

## A delegação brasileira LGBT e o legado dos Gay Games 2018: promovendo a diversidade de gênero no esporte

### RESUMO

**Renata Laudaes Silva**

E-mail: renata.laudares@gmail.com  
Universidade Estadual Paulista  
- UNESP, Rio Claro, São Paulo, Brasil

**Nara Heloisa Rodrigues**

E-mail: narahelo@hotmail.com  
Universidade Estadual Paulista  
- UNESP, Rio Claro, São Paulo, Brasil

**Ana Paula Evaristo Guizarde Teodoro**

E-mail: anapaulaguizarde@yahoo.com.br  
Universidade Estadual Paulista  
- UNESP, Rio Claro, São Paulo, Brasil

**Gisele Maria Schwartz**

E-mail: gisele.schwartz@unesp.br  
Universidade Estadual Paulista  
- UNESP, Rio Claro, São Paulo, Brasil

**Giselle Helena Tavares**

E-mail: gi\_htavares@yahoo.com.br  
Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, Minas Gerais, Brasil

As competições esportivas, tais como os Jogos Olímpicos, permitem a criação de legados diversos, tais como aqueles relacionados à infraestrutura, à ampliação de empregos, à saúde, à inclusão e de gênero. Especificamente sobre o legado de gênero, eventos esportivos específicos, como o *Gay Games*, o qual conta unicamente com a participação da população LGBT e simpatizantes, já é uma realidade em diversos países e pode ser um espaço de fortalecimento neste sentido. Assim, este artigo teve por objetivo analisar e discorrer sobre os conteúdos dos *posts* no *Facebook™*, sobre a primeira participação da delegação brasileira esportiva LGBT e simpatizantes na 10ª edição dos *Gay Games*, ocorrido em 2018. Foram selecionados e submetidos à técnica de análise de conteúdo, 63 *posts* da página “Paris 2018 – Espírito Brasil”, da delegação brasileira. Constatou-se que o *Facebook™* pode ser um espaço de consolidação marcado pela diversidade, pelo respeito, pela luta em relação ao rompimento de entraves, como a homofobia, o preconceito e a segregação relacionada à falta de inclusão dos diversos gêneros no esporte. Este fortalecimento está diretamente relacionado à atuação dos usuários desta rede social, com o emprego de *hashtags* que podem contribuir com a difusão de valores inclusivos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gênero. Gay Games. Esporte. Legado olímpico. Mídias.

## INTRODUÇÃO

O termo legado pode ser conceituado de diferentes maneiras, a exemplo, como algo que se tenha deixado a alguém, ou algo que se tenha recebido de outrem (MAZO; ROLIM; DACOSTA, 2008). Quando esse termo é relacionado ao resultado de um acontecimento, como é o caso dos megaeventos esportivos ocorridos no Brasil nos últimos anos, dentre eles as Olimpíadas Rio 2016, pode-se evidenciar que o legado herdado faz referência aos aspectos econômicos, sociais, culturais, educacionais, ambientais entre outros (TAVARES, 2011). O referido evento foi abordado sob diferentes vieses, discutido e refletido pelas diversas mídias (MESQUITA; BUENO, 2018) e por pesquisadores de várias áreas do conhecimento (MARQUES; ROCCO JUNIOR, 2018).

Segundo Villano *et al.* (2008), possíveis legados deixados por um megaevento esportivo podem ser classificados em algumas categorias. São elas: legados relacionados às edificações construídas, melhorias na infraestrutura e a geração de emprego; legados resultantes do processo de candidatura, como a elaboração de projetos, organização e planejamento urbano; legados relativos à projeção da cidade sede e do país no exterior e internamente e a valorização dos elementos ligados aos aspectos cívicos; legados associados à gestão esportiva e dos espaços, como também, parcerias público-privadas e o planejamento participativo; e, por fim, legados referentes ao voluntariado e a projetos sociais esportivos desenvolvidos junto às comunidades.

Outros legados podem ser deixados à cidade sede, quando se trata de megaeventos, tais como aqueles relacionados à diversidade (ABREU, 2008), como exemplos, diversidade de culturas, de línguas, de saberes, de costumes, de trocas de experiências, assim como da diversidade de gênero relativa a expectadores e atletas presentes nestas competições. Nos Jogos Olímpicos Rio 2016, segundo a cobertura feita pela *Outsports* (2016), houve um número recorde de atletas LGBT equivalente a 53 pessoas, sendo a maioria do gênero feminino. Em se tratando de diversidade de gênero, a participação de atletas e simpatizantes em eventos esportivos direcionados ao público LGBT é fruto da modernidade, como apontam Camargo e Rial (2011).

Eventos direcionados à população LGBT e simpatizantes já são uma realidade em outros países, como é o caso dos *Gay Games*. Segundo Kevin Markwell e David Rowe (2003), este evento acabou desafiando a heteronormatividade no esporte e promovendo reflexões acerca da homofobia neste contexto. O arcabouço que alicerça as relações entre as questões de gênero, sexo e esporte são estruturas de poder, que ainda faz perpetuar atitudes discriminatórias em relação à preferência sexual (WAITT, 2003).

Os *Gay Games* representam um megaevento esportivo criado em 1982, modelado aos Jogos Olímpicos, cujo objetivo é unir gays, bissexuais, lésbicas, travestis e simpatizantes, por meio das práticas esportiva e artística. Os princípios norteadores dos *Gay Games*, segundo a *Federation of Gay Games* (FGG, 2019) se concentram no caráter educativo, recreativo e cooperativo fomentados pelo esporte, assim como, na realização pessoal e na inclusão dos diversos públicos, os quais ainda sofrem com a violência de gênero. Essas premissas são a base do evento em questão (CAMARGO, 2016).

Os *Gay Games* ocorrem de quatro em quatro anos e, a, cada evento, o número de atletas cresce, à medida que novas modalidades são inseridas. Conforme dados captados na página da Federação *Gay Games* (FGG, 2019b), em 1982, a primeira edição do evento ocorreu na cidade de San Francisco - EUA, com 1.350 participantes de 12 países e 17 provas ofertadas. E, segundo a página da federação, a décima edição do evento ocorreu na cidade de Paris - França, em 2018, na qual 91 países estavam presentes, somando um total de 10.317 participantes e 36 modalidades esportivas foram ofertadas e 14 eventos culturais (FGG, 2019b).

