



A SITUAÇÃO

RESPEITO NO FUTEBOL

Os discursos homofóbicos e estigmatizantes, cada vez menos tolerados no dia a dia das pessoas, costumam ser aceitos e até mesmo celebrados no ambiente esportivo, principalmente no futebol. Trata-se da narrativa dominante nos estádios de futebol, em reuniões com amigos assistindo a um jogo, ou mesmo em qualquer conversa sobre o assunto que possa ocorrer num bar ou no trabalho. Independente do âmbito, é socialmente permitido que o tema futebol possa ser utilizado para degradar, atacar, humilhar e subjugar atletas e torcedores. Como se uma conversa esportiva fosse capaz de converter em massa pessoas sensíveis e socialmente conscientes, sem qualquer tipo de empatia ou respeito por outro ser humano.

O ÂMBITO: O ESTÁDIO

O estádio de futebol, seu entorno antes dos jogos, além das redes sociais e dos espaços onde os torcedores se reúnem para torcer pelo seu time, são baluartes de hábitos, costumes e comportamentos normalmente não aceitos na sociedade. Atualmente, por exemplo, é difícil uma pessoa fazer comentários homofóbicos em um ambiente de trabalho sem que isso gere, no mínimo, um problema sério com seus colegas. Porém, no estádio ou naqueles 90 minutos em que falamos de futebol, a mesma pessoa pode gritar abertamente insultos homofóbicos a um jogador, e não só não será desaprovado, mas certamente encontrará cumplicidade em olhares, sorrisos e até mesmo gritos ao seu redor

Durante esses 90 minutos, o ambiente parece permitir, em vez de julgar, qualquer ato de violência e discriminação, algo que, fora deste contexto, seria geralmente inaceitável. Quem se atrever a questionar estes insultos receberá inúmeras desculpas ensaiadas pelos agressores que se recusam a identificar-se como tal: “É uma forma de dizer”; “Não tem nada a ver com masculinidade”; “Digo isso a ele porque ele é um covarde, não por causa de sua sexualidade” e o clássico “Tenho muitos amigos gays” nunca faltará.

O IMPACTO DAS PALAVRAS

Num contexto tão agressivo, onde a homossexualidade é utilizada como um insulto para humilhar torcedores e atletas e onde a masculinidade e o sucesso esportivo são definidos em oposição a ela, é lógico que, de milhares de jogadores profissionais de futebol, apenas nove se declararam homossexuais.¹

¹ (https://www.espn.com.ar/futbol/nota/_/id/10563090/futbolistas-abiertamente-homosexuales-que-paso-lgbtq+)

Ou como muitas vezes o jornalismo tem sublinhado, “confessaram a sua homossexualidade”, da mesma forma que se confessa um crime, como se ser gay fosse um acto culposos que exige uma confissão e, por transitividade, um castigo.

Esses comportamentos são comuns em toda a América Latina, onde o futebol representa mais que um esporte e atravessa todas as camadas sociais. Os insultos homofóbicos são permitidos abertamente, são blindados e encorajados pelo efeito de massa, sem medir o impacto que as palavras têm.



A OPORTUNIDADE:

Para erradicar a homofobia no futebol é fundamental começar pelo mais básico: Conscientizar e construir um novo discurso, onde o valor e a crítica sejam construídos nas qualidades e no desempenho esportivo, e não na identidade e/ou orientação sexual dos torcedores e atletas. Aumentar a conscientização sobre o impacto das palavras pode ser um grande primeiro passo nessa direção.

A Espanha, por exemplo, realizou recentemente algumas tentativas de sensibilização para esta questão. <https://www.youtube.com/watch?v=WclqdkdsJEI>

BRIEF

NECESSIDADE DO CLIENTE:

A ESPN convida jovens profissionais e estudantes de publicidade, marketing e comunicação da região a desenvolverem campanhas de comunicação criativas que promovam um ambiente de convivência e inclusão que contribua para acabar com a discriminação no esporte, especialmente no futebol.

OBJETIVO:

Aumentar a conscientização sobre a discriminação no ambiente do futebol. Conseguir que o espectador compreenda que as expressões homofóbicas e violentas têm consequências e causam um efeito negativo nas pessoas que as recebem e ouvem, bem como um efeito na aceitação social. Romper com a premissa de pensar em todos os espaços ligados aos clubes de futebol são lugares que estão numa realidade paralela e sem impacto na sociedade. Questionar e ajudar a mudar a perspectiva em relação ao uso das palavras, das expressões e do seu impacto na sociedade.

PÚBLICO-ALVO:

Torcedores de futebolbero-americanos, de todas as idades.

COMO COMUNICAR-SE

- Recomenda-se um tom educativo e informativo; cuja força é guiada pelo poder da razão.
- Sugere-se uma mensagem forte, dirigida aos torcedores de futebol que apresentam comportamentos diferenciados dentro e fora de campo. Com um tom que os mobilize e os retrate a partir das suas contradições.
- Propõe-se uma comunicação próxima e relevante; honesta e comprometida.
- Podem ser incorporados elementos de humor, o que costuma ser uma forma eficaz de persuadir o público e pode servir como elemento atenuante que acompanha a firmeza buscada na campanha.

MÍDIA:

Campanha 360, que inclua:

Spot para televisão e cinema de 60"

Rádio

Outdoor

Redes Sociais

Ações/ativações disruptivas tanto fora quanto dentro dos estádios.

Também serão varolizados:

- ações tanto nas ruas quanto nas transmissões ou programas do canal
- a idealização do produto que acompanha a campanha