidente que brigas e conflitos entre torcedores ocorrem, embora sejam antes exceção do que regra. Há que se considerar aqui o papel da imprensa, sobrevalorizando o “espetáculo midiático” de uma guerra de torcidas, muito mais noticiável do que a gozação cotidiana sem consequências, “levada na esportiva”, em elevadores, bares, portarias e escritórios, mais frequente, mas menos espetacular. O universo do futebol profissional, desta forma, fornece em nossa sociedade, local e oportunidade para pôr em ação formas competitivas de sociabilidade. (Gastaldo, 2010, p. 315).

Trata-se de um comum acordo entre as partes já que, ainda segundo Gastaldo (2010), “tais relações ocorrem em uma base de reciprocidade – quem ‘sacaneia’, ‘goza’, ‘toca flauta’ ou ‘corneta’, hoje, aceita de modo tácito a possibilidade de ser a vítima de amanhã” (p. 314). Em artigo intitulado *Uma arquibancada eletrônica: reflexões sobre futebol, mídia e sociabilidades no Brasil* (2005), Gastaldo chama atenção também para os diferentes graus de manifestação dessas lógicas simbólicas inerentes ao futebol. Ao “mimetizar” a experiência de estar presente no estádio, por exemplo, a transmissão de uma partida pela televisão se configura sob outro viés, no qual o “fenômeno social coletivo” da torcida praticamente não acontece. Nos estádios, por outro lado, “o torcedor experimenta o compartilhar de um mesmo evento com milhares de outras pessoas, torna-se massa, dissolve-se na ‘torcida’ de seu time” (Gastaldo, 2005, p. 5). O fenômeno esportivo, exacerbado por essa dimensão da cultura torcedora nos estádios, ganhou proporções ainda maiores com a expansão dos meios de comunicação de massa:

Originalmente uma atividade para ser “praticada”, o esporte tornou-se, com o surgimento e o crescimento da comunicação de massa, cada vez mais um “espetáculo” para ser “assistido”, visando a um consumo massificado. Essa incorporação do esporte pela indústria cultural gera um divórcio entre prática e consumo, já que não é necessário ter praticado um esporte para assisti-lo pela televisão e (numa espécie de “grau zero da competência esportiva”) emocionar-se com o resultado. (Gastaldo, 2005, p. 115).

Emoção esta que, por vezes, “contamina” a própria imprensa esportiva, demarcando uma linha bastante tênue entre fazer uma cobertura digna da liberdade editorial que um caderno de carga subjetiva proporciona e, ao mesmo tempo, manter-se fiel aos princípios e fundamentos

que regulamentam a profissão, blindando-se do risco de promover uma narrativa clubista. Essa questão é discutida pelo pesquisador Luiz Henrique de Toledo em sua tese doutoral intitulada *Lógicas no futebol. Dimensões simbólicas de um esporte nacional* (2000). O autor recorre ao trabalho do cronista paulistano Thomaz Mazzoni para abordar o clubismo e o bairrismo como grandes mazelas da cobertura esportiva, derivadas de uma “exacerbação da paixão associada à posição privilegiada que estes [jornalistas] ocupavam no trânsito das demandas e interesses de dirigentes de clubes, ligas ou federações estaduais” (Toledo, 2000, p. 185). Esse “sistema de favores estabelecido entre setores da imprensa e dirigentes” seria, na ótica de Toledo (2000), um fenômeno intrínseco ao futebol, ainda que muitas vezes antagônico aos valores éticos do jogo e da competição.

Portanto, associados a um mesmo princípio, que tende a atribuir um partidarismo passional e exacerbado à conversão do evento esportivo em fato jornalístico, que obviamente extravasa para o âmbito ético e político, os fenômenos do bairrismo e do clubismo revelam, constantemente, os limites da prática da crônica especializada, expondo, de modo geral, o campo dos especialistas às críticas sobre o seu papel mediador entre torcedores e profissionais, oscilando, entre as éticas do jogo e da competição. (Toledo, 2000, p. 187).

Nesse âmbito, cabe trazer ao debate a visão do jornalista Marcelo Barreto (SporTV/Grupo Globo) a esse respeito. Em entrevista concedida à autora deste artigo, Barreto não titubeia ao afirmar que o papel do repórter é reportar e que o papel do torcedor é torcer, embora reconheça que há um acordo tácito de que, “quando a gente fala de Seleção, a gente pode se posicionar como torcedor” (Barreto, 2022, s/p.). Recordando-se de uma entrada ao vivo em uma mesa redonda da *Rádio Globo*, Barreto relembra o comentário de um torcedor entrevistado pelo programa, que à época tinha como um dos debatedores o radialista Luiz Mendes, autodeclarado botafoguense: “O torcedor disse: ‘O Luiz Mendes, esse falso botafoguense!’, Ou seja, ele é ‘falso botafoguense’ porque ele é neutro. Ele não é o tempo todo a favor do Botafogo. Então tudo no futebol brasileiro a gente vê pela ótica da torcida.” (2022, s/p.). Barreto relembra também uma coluna que escreveu sobre o assunto. No texto, publicado em 27 março de 2022 no portal *O Globo*, o jornalista assinalava: “Toda vez que alguém que não é apenas torcedor resolve torcer, acaba correndo um risco muito grande de distorcer.”