Segundo o *site* oficial da Federação *Gay Games* (FGG), a cada edição, o evento recebe uma temática diferente, sendo assim, na primeira edição o tema foi *Challenge - 1982*, assim como nos anos posteriores: *Triumph - 1986*, *Celebration - 1990*, *Unity - 1994*, *Friendship - 1998*, *Under new skies - 2002*, *Where the world meets - 2006*, *Be part of it - 2010*, *Go all out - 2014* e *All equal<sup>1</sup> - 2018* (FGG, 2019a). Estas temáticas representam incentivos para a participação no evento.

Pode-se perceber que, da edição ocorrida na década de 1980, a qual contava com 1.350 participantes, para a última, ocorrida em 2018, com 10.317 participantes, o número aumentou gradativamente a cada evento. Dados estes que podem ser visualizados no quadro 1.

**Quadro 1 - Edições dos *Gay Games*, cidades-sedes e número de participantes**

Gay Games – cidades-sedes e número de participantes				
Ano	Edição	Cidade - País	Mod. esportivas	N. atletas
1982	I Gay Games	São Francisco - EUA	17	1350
1986	II Gay Games	São Francisco - EUA	18	3500
1990	III Gay Games	Vancouver - Canadá	27	7300
1994	IV Gay Games	Nova Iorque - EUA	31	12500
1998	V Gay Games	Amsterdã - Holanda	33	13000
2002	VI Gay Games	Sidney - Austrália	36	11000
2006	VII Gay Games	Chicago - EUA	31	11500
2010	VIII Gay Games	Colônia - Alemanha	35	12900
2014	IX Gay Games	Cleveland - EUA	35	10000
2018	X Gay Games	Paris - FRA	36	10300

Fonte: Adaptado de Camargo (2016) e FGG (2019)

Alguns fatores podem explicar esse crescimento no número de participantes, dentre eles, os acontecimentos históricos, como o maior acompanhamento da AIDS e esclarecimentos sobre a doença entre a população mundial, haja vista que na década de 1980, a homossexualidade foi considerada uma doença e a população *gay* sofria com o preconceito e a discriminação (TERTO JÚNIOR, 2002).

As leis que garantem os direitos LGBT, as cidades sedes e a sua relação com a população LGBT (WAITT, 2003), como também, a materialização de um espaço no qual atletas de orientações sexuais divergentes da dominante sentem-se acolhidos e podem expressar sua sexualidade sem maiores problemas, além do fato de se promover e gerar engajamento à causa LGBT (CAMARGO, 2016).

O registro da primeira participação brasileira nos *Gay Games* pode ser visualizado no estudo de Camargo (2016). O autor relata que foi um dos quatro atletas brasileiros a compor este grupo formado por três homens e uma mulher, na sétima edição, ocorrida em Chicago - EUA, em 2006. Das modalidades esportivas ofertadas no referido evento, este se inscreveu nas provas de atletismo.

Na décima edição, ocorrida em 2018, na cidade de Paris - França, o Brasil marcou presença novamente, no entanto, com uma delegação oficialmente organizada e divulgada pela mídia. Dentre as 91 delegações esportivas que se apresentaram, a delegação brasileira, sem apoio financeiro de órgãos ligados à Secretaria do Esporte e sim, custeada por meio de financiamento coletivo, ou seja, angariação de fundos *online*, assim como por patrocinadores de diversos setores (agência de turismo, empresas doadoras das sapatilhas, agência de seguros e empresa do ramo de bebidas) aterrissou em solo francês para fazer história. O fato de ser um evento esportivo ainda pouco conhecido e difundido no Brasil, pode ser uma das razões dos patrocinadores não terem investido na delegação, ou mesmo, motivos relacionados a outras esferas, como o preconceito sobre a população LGBT, dizeres relatados pela representante legal dos *Gays Games* no Brasil, Camille Espagne (COSTA, 2018).

Wagner Camargo (2012) evidenciou em seu estudo a questão dos patrocinadores em relação aos megaeventos. Para o autor, devido às normas que regem os *Gay Games*, como algumas regras que os tornam diferentes das grandes competições esportivas tradicionais, por exemplo, não ser solicitado do atleta, no âmbito dos *Gays Games*, índices olímpicos ou cartas oficiais de convocação, aferidas pelos Comitês Olímpicos Nacionais, as quais detêm critérios que as legitimam. Segundo o autor, este não possui elementos chamativos, ou seja, “[...] não apresentam espetacularidade e apelo midiático, não agregando popularidade [...]” (CAMARGO, 2012, p.52), que desperte o olhar de investidores, apoiadores e patrocinadores. Outros fatores são evidenciados pelo autor, como a invisibilidade que ronda os eventos esportivos e culturais LGBT, o desconhecimento de atletas de alto nível e a falta de apoio midiático em relação à transmissão e à cobertura da competição, tornando-se barreiras impeditivas no que tange à universalização desses eventos. Deste modo, estimular o desenvolvimento de eventos deste tipo e outros semelhantes pode contribuir para o fortalecimento social deste público.

Assim, torna-se premente compreender os meandros que envolveram a primeira participação da delegação brasileira esportiva nos *Gay Games* 2018, para que possam ser identificados os legados deixados por este megaevento, contribuindo para a sua difusão no Brasil. Para tanto, o presente estudo teve por objetivo analisar as postagens no *Facebook™* e discorrer sobre os conteúdos abordados nestes materiais acerca da primeira participação da delegação brasileira esportiva formada por atletas LGBT e simpatizantes, na décima edição do *Gay Games*, ocorrido em 2018, na cidade de Paris, na França.

## MÉTODO

O presente estudo é de natureza qualitativa, por se tratar de uma investigação de cunho social (RICHARDSON, 2017), desenvolvida por meio de uma pesquisa exploratória, realizada no *Facebook*<sup>TM</sup>. Para a coleta de dados, a qual foi realizada no dia 15 de maio de 2019, no campo pesquisa da rede social, buscou-se pela página intitulada “Paris 2018 – Espírito Brasil”, criada pela delegação brasileira. Nesta página, foi considerado o ícone “publicações” em que constava um total de 68 posts. Com a finalidade de complementar as informações coletadas na rede social *Facebook*<sup>TM</sup> foram utilizadas outras fontes para a discussão dos dados, como mídias eletrônicas por meio de revistas, reportagens televisivas, *blogs*, portais, jornais e outras redes sociais.