Eu até me lembro do contexto em que eu escrevi isso aí na coluna. Eu começava citando o Oldemário Touguinhó, em que alguém perguntava assim: “Qual é o papel do repórter?” Ele dizia: “Reportar.” “Qual é o papel do editor?” “Editar...” Do torcedor

é torcer! Se você seguir essa lógica, né? O que eu dizia era o seguinte: quando você faz as coisas pela ótica do torcedor – e era isso que a gente tava debatendo aqui – quando você faz as coisas pela ótica do torcedor, elas não vão funcionar num ambiente que pede a neutralidade. A cobertura jornalística é uma delas. Mas, também, se você pensar, cuidar da arbitragem no campeonato é uma coisa que tem que ser feita fora da ótica do torcedor, senão você vai achar que o roubo é sempre contra o seu time, que aquele árbitro não pode apitar contra você. Na hora de se juntar politicamente pra fazer uma liga, você vai ter que ver os interesses do campeonato e não os interesses de cada clube. São coisas que você tem que fazer sem a ótica do torcedor. O momento de torcer é o momento do jogo: começou o jogo, eu quero que o meu time ganhe do seu. E aí o resto se torna desimportante. Mas, fora do ambiente do jogo, raramente funciona agir como torcedor. (Barreto, 2022, s/p.).

O jornalista Juca Kfourri, também em entrevista concedida à autora deste artigo, traz outra vertente interessante, debatendo o clubismo no jornalismo esportivo menos pela ótica do pertencimento e mais pela ótica da rivalidade. Certa vez, Kfourri – abertamente corintiano – foi ameaçado de morte por parte da torcida alvinegra porque publicou a seguinte chamada em uma edição da revista *Placar*: “A Fiel Verde está feliz”, em alusão a uma boa campanha do clube alviverde. Dias depois, o jornalista foi recebido no estádio pelos corintianos com uma faixa onde se lia: “Juca Kfourri, só existe uma Fiel torcida”, acompanhada de um coro que entoava “Ê ê ê, o Juca vai morrer.” Esse episódio, narrado em seu livro de memórias (Kfourri, 2017), revisita uma discussão peculiar, a qual é o fato de os próprios corintianos criticarem um jornalista que sempre deixou clara a sua paixão pelo time. No entanto, Kfourri pondera que, justamente por ser jornalista, não se exime de denunciar as mazelas do clube:

Eu não confundo a minha paixão pelo Corinthians – e só tô seguro dela até porque passei vinte e três anos jejuando e não deixei de ser corintiano em nenhum momento – eu não confundo a minha paixão pelo Corinthians com as mazelas do Corinthians, que eu denuncio. Eu já cheguei no Pacaembu pra ver um jogo do Corinthians, em plena fase da MSI [Media Sports Investment] – que era dinheiro sujo da Rússia, da máfia russa, de contrabando de arma, daquele Berezovsky, que foi morto pelo Putin – e nego fez coro contra mim porque disse que eu era contra a contratação do Tévez. Por quê? Porque eu disse que a contratação do Tévez tava sendo feita com dinheiro sujo e que isso tinha um nome: doping financeiro. E aí, é claro, eu disse que o estádio do Corinthians seria não a solução da vida do Corinthians, mas provavelmente uma barreira para o futuro do clube, sendo construído como tava sendo. Você já foi ao estádio do Corinthians? Então você vá ao estádio do “time do povo” e deslumbre-se com mármore, com banheiro com privada automática... É um estupor de luxo. Do time do povo. (Kfourri, 2022, s/p.).