Como critério de inclusão, foram consideradas todas as publicações que faziam referência às postagens relacionadas ao evento, com qualquer data de publicação. Após a leitura dos posts, apenas cinco publicações foram excluídas, por não atenderem ao critério estabelecido, resultando num total final de 63 posts amostrais.

Os dados obtidos foram submetidos à Técnica de Análise de Conteúdo, metodologia proposta por Laurence Bardin (2011) e as categorias foram criadas *à posteriori*, por meio das unidades temáticas incidentes: 1) Dados gerais da delegação; 2) Formato dos posts e 3) Conteúdos dos posts, sendo esta categoria subdividida em quatro subcategorias, 3.1) representatividade LGBT no esporte, 3.2) estratégias midiáticas e visibilidade da causa, 3.3) *marketing* e patrocinadores presentes nos *posts* e 3.4) entre suor, lágrimas e purpurina, os conteúdos presentes nos *posts*. Neste item devem ser expostos os conceitos que embasam as análises.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na **Categoria 1) Dados gerais da delegação** foram apresentadas as principais informações coletadas nos *posts* do *Facebook*<sup>TM</sup> sobre a participação oficial do Brasil no evento internacional esportivo *Gay Games*, em 2018, na França. O número de atletas brasileiros que participou desta edição dos jogos, evidenciado em um dos *posts*, foi de 65, mas, ao se analisarem outras fontes para discutir este dado, tais como entrevistas, *sites* e *blogs* que retratavam o evento, esta informação variou entre 58 e 67, o que indicou, em um primeiro momento, uma imprecisão no número exato de atletas que efetivamente participou dos *Gay Games* 2018.

Baseado na entrevista fornecida pela coordenadora da comunicação da delegação brasileira nos *Gay Games* 2018, Leticia Picheth, dada ao Programa Sem Censura da TV Brasil (2018), sobre a décima edição dos jogos ocorrida em 2018, foi possível constatar que o Brasil contou com uma delegação formada por 67 atletas (*gays*, bissexuais, lésbicas, travestis e simpatizantes), sendo considerado o maior número de participação de atletas brasileiros nesses jogos e a segunda maior comitiva da América Latina. Segundo a Revista Lado A (2018), na edição anterior dos *Gay Games*, em 2014, nos Estados Unidos, a equipe brasileira era formada apenas por 15 atletas.

O número de participações de atletas do mundo todo nos *Gay Games* aumentou progressivamente, até o ano de 1994. A edição de 1982, nos Estados Unidos, contou com 1350 atletas, e, a partir de 1994, este número ultrapassou a marca de 10.000 atletas, sendo que atualmente mantem-se relativamente constante, acima de 10.000 atletas (CAMARGO; RIAL, 2011). A versão dos *Gay Games* de 2018 reuniu 10.317 atletas de diferentes países, 36 modalidades esportivas e mais de 2.800 voluntários (LEICK, 2018). Comparando os Jogos Olímpicos de 2016 ocorrido no Rio de Janeiro, no Brasil e os *Gay Games* de 2018, nas Olimpíadas participaram 10.500 atletas (TAVARES, 2017), indicando que, em se tratando de número de atletas, ambas as competições, na atualidade, encontram-se equilibradas. O mesmo não ocorre em relação ao número de atletas brasileiros que participaram dos *Gay Games* em 2018 e das Olimpíadas de Londres, em 2012, pois, o número de participações nas Olimpíadas foi superior ao dos *Gay Games*, com 252 atletas brasileiros (PEREIRA, 2015). Este dado pode estar associado ao fato de que, em edições anteriores dos *Gay Games*, os brasileiros que participaram moravam no país sede dos jogos, ou viajaram por conta própria para estes, sem patrocínio. Além disso, mesmo os *Gay Games* ocorrendo desde 1982, ainda são pouco disseminados entre as diferentes mídias.

O Brasil participou de 10 modalidades esportivas, sendo elas: Atletismo, Ciclismo, Corrida, Esgrima, Futebol masculino e feminino, Maratona, Natação, Remo, Tênis, Voleibol e conquistou 24 medalhas, sendo 9 de ouro, 11 de prata e 4 de bronze (CABRAL, 2017). Estes números mostram a superação do número de medalhas conquistadas pelo Brasil nos Jogos Olímpicos de 2016, que foram 19 medalhas, sendo 7 de ouro, 6 de prata e 6 de bronze (CABRAL, 2017). Essa comparação relacionada ao número de medalhas não descaracteriza os Jogos Olímpicos e o caráter que o consagra, de ser um evento de alto nível no âmbito esportivo. Além disso, as exigências em termos de índices olímpicos diferem de um evento para outro, o que pode ser um dos motivos do número maior de medalhas nos *Gay Games* em comparação aos Jogos Olímpicos.

Quanto à **Categoria 2) Formato dos posts**, dos 63 posts encontrados no *Facebook™*, 19 estavam no formato de *links*<sup>2</sup>, 14 fotos/imagens<sup>3</sup>, 11 fotos/montagens<sup>4</sup>, 9 álbuns, 6 vídeos, 3 fotos/ilustrações<sup>4</sup> e 1 *post* no formato de *status*<sup>5</sup>. O maior número de postagens em formato de *links* corrobora os resultados de Sulz (2018), o qual analisou os tipos de postagens no *Facebook™* em termos de estratégias de engajamento prevalentes. O *post* com maior número de curtidas foi o da prefeitura de Paris (foto/imagem), da casa do Gay Village e o *post* com maior número de compartilhamentos foi o das sapatilhas usadas pela delegação brasileira (foto/imagem), a qual vinha com o kit (bolsa/bandeira do Brasil), como estratégias de *marketing* digital de um dos patrocinadores da delegação brasileira (SOARES; MONTEIRO, 2015).

No esporte, estudos como os de Rafael Marques Garcia, Alan Camargo Silva e Erik Giuseppe Barbosa Pereira (2019) já apontam diferenças das imagens veiculadas na mídia entre atletas homens e atletas mulheres. Conforme os autores, essas imagens deixam nítidas as desigualdades nas representações de gênero retratadas pela mídia esportiva, onde muitas vezes, ainda, reforçam uma ideia de fragilidade feminina.

Um exemplo claro de que a mídia valoriza a divulgação de determinado tipo de jogos esportivos, ficou evidente nas últimas Olimpíadas do Brasil, em 2016, em que se pode notar uma nítida diferença entre a cobertura dos Jogos Olímpicos

em comparação aos Jogos Paralímpicos. No estudo de Tavares (2017), além de mencionar que a maior emissora de televisão do Brasil “TV Globo” transmitiu apenas os Jogos Olímpicos de 2016, o principal jornal impresso “O Globo”, da cidade sede, no caso, do Rio de Janeiro, publicou no segundo dia de evento, um caderno com 20 páginas sobre os Jogos Olímpicos, enquanto para os Jogos Paralímpicos foram apenas seis páginas.

A **Categoria 3) Conteúdos dos posts**, foi subdividida em quatro subcategorias temáticas. A **3.1) representatividade LGBT no esporte** estava representada no *Facebook™* em todos os formatos de *posts*, por *gays*, bissexuais, lésbicas, travestis e simpatizantes, os quais, por meio da análise das postagens, se encontravam a sós, ou em grupos, com suas medalhas entre os dentes, nas mãos, ou no pescoço, assim como, nos pódios, ao recebê-las. Puderam ser constatadas, nesta última edição dos *Gay Games*, as transformações sofridas pelo sistema esportivo atual, com a entrada de novos atletas, os quais transitam pela diversidade de gênero, rompendo com os padrões heteronormativos, os quais enfatizavam a heterossexualidade como único padrão estabelecido (COELHO; MOURÃO, 2018).

De acordo com Garcia, Silva e Pereira (2019), mesmo com as diferenças das imagens divulgadas pela mídia entre atletas homens e atletas mulheres durante os Jogos Olímpicos de 2016, esta edição dos jogos foi considerada por jornais como CBN, El País, Globo.com e Uol como a edição mais “*gay-friendly*”, a qual, também contou com o número recorde de atletas declarados LGBT. Nos Jogos Olímpicos de 2016 foi propagada no *Twitter™* a *hashtag* #GaysNoMerecenMedallas e, ao contrário da intenção inicial da postagem, de gerar *posts* de ataque aos *gays*, a maioria utilizou a mesma *hashtag* com memes humorísticos para desarticular esses ataques, servindo de estratégia para ressignificar termos, imagens e símbolos ligados ao público LGBT (OLIVA, 2018).

Com relação aos resultados encontrados na subcategoria **3.2) estratégias midiáticas e visibilidade da causa**, notou-se que, dentre os *posts* analisados no *Facebook™*, foi utilizada a ferramenta *hashtag*, sendo as mais incidentes as seguintes: #GayGames, #EspíritoBrasil, #Diversidade, #Inclusão, #AllEqual, #LutaContraAHomofobia. Estas *hashtags* refletem os anseios de grupos sociais, os quais buscam por seus direitos e estas *tags* versam sobre igualdade e luta contra a discriminação deste público, no contexto esportivo. Para Oliva (2018), utilizar este recurso, no caso, as *hashtags*, pode impactar positivamente na difusão de conteúdos atrelados à comunidade LGBT, nas redes sociais, contribuindo para o seu engajamento. No âmbito das redes sociais, as *hashtags*, segundo Fernanda Costa-Moura (2014), são palavras ou frases precedidas do símbolo #, as quais agrupam assuntos comuns formando um banco de dados, contendo informações que podem ser recuperadas futuramente.

Betina Hillesheim e Amanda Cappellari (2019) realizaram um estudo visando a analisar as campanhas na mídia impressa que almejam educar para a inclusão. As autoras afirmam que, quando as campanhas são veiculadas nas redes sociais, fazendo uso da ferramenta *hashtag*, esta utilização permite visibilidade a diferentes causas, tais como, a focalização de determinados grupos sociais estigmatizados, como o de idosos, pessoas com deficiência, mulheres em situações de violência, refugiados, moradores de rua, negros e também sobre desigualdade de gênero, foco deste estudo. Segundo Costa-Moura (2014), o potencial viralizador das *hashtags*, no contexto das redes sociais, propaga, de maneira rápida, conteúdos e informações capazes de atingir um número alto de pessoas

conectadas. Os usuários de redes sociais passam a seguir, compartilhar as *hashtags*, disseminando apoio públicos a diferentes causas.

Luís Fernando Veiga e Moisés Romanini (2017) analisaram reportagens de um jornal local (mídia escrita) de uma cidade do interior do estado do Rio Grande do Sul, acerca de políticas públicas destinadas à população LGBT, como também, os seus direitos. Questões de gênero e ligadas à sexualidade foram discutidas à luz de teorias de Foucault e Butler. Os autores refletiram sobre a maneira como esses conteúdos são veiculados nas reportagens e mídias locais de cidades de pequeno porte.

Esse espaço conquistado nas mídias, quer sejam impressas ou digitais, acerca de temas ligados ao universo LGBT, parece ter contribuído positivamente para que renomados atletas assumissem publicamente suas orientações sexuais, movendo, assim, uma onda no contexto esportivo, nas mais diferentes modalidades esportivas, como é o caso do futebol feminino, na ginástica, no voleibol, dentre outros (CAMARGO, 2018). Inclusive, o maior foco dado a este público, também ocorreu nos Jogos Olímpicos realizados no ano de 2016 no país, no qual houve a maior participação de atletas LGBT da história, segundo informações divulgadas pela mídia escrita (OUTSPORTS, 2016). Adivulgação na mídia, por meio de campanhas inclusivas, assim como ocorre no desenvolvimento dos *Gay Games*, pode permitir a mudança de valores e atitudes que contribuem para novos elementos que compõem o tecido social (HILLESHEIM; CAPPELLARI, 2019).

Concernente à subcategoria **3.3) marketing e patrocinadores**, notou-se que estes estavam presentes nos *posts*, representados por três empresas, sendo uma fornecedora de material esportivo, outra de seguro-viagem e a última, do ramo de distribuição de bebidas. A participação de patrocinadores e a presença de marcas diversas em eventos como este, já são bastante exploradas, haja vista que a interação entre eles é comum no âmbito das redes sociais (SILVA, 2016). Embora estes patrocinadores apoiem o evento, ainda é insuficiente para arcar com todos os gastos financeiros de uma delegação esportiva.