Interessante a correlação que Kfourri faz entre o processo de modernização dos estádios de futebol no Brasil e a propagação dos discursos de times do povo. Note que um aspecto não inviabiliza o outro: o fato de o estádio dispor de instalações mais confortáveis e funcionais não

deveria soar como algo associado à “elite” e, portanto, restritivo ao povo. Essa lógica retroalimenta o estigma – aqui retomando a conceituação de Goffman (1988) – de inferioridade do pobre diante do rico. No entanto, considerando-se as bases de uma sociedade estruturada em classes, é plenamente compreensível esse raciocínio. Inclusive, dentro das subdivisões desses estratos, cabe trazer ao debate o termo “time de massa”, que também é utilizado pela imprensa esportiva e pela cultura torcedora na intenção de associar um clube às camadas populares. Um exemplo é a alcunha de “Galão da Massa”, atribuída ao Clube Atlético Mineiro, e é retroalimentada constantemente pela diretoria do time. Diante desse exemplo, convém retomar uma pergunta pertinente sobre esses estereótipos costumeiramente associados a clubes de futebol: existe diferença entre ser o time do povo e ser o time da massa? O raciocínio construído com Marcelo Barreto parece auxiliar na resposta:

Marcelo Barreto (MB): Acho que são duas formas diferentes de dizer a mesma coisa.  
Pessoa Autora (PA): Eu não sei. Eu fiquei pensando que “massa” talvez saia um pouco desse espectro classista e entre naquela amplitude que a gente estava falando, sobre o clube ter 40 milhões de torcedores.

MB: Falamos no começo da entrevista, né: o clube é popular porque ele tem muitos torcedores ou porque ele é um clube mais presente nas classes mais baixas e populares? Talvez “massa” tenha a ver com essa questão de quantidade e “povo” tenha a ver com essa questão de classe social.

PA: Sim, sim. Acho que chegamos numa resposta bastante aceitável.

MB: Pode ser. Mas nada científico, né? Tudo forjado no jeito de falar.

PA: É por isso que é difícil fazer trabalho científico sobre futebol! [risos]

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Partindo do diálogo com o jornalista Marcelo Barreto e do raciocínio de que o conceito de massa pressupõe uma multidão, é pertinente trazer às conclusões deste artigo o argumento proposto pelo antropólogo Roberto DaMatta no livro *O que faz o Brasil, Brasil?* (2001), quando o autor descreve o ambiente das ruas enquanto local de fluidez e movimento. Em um comparativo com o lar – que seria uma unidade mais integrada – a rua, como um rio, “se move sempre num fluxo de pessoas indiferenciadas e desconhecidas que nós chamamos de ‘povo’ e de ‘massa’” (Damatta, 2001, p. 20). O autor ainda adverte que “temos que nos dar conta de que vivemos numa sociedade onde casa e rua são mais que meros espaços geográficos. São modos de ler, explicar e falar do mundo” (p. 19-20). Sentido semelhante tem o jornalismo, que opera como uma importante ferramenta social ao dar voz ao que precisa ser dito. Mas isso, claro, balizado pelos princípios éticos e fatores mercadológicos que sustentam a profissão, além da

própria bagagem cultural do jornalista, tendo em vista o que foi aqui discutido sobre os limites da interferência clubística na cobertura esportiva.

Todavia, mesmo que encontre diversos percalços pelo caminho, o jornalismo parece estar avançando em uma série de pautas que, há bem pouco tempo, sequer tinham valor-notícia ao se pensar pelo viés da alteridade, como as pautas que envolvem causas raciais, de gênero e de classe. Embora na cobertura esportiva o embate classista ainda se valha de visões estereotipadas, que carecem de uma angulação mais crítica – como descrito no decorrer deste artigo – alguns avanços da editoria são bastante evidentes. Um exemplo, citado pelo jornalista Marcelo Barreto, tem a ver com a relação que os próprios atletas têm hoje em dia com as mídias, enfatizada pelo advento das redes sociais. Na visão de Barreto, esse é um fenômeno positivo: “O jogador de futebol hoje está conseguindo se esconder menos do papel dele na sociedade. Então, por mais que a gente discuta assim: ‘Será que o Neymar fez certo ou fez errado em participar da campanha política do Bolsonaro?’ Ele fez, né? Ele se expôs à crítica.” (Barreto, 2022, s/p.).

Eu acho que o jogador cada vez menos consegue se esconder atrás da estrutura do futebol. Ele hoje é obrigado a encarar a realidade. Não só o jogador. Se você pensar no que aconteceu com o Cuca, por exemplo, quando um caso de violência sexual foi resgatado – um caso que já era conhecido –, se você pensar no que aconteceu com o Robinho depois que ele foi condenado por estupro... Houve um tempo em que os jogadores seriam isolados, blindados, não iam aceitar falar disso. E hoje não é possível. Eu acho que os jogadores têm cada vez mais que enfrentar a opinião pública pra falar de coisas que não são só as coisas do esporte. Enfrentar a opinião pública eles sempre precisaram pra falar de seu desempenho esportivo. Mas acho que hoje, quando isso vai acontecendo, talvez cada geração chegue um pouquinho mais preparada. (Barreto, 2022, s/p.).