Sobre este aspecto, pode-se observar, atualmente, algumas empresas de diferentes segmentos explorando o termo “*gay-friendly*”, por meio de suas estratégias de *marketing* para atingir o público LGBT. Entretanto, a partir da visão de Mateus Felipe Alves (2019), este fato pode causar impactos, tanto positivos quanto negativos, pois ainda não se sabe ao certo quais empresas realmente apoiam questões da diversidade. O estudo realizado por Alves (2019) apresentou que 71,2% dos entrevistados acreditam que, tanto marcas, como alguns artistas e programas de TV, se aproveitam da causa LGBT para obterem algum retorno mercadológico, corroborando a ideia do “*Pink Money*”, que são empresas que utilizam a causa LGBT como oportunismo metodológico e não efetivamente para ajudar na diminuição dos índices de violência e discriminação. Ou mesmo na ausência de contratação de empregados LGBT e de políticas internas de valorização e respeito à diversidade sexual e de gênero.

Silva (2016) destaca a importância do posicionamento *gay-friendly* das marcas de diferentes setores, pois, questões relacionadas com o preconceito e homofobia podem ser minimizadas, quando a sociedade percebe o homossexual como um ser social, quebrando certos paradigmas existentes. Em seu estudo, ao analisar reações dos usuários sobre o posicionamento *gay-friendly* das marcas *Netflix*, *Spotify* e Reserva, o autor observou que as marcas que adotaram estes

posicionamentos tiveram ganhos de reconhecimento, reputação e fidelidade, destacando em seu estudo que a causa despertou mais empatia do que aversão. Entretanto, também foram notadas reações aversivas, nas quais os usuários revelam rejeição à mensagem. O autor destaca a importância da resistência como garantia da legitimidade do posicionamento.

Outro aspecto importante foi apontado no estudo realizado por George B. Cunningham e Nicole Melton (2014), que teve como objetivo examinar a influência da publicidade na intenção de consumidores de ingressar em um clube de fitness. Os autores identificaram que: para os homens heterossexuais jovens, as formas de comunicação e publicidade dos clubes não interferem no seu interesse pela prática. Para todos os outros grupos analisados (mulheres, lésbicas, *gays*) foram encontradas relações entre as formas de comunicação e a intenção de ingressar nas atividades ofertadas pelo clube. Sendo assim, parece que as empresas ligadas ao esporte começaram a despertar para a necessidade de ações que possam atrair diferentes tipos de público para as ações relacionadas ao contexto esportivo.

Em relação à subcategoria **3.4) entre suor, lágrimas e purpurina**, os conteúdos presentes nos *posts* de *links*, nas fotos, nos vídeos, nos álbuns e *status* versavam sobre a alegria de estar no evento, de subir ao pódio, a confraternização, como a festa de abertura e encerramento dos *Gay Games*. Os conteúdos também discorreram sobre o primeiro time de sete de futebol gay brasileiro, o Bees Cats, bem como, sobre o número recorde de atletas da delegação e as constantes atualizações do quadro de medalhas.

Sobre este aspecto, torna-se interessante destacar a importância da realização de eventos esportivos que estimulem a igualdade neste âmbito. Os contextos do esporte e do lazer são carentes de estudos que apontem a representação de como as vivências nestes espaços se concretizam na vida das minorias brasileiras, considerando a pluralidade cultural, social, socioeconômica, de gênero, sexual e racial. Como exemplo, pesquisas sobre as práticas esportivas realizadas na Europa (MENZEL; BRAUMÜLLER; HARTMANN-TEWS, 2019) e nos Países Anglo-saxões (Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Irlanda, Nova Zelândia e Austrália) (DENISON; KITCHEN, 2015), especificamente relacionadas à diversidade sexual demonstraram um quadro de discriminação homofóbica consistente na cultura esportiva em todos os países investigados. Os estudos também evidenciaram que os ambientes esportivos são permeados por barreiras e restrições à participação de atletas lésbicas, gays e bissexuais. Denison e Kitchen (2015) enfatizam que 80% de todos os participantes e 82% dos participantes LGBT disseram ter testemunhado ou experimentado algum acontecimento de homofobia no esporte.

Segundo estudo realizado por Menzel, Braumüller e Hartmann-Tews (2019), os esportes são frequentemente afetados por sexismo e homo / bi / transfobia, como qualquer outro espaço social. É por isso que, de acordo com a Agência Europeia dos Direitos Fundamentais, 42% das 90.000 pessoas LGBT entrevistadas em toda a Europa não consideram os clubes esportivos como locais onde os atletas podem ser abertamente LGBT. Nesta mesma pesquisa, houve um consenso considerável em todas as sexualidades e gêneros em relação à homofobia no contexto do esporte, em que 73% dos participantes acreditam que o esporte não é seguro e acolhedor para as pessoas LGBT.

No Brasil, os ataques transfóbicos sofridos pela jogadora transexual Tiffany, do vôlei feminino, correspondem a um exemplo recente. As críticas fazem menção aos fatores biológicos que poderiam gerar vantagens para a atleta em quadra. No entanto, a atleta conta com o respaldo do Comitê Olímpico Internacional (COI) e da Federação Internacional de Vôlei (FIVB). Essas instituições possuem normas que garantem a participação de mulheres trans no esporte. Porém, algumas regras devem ser cumpridas, no caso, ter um nível específico de testosterona (MARTINELLI, 2019).

A maioria dos homens *gays* não se sente aceita, considerando que 54% responderam que "não são aceitos", ou apenas "pouco aceitos", contra 36% das respondentes lésbicas (MENZEL; BRAUMÜLLER; HARTMANN-TEWS, 2019). Isto é, a população LGBT não se sente segura, aceita ou confortável no ambiente esportivo. Isso leva à maior taxa de abandono de atividades físicas e esportivas por este segmento, com efeitos de curto e longo prazos em seu bem-estar.

Os dados apresentados neste estudo apontam que a inclusão e a aceitação da diversidade sexual representam um assunto importante em todos os contextos sociais, incluindo os espaços esportivos e de lazer. Para George B. Cunningham (2019), o surgimento de novos lugares de resistências e existências é de extrema importância neste momento, pois, trazem a ideia de diferentes espaços físicos que se assemelham com os espaços normativos, porém se afastando dos conceitos errôneos de que a sexualidade e o gênero dissidentes influenciam negativamente o desempenho físico e sua capacidade de participação ativa na sociedade – e no esporte.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A décima edição dos *Gay Games* ocorrida em Paris, no ano de 2018, contou com a participação de 10.317 atletas inscritos. Os Jogos Olímpicos Rio 2016, contaram com 11.400 atletas. Esse fato demonstrou a dimensão que o megaevento esportivo *Gay Games* vem tomando, no sentido de agregar atletas e a diversidade de gênero. Dentre todos os formatos de *posts*, houve a representação da alegria, do colorido, da leveza e, em muitos outros, do choro. Denotou-se a relevância da consolidação de um espaço marcado pela diversidade, pelo respeito, pela luta constante, no que tange ao rompimento de barreiras, como a homofobia, o preconceito e a segregação relacionada à falta de inclusão dos diversos gêneros no âmbito esportivo.

Foi percebido o quanto os usuários das redes sociais atuam favoravelmente na visibilidade da causa LGBT, por meio do uso de ferramentas como as *hashtags* (#GayGames #EspíritoBrasil #Diversidade #Inclusão #AllEqual #LutaContraAHomofobia entre outras) no *site* da rede social *Facebook™*, atuando na difusão de ideias e valores inclusivos. Estratégias como essas evidenciadas podem surtir efeitos positivos, gerando engajamento junto às comunidades e grupos LGBT nas redes sociais (OLIVA, 2018).

Em termos de legado, pode-se evidenciar que este evento deixou para a cidade de Paris - França, sede do evento, e para o Brasil, a inclusão e a coesão social veiculadas pelo esporte, a valorização dos patrimônios culturais e turísticos, a promoção do empoderamento da população LGBT e o rompimento de barreiras ligadas à homofobia. Como limitações do estudo, encontram-se a falta gestão da

informação, no que tange a encontrar fontes confiáveis de informações a respeito da participação do Brasil no referido evento e da difusão acerca dos *Gay Games*, gerando uma lacuna de dados referentes a este evento esportivo. Como sugestão para novos estudos, reitera-se a necessidade de se fomentar novos olhares no campo da pesquisa na área de gênero e diversidade e suas relações com o campo esportivo, assim como apresentar os novos sujeitos/atletas, os quais desafiam os padrões estabelecidos, com coragem, responsabilidade, demonstrando que a diversidade é o futuro.

# The Brazilian LGBT delegation and the Gay Games 2018 legacy: Promoting gender diversity in sport

## ABSTRACT

Sport competitions such as in the Olympic Games allow the development of diverse legacies, for instance, those related to infrastructure, job expansion, health, social inclusion and gender. As to the legacy of gender, specific sporting events, which rely solely on the participation of the LGBT population and supporters, such as the Gay Games, are already a reality in several countries, strengthening spaces in this regard. Therefore, this article aimed to analyze and discuss the content of the *Facebook™* posts on the first participation of the Brazilian LGBT delegation and supporters in the 10th edition of the Gay Games, which took place in 2018. Sixty-three posts from the "Paris 2018 - Espírito Brasil" Brazilian delegation page were selected and submitted to the Content Analysis Technique. The findings reveal that *Facebook™* may be a consolidation space set by diversity, respect, and the struggle in relation to breaking through barriers, for example, homophobia, prejudice and segregation related to the lack of social inclusion of diverse genders in sport. This reinforcement is directly related to the performance of *Facebook™* users, by hashtags, which may contribute to spreading inclusive values.

**KEYWORDS:** Gender. Gay Games. Sport. Olympic Legacy. Media.

# La delegación brasileña LGBT y el legado de Gay Games 2018: promoción de la diversidad de género en el deporte

## RESUMEN

Las competiciones deportivas como las de los Juegos Olímpicos permiten el desarrollo de diversos legados, por ejemplo, los relacionados con la infraestructura, la expansión laboral, la salud, la inclusión social y el género. En cuanto al legado de género, los eventos deportivos específicos, que se basan únicamente en la participación de la población LGBT y sus seguidores, como los Juegos Gay, ya son una realidad en varios países, fortaleciendo espacios en este sentido. Por lo tanto, este artículo tuvo como objetivo analizar y discutir el contenido de las publicaciones de *Facebook™* sobre la primera participación de la delegación y los partidarios LGBT brasileños en la décima edición de los Juegos Gay, que tuvo lugar en 2018. Sesenta y tres publicaciones de "París 2018 - La página de la delegación brasileña de Espírito Brasil" fue seleccionadas y enviadas a la Técnica de Análisis de Contenido. Los resultados revelan que *Facebook™* puede ser un espacio de consolidación establecido por la diversidad, el respeto y la lucha en relación con la superación de barreras, por ejemplo, la homofobia, los prejuicios y la segregación relacionados con la falta de inclusión social de diversos géneros en el deporte. Este refuerzo está directamente relacionado con el rendimiento de los usuarios de *Facebook™*, mediante el uso de hashtags, que pueden contribuir a difundir valores inclusivos.

**PALABRAS CLAVE:** Género. Juegos gays. Deporte. Legado olímpico. Medios de comunicación.

## NOTAS

1 Tradução das temáticas dos eventos: Challenge: desafio; Triumph: triunfo; Celebration: celebração; Unity: unidade; Friendship: amizade; Under new skies: sob novos céus; Where the world meets: onde o mundo se encontra; Be part of it: seja parte disso; Go all out: fazer o seu melhor; All equal: tudo igual.

2 Os links são elos de ligação que possibilitam a vinculação de documentos a qualquer outro documento no âmbito da *web* (MIELNICZUK, 2003).

3 Neste estudo, concebe-se por fotos/imagens, fotografias geradas por uma câmera fotográfica ou qualquer outro aparelho, como os *smartphones* (MIELNICZUK, 2003).

4 As montagens referem-se à composição de imagens com textos ou outros elementos (MIELNICZUK, 2003).

5 Compreende-se por ilustrações, desenhos, gráficos ou outra forma artística (MIELNICZUK, 2003).

6 *Status do Facebook™*, é usado para compartilhamento ou postagem de diferentes conteúdos (imagem, texto, sentimentos) (MIELNICZUK, 2003).

7 O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Neise Gaudêncio. Rumos e necessidades da educação olímpica multicultural na perspectiva dos jogos olímpicos de 2016 no Rio de Janeiro. *In*: DACOSTA, L. P. *et al.* (Orgs.) **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008. p. 357-366.

ALVES, Mateus Felipe. **Olhares cruzados: o Pink Money e o Movimento LGBT Santa Cruz do Sul**. 2019. Monografia (Graduação em Relações Públicas) - Curso de Comunicação Social, Universidade de Santa Cruz do Sul, 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Edição revista e ampliada. Lisboa: Edições 70, 2011.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. Apresentação. *IN*: AZEVEDO, Lia Calabre; CABRAL, Eula Dantas Taveira; SIQUEIRA, M. (Orgs.) **Memórias das Olimpíadas do Brasil: diálogos e olhares**. Fundação Casa de Rui Barbosa: Rio de Janeiro, 2017. p.7-13.

CAMARGO, Wagner Xavier. **Circulando entre práticas esportivas e sexuais: etnografia em competições esportivas mundiais LGBTs**. 2012. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) - Programa de Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

CAMARGO, Wagner Xavier. Esporte, cultura e política: a trajetória dos Gay Games nas práticas esportivas contemporâneas. **Revista USP**, São Paulo, v. 108, n. 1, p. 97-114, jan./fev./mar. 2016.

CAMARGO, Wagner Xavier. O armário da sexualidade no mundo esportivo.

**Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 26, n. 1, p. 1-18, 2018. Disponível em:

[https://www.jstor.org/stable/90018808?read-now=1&refreqid=excelsior%3A958c1e3c606a0c59744698ece0c6e9c7&seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/90018808?read-now=1&refreqid=excelsior%3A958c1e3c606a0c59744698ece0c6e9c7&seq=1#page_scan_tab_contents). Acesso em: 03 dez. 2019.

CAMARGO, Wagner Xavier; RIAL, Carmen Silva Morais. Competições esportivas mundiais LGBT: guetos sexualizados em escala global? **Estudos feministas**, Florianópolis, v.19, n.3, p.977-1003, set./dez. 2011.

COELHO, Fernanda Dias; MOURÃO, Ludmila. As (trans) formações das representações sociais de gênero no esporte. *IN: RIBEIRO, Paula. et al (Orgs.) Anais eletrônicos: VII Seminário Corpo, Gênero e Sexualidade, do III Seminário Internacional Corpo, Gênero e Sexualidade e do III Luso-Brasileiro Educação em Sexualidade, Gênero, Saúde e Sustentabilidade*. Rio Grande: Ed. da FURG, 2018. p. 1-8. Disponível em: <https://7seminario.furg.br/images/arquivo/131.pdf>. Acesso em: 09 dez. 2019.

COSTA, Guilherme. **Paris espera atletas de 91 países para celebrar diversidade nos Gay Games**. 2018. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/08/paris-espera-atletas-de-91-paises-para-celebrar-diversidade-nos-gay-games.shtml>. Acesso em: 28 nov. 2019.

COSTA-MOURA, Fernanda. Proliferação das #hashtags: lógica da ciência, discurso e movimentos sociais contemporâneos. **Ágora**, Rio de Janeiro, v. 17, n. spe, p. 141-158, Ago. 2014. Disponível em:

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1516-14982014000300012&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-14982014000300012&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 10 mar. 2020.

CUNNINGHAM, George B. **Diversity and inclusion in sport organizations: A multilevel perspective** (4th ed.). New York: Routledge, 2019.

CUNNINGHAM, Geoge. B.; MELTON, E. Nicole. Signals and cues: LGBT inclusive advertising and consumer attraction. **Sport Marketing Quarterly**, Morgantown, v. 23, n. 1, p.37-46, 2014. Disponível em:

[https://www.researchgate.net/profile/George\\_Cunningham3/publication/278035381\\_Signals\\_and\\_cues\\_LGBT\\_inclusive\\_advertising\\_and\\_consumer\\_attraction/links/557af47608aee5c46044946c/Signals-and-cues-LGBT-inclusive-advertising-and-consumer-attraction.pdf](https://www.researchgate.net/profile/George_Cunningham3/publication/278035381_Signals_and_cues_LGBT_inclusive_advertising_and_consumer_attraction/links/557af47608aee5c46044946c/Signals-and-cues-LGBT-inclusive-advertising-and-consumer-attraction.pdf). Acesso em: 09 dez. 2019.

DENISON, Erik; KITCHEN. Alistar. **Out on the Fields: The first international study on homophobia in sport**. Nielsen, Bingham Cup Sydney 2015, Australian Sports Commission, Federation of Gay Games. Disponível em:

<http://www.outonthefields.com/>. Acesso em: 09 dez. 2019.

FGG. Federation of Gay Games. **Gay games historical results**. Disponível em: <https://gaygames.org/historical-results>. Acesso em: 05 dez. 2019a.

FGG. Federation of Gay Games. **History of the gay games**. Disponível em: <https://gaygames.org/History>. Acesso em: 05 dez. 2019b.

FGG. Federation of Gay Games. **Mission and vision**. Disponível em: <https://gaygames.org/Mission-&-Vision>. Acesso em: 10 maio 2019.

GARCIA, Rafael Marques; SILVA, Alan Camargo; PEREIRA, Erik Giuseppe Barbosa. Retratações de gênero nos Jogos Olímpicos Rio 2016. **Gênero**, Niterói, v.20, n.1, p.194-211, jul./dez. 2019.

HILLESHEIM, Betina; CAPPELLARI, Amanda. Shall we be inclusive? Media campaigns and production of truths about inclusion. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 28-49, jan./abr. 2019.

LEICK, Rafael. Viaja Bi. **Paris 2018**: Brasil leva 24 medalhas em sua 1ª vez nos Gay Games. 2018. Disponível em: <https://viajabi.com.br/gay-games-paris-2018-brasil-24-medalhas/>. Acesso em: 09 dez. 2019.

MARKWELL, Kevin; ROWE, David. The International Gay Games: subverting homophobia or selling out?. **International Sports Studies**, Berlim, v. 25, n. 2, p. 5-20, 2003.

MARQUES, José Carlos; ROCCO JÚNIOR, Ary José. **Qual legado** – leituras e reflexões sobre os jogos olímpicos Rio-2016. / E-book. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2018. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Katia\\_Rubio/publication/326467008\\_Dos\\_Jogos\\_Olimpicos\\_que\\_temos\\_ao\\_espirito\\_olimpico\\_que\\_queremos/links/5b4f8b8845851507a7ad5d39/Dos-Jogos-Olimpicos-que-temos-ao-espirito-olimpico-que-queremos.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Katia_Rubio/publication/326467008_Dos_Jogos_Olimpicos_que_temos_ao_espirito_olimpico_que_queremos/links/5b4f8b8845851507a7ad5d39/Dos-Jogos-Olimpicos-que-temos-ao-espirito-olimpico-que-queremos.pdf). Acesso em: 20 nov. 2019.

MARTINELLI, Andréa. **Por que Tiffany e seu desempenho no vôlei ainda são vistos como um problema?** 2019. Disponível em: [https://www.huffpostbrasil.com/entry/tiffany-transfobia-esporte\\_br\\_5ca7f0e0e4b0dca0330198db](https://www.huffpostbrasil.com/entry/tiffany-transfobia-esporte_br_5ca7f0e0e4b0dca0330198db). Acesso em: 10 mar. 2020.

MAZO, Janice Zarpellon; ROLIM, Luis Henrique; DACOSTA, Lamartine Pereira. Em busca de uma definição de legado na perspectiva de megaeventos olímpicos. *In*: DACOSTA, L. P. *et al.* (Orgs.) **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008. p. 117-120.

MENZEL, Tobias; BRAUMÜLLER, Birgit; HARTMANN-TEWS, Ilse. **The relevance of sexual orientation and gender identity in sport in Europe**. Findings from the Outsport survey. Cologne: German Sport University Cologne, Institute of Sociology and Gender Studies, 2019. Disponível em: <http://www.out-sport.eu/wp-content/uploads/2019/05/OUTSPORT-Report-Relevance-of-SOGI-in-Sport-in-Europe-3.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2019.

MESQUITA, Flávio Agnelli; BUENO, Wilson da Costa. O legado olímpico em questão: do equívoco conceitual à avaliação negativa da imprensa brasileira. **Revista Comunicare**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 86-99, jul./dez. 2018.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web**: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

OLIVA, Tiago Dias. Memes de natureza cômica como estratégia de resistência a discursos hegemônicos: análise das reações à campanha #gaysnomerecenmedallas no Twitter. **Linguagem em (Dis)curso – LemD**, Tubarão, v.18, n.3, p.583-601, set./dez., 2018.

OUTSPORTS. **A record 53 out gay, lesbian and bisexual athletes compete in Rio Olympics**. 2016. Disponível em: <http://www.outsports.com/2016/7/11/12133594/rio-olympics-teams-2016-gay-lgbt-athletes-record>. Acesso em: 19 ago. 2016.

PEREIRA, Guilherme Gustavo. **Paramídia**: a cobertura das Paraolimpíadas na TV

aberta. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

REVISTA LADO A, Redação Lado A, Esportes. **Brasil conquista mais medalhas no Gay Games em Paris**. 2018. Disponível em:

<https://revistaladoa.com.br/2018/08/esportes/brasil-conquista-mais-medalhas-no-gay-games-em-paris/>. Acesso em: 09 dez. 2019.

RICHARDSON, Robert Jarry. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

SEM CENSURA, TV BRASIL. **Entrevista**. 30 Julho 2018. Conheça os jogos da diversidade no Sem Censura, 2018. Disponível em:

<http://tvbrasil.ebc.com.br/sem-censura/2018/07/conheca-os-jogos-da-diversidade-no-sem-censura>. Acesso em: 09 dez. 2019.

SILVA, Edson Coutinho da. Comunicação integrada de marketing: princípios e aplicações. **Revista de Administração da UNIFATEA**, Lorena, v. 13, n. 13, p. 27-43, jul./dez. 2016.

SOARES, Felipe Ribeiro; MONTEIRO, Plínio Rafael Reis. Marketing digital e marketing de relacionamento: interação e engajamento como determinantes do crescimento de páginas do Facebook. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, Florianópolis, v.5, n.3, p.42-59, jul./set. 2015.

SULZ, Paulino. **A anatomia do post perfeito**: como criar uma postagem ideal para Facebook e Instagram? 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/post-perfeito-para-redes-sociais/>. Acesso em: 09 dez. 2019.

TAVARES, Luiza Rocha. **Análise comparativa entre a cobertura das Olimpíadas e das Paralimpíadas na Rio 2016**: um estudo de caso do Jornal O Globo. 2017. Monografia (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

TAVARES, Otávio. Megaeventos esportivos. **Movimento**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 11-35, jul./set. 2011.

TERTO JR, Veriano. Homossexualidade e saúde: desafios para a terceira década de epidemia de HIV/AIDS. **Horizontes antropológicos**, Porto Alegre, v. 8, n. 17, p. 147-158, jun. 2002.

VEIGA, Luís Fernando; ROMANINI, Moisés. Armário de vidro:(re) conhecendo as políticas públicas e os direitos sexuais da população LGBT. **Psicologia Argumento**, Curitiba, v. 35, n. 89, p. 01-22, mar./jun. 2017.

VILLANO, B. et al. Seminário “gestão de legados de megaeventos esportivos”: pontos de convergência. In: DACOSTA, L. P. et al. (Orgs.) **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008. p. 47-50.

WAITT, Gordon. Gay Games: Performing 'community' out from the closet of the locker room. **Social & Cultural Geography**, Abingdon, v. 4, n. 2, 167-183, jun. 2003.

**Recebido:** 14/01/2020.

**Aprovado:** 02/03/2022.

**DOI:** 10.3895/cgt.v15n45.11507 .

**Como citar:** SILVA, Renata Laudaes; RODRIGUES, Nara Heloisa; TEODORO, Ana Paula Evaristo Guizar de; SCHWARTZ, Gisele Maria; TAVARES, Giselle Helena. A delegação brasileira LGBT e o legado dos Gay Games 2018: promovendo a diversidade de gênero no esporte. **Cad. Gên. Tecnol.**, Curitiba, v. 15, n. 45, p. 235-251, jan./jul. 2022. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/cgt>. Acesso em: XXX.

**Direito autoral:** Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