Essas questões em torno do relacionamento do atleta com a imprensa – envolvendo posicionamento político e outros aspectos ideológicos – não foram exploradas ao longo deste artigo. Ainda assim, cabe destacar outra evidência do avanço das coberturas esportivas na relação com pautas “extracampo”, desta vez notado pelo jornalista Juca Kfourri, lembrando uma edição de mesa redonda do canal *SporTV*, veiculada em 2011, da qual participavam os ídolos corintianos Sócrates e Casagrande<sup>1</sup>: “Foi uma das últimas aparições do Sócrates na televisão, já bem combalido. Sócrates, Casagrande, Cléber [Machado], mais dois ou três

---

<sup>1</sup> Juca Kfourri e Walter Casagrande comentaram esse episódio na edição de 9 de maio de 2022 do programa *Roda Vida*, da *TV Cultura*. Disponível em: <https://youtu.be/tmR3WkW4okY>. Acesso em: 10 fev. 2025.

jornalistas. De repente, o Casão olha para o Sócrates e diz assim: ‘Magrão, eu sempre quis te dizer isso: Eu amo você. Eu te amo.’” (Kfourri, 2022, s/p.).

Kfourri afirma que esta foi a primeira vez em que ele viu um momento afetivo sendo protagonizado por dois homens em um programa sobre futebol, modalidade cuja lógica das masculinidades hegemônicas ainda persiste. “Tirante nas novelas, eu nunca tinha visto – e nem era nas novelas uma coisa frequente... de um homem poder dizer pro outro ‘eu te amo’ – e o Casão disse, pro Magro.” Em uma perspectiva menos comovente e mais analítica, Marcelo Barreto comenta o episódio: “Pra cada geração de jogadores que passa, alguns tabus vão sendo quebrados. Talvez pra toda uma geração de jogadores hoje, um jogador dizer pro outro ‘eu te amo’ seja uma coisa mais natural. Não era natural pra geração do Sócrates e do Casagrande.” (Barreto, 2022, s/p). E conclui: “Eu acredito em pequenos avanços.” Estamos de acordo.

## REFERÊNCIAS

ALEXANDRINO, B.; ÁVILA, J.; MAGALHÃES, M.; PADILHA, E. Futebol e Violência em Maceió: a influência midiática na rivalidade entre CRB e CSA. **Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. Caruaru, 2016.

BARRETO, M. **Entrevista concedida à autora**. Rio de Janeiro, 8 nov. 2022.

COUTINHO, R. **Um Flamengo grande, um Brasil maior: o Clube de Regatas do Flamengo e o imaginário político nacionalista popular (1930-1955)**. 2013. 196 f. Tese (Doutorado em História), Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

DAMATTA, R. **O que faz o brasil, Brasil**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

DAMO, A. **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 Social), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

DAMO, A. **Futebol e identidade social: uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes**. Porto Alegre: Ed. Universidade UFRGS, 2002.

GASTALDO, E. Uma arquibancada eletrônica: reflexões sobre futebol, mídia e sociabilidade no Brasil. **Campos**. Curitiba, v. 6, p. 113-123, 2005.

GASTALDO, E. As relações jocosas futebolísticas. Futebol, sociabilidade e conflito no Brasil. **Mana**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 311-325, 2010.

GOFFMAN, E. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Tradução de Mathias Lambert. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1998.

HOBBSAWM, E.; RANGER, T. (Org.). **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

KFOURI, J. **Confesso que perdi: memórias**. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

KFOURI, J. **Entrevista concedida à autora**. São Paulo, 8 set. 2022.

LEVER, J. **A loucura do futebol**. Rio de Janeiro: Record, 1983.

REZENDE, C.; COELHO, M. C. **Antropologia das Emoções**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2010.

SÁ, X. **A pátria em sandálias da humildade**. Santos: Realejo, 2016.

SARTRE, J. **Entre quatro paredes**. São Paulo: Abril Cultural, 1977.

SILVA, G.; SILVA, M.; FERNANDES, M. (Orgs.). **Critérios de noticiabilidade: Problemas conceituais e aplicações**. Florianópolis: Insular, 2014.

SIMMEL, G. A natureza sociológica do conflito. In: MORAES, Evaristo (Org.). **Simmel: sociologia**. São Paulo: Editora Ática, 1983.

TOLEDO, L. H. **Lógicas no futebol: dimensões simbólicas de um esporte nacional**. 2000. 322f. Tese (Doutorado em Antropologia Social), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

*Thalita Neves*

Jornalista pela UFOP. Mestra em Jornalismo pela UFSC. Doutora em Comunicação pela UERJ. Pesquisadora de pós-doutorado pelo Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD/UFBA).



Esta obra está licenciada com uma Licença  
Creative Commons Atribuição-Não-Comercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional