

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO**

YURI COUGO DIAS

**TRANSMISSÃO DE FUTEBOL POR STREAMING:
A reconfiguração das territorialidades do RS no caso FGF TV**

São Leopoldo

2023

YURI COUGO DIAS

TRANSMISSÃO DE FUTEBOL POR STREAMING
A reconfiguração das territorialidades do RS no caso FGF TV

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Orientador: Prof. Dr. Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre

São Leopoldo

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

D541t Dias, Yuri Cougo.

Transmissão de futebol por streaming: a reconfiguração das territorialidades do RS no caso FGF TV. / Yuri Cougo Dias. – São Leopoldo, 2023.
126p.

Orientador: Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre

Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, 2023.

1.Futebol - transmissão. 2.Futebol – Rio Grande do Sul. 3.FGF TV.
4. streaming. I.Gómez de la Torre, Alberto Efendy Maldonado.
II. Título.

CDD: 796.33

Catalogação elaborada pelo Sistema de Bibliotecas FAT/URCAMP
Bibliotecária responsável: Maria Bartira N. Costa Taborda CRB: 10/782

YURI COUGO DIAS

**TRANSMISSÃO DE FUTEBOL POR STREAMING: A RECONFIGURAÇÃO
DAS TERRITORIALIDADES DO RS NO CASO FGF TV**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

APROVADO EM 21 DE MARÇO DE 2023.

BANCA EXAMINADORA

**PROF. DR. VILSO JÚNIOR SANTI – UFRR
(PARTICIPAÇÃO POR
WEBCONFERÊNCIA)**

**PROFA. DRA. JIANI ADRIANA BONIN –
UNISINOS (PARTICIPAÇÃO POR
WEBCONFERÊNCIA)**



PROF. DR. ALBERTO EFENDY MALDONADO - UNISINOS

Dedico essa dissertação a minha avó, Maria de Lourdes Aguzzi Cougo, que sonhava em me ver jornalista. Mesmo que tenha partido para o Oriente Eterno, sei que zela por mim e pela minha satisfação pessoal.

AGRADECIMENTOS

Ao meu pai, Danúbio Gonçalves Dias, por ter sido a minha fonte segura em toda essa trajetória. Por me passar confiança como ninguém para enfrentar os meus desafios. Além, claro, de muito amor.

A minha mãe, Elis Helena Aguzzi Cougo Dias, por ter aberto as portas para que eu tivesse a oportunidade de estudar. Graças a ela, completei minha graduação. E se não fosse esse primeiro passo, não defenderia essa dissertação.

A minha sempre professora Clarisse Ismério, principal incentivadora para que eu prosseguisse com os estudos, em nível de pós-graduação, e por ter me estimulado ao gosto pela pesquisa.

Ao meu orientador Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre, por ter compreendido minhas individualidades e potencializado minha busca por conhecimento. Também agradeço pela paciência e sabedoria por ter conduzido esse longo processo.

Aos familiares, amigos, colegas que sempre estiveram presentes, que em algum momento me deram suporte e impediram com que parasse no meio do caminho. E por terem entendido minhas ausências para que me dedicasse a um objetivo tão importante da minha vida.

E ao Grande Arquiteto do Universo, fonte fecunda de luz. Por ter guiado meus pensamentos e ações, em busca do desenvolvimento e aprimoramento humano. E por ter me protegido nessa jornada nos últimos dois anos.

“Para começar, uma confissão: desde que era bebê, eu quis ser jogador de futebol. E fui o melhor dos melhores, o número um, mas só em sonhos, enquanto dormia. Ao despertar, nem bem caminhava um par de passos e chutava alguma pedrinha na calçada, já confirmava que o meu negócio não era o futebol. Estava na cara; eu não tinha outro remédio a não ser tentar algum outro ofício. Tentei vários, sem sorte, até que finalmente comecei a escrever, para ver se saía alguma coisa. Tentei, e continuo tentando aprender a voar na escuridão, como os morcegos, nestes tempos sombrios” (GALEANO, 2015, p. 31).

RESUMO

Esse trabalho tem como objetivo verificar como a plataforma de *streaming*, FGF TV, reconfigura as territorialidades do futebol gaúcho e que discursos os sujeitos comunicantes geram nesses processos midiáticos. Para alcançar esses resultados, contextualizamos que tipo de visibilidade há nessas transmissões; os discursos adotados pelos profissionais sobre as territorialidades de cada equipe; a interatividade dos torcedores na plataforma e as condições para que esses processos midiáticos sejam realizados. Para obtenção dos resultados, utilizou uma série de métodos, com destaque para a transmetodologia e as teorias de análise de discurso e do artesanato intelectual, para que pudéssemos compreender com mais profundidade os efeitos que essas transmissões geram nas territorialidades gaúchas. Numa breve descrição dos resultados finais, verificou-se a importância da FGF TV para o fenômeno de democracia midiática, de transmitir jogos de equipes que não possuíam visibilidade nos meios de comunicação tradicional. E também, chegamos ao entendimento que as equipes representam não apenas um esporte, mas uma série de matrizes culturais, sociais e econômicas das cidades/regiões em que estão localizadas. Ou seja, a visibilidade transcende o aspecto esportivo, comprovando, assim, o papel civilizatório que está intrínseco no futebol.

Palavras-chave: transmissão de futebol; *streaming*; FGF TV; territorialidades; futebol gaúcho

ABSTRACT

This work aims to verify how the streaming platform, FGF TV, reconfigures the territorialities of gaucho football and what discourses the communicating subjects generate in these media processes. To achieve these results, we contextualize what kind of visibility there is in these transmissions; the discourses adopted by professionals about the territorialities of each team; the interactivity of fans on the platform and the conditions for these media processes to take place. To obtain the results, a series of methods were used, with emphasis on transmethodology and theories of discourse analysis and intellectual craftsmanship, so that we could understand in more depth the effects that these transmissions generate in the gaucho territorialities. In a brief description of the final results, it verified the importance of FGF TV for the phenomenon of media democracy, of transmitting games of teams that did not have visibility in the traditional means of communication. Also, we came to understand that the teams represent not just a sport, but a series of cultural, social and economic matrices of the cities/regions in which they are located. That is, visibility transcends the sporting aspect, thus proving the civilizing role that is intrinsic to soccer.

Key-words: football broadcast; streaming; FGF TV; territorialities; football gaucho

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Lajeadense x Esportivo (Divisão de Acesso)	95
Figura 2 – Lajeadense x Esportivo (Divisão de Acesso)	96
Figura 3 - Lajeandense x Esportivo (Divisão de Acesso).	99
Figura 4 - Bagé x Rio Grande (Terceirona).	101
Figura 5 - Bagé x Rio Grande (Terceirona).	103
Figura 6 - São Luiz x Passo Fundo (Copa FGF)	105
Figura 7 - São Luiz x Passo Fundo (Copa FGF)	106
Figura 8 - Juventude x Elite (Gauchão Feminino).	108
Figura 9 - Juventude x Elite (Gauchão Feminino).	109
Figura 10 - Juventude x Elite (Gauchão Feminino).	110

SUMÁRIO

Introdução.....	10
Objetivo geral.....	15
Objetivos específicos.....	15
Capítulo 1 – Futebol, abrangência, penetrabilidade e relevância sociocultural.....	18
1.1 – O mundo entendido pelo futebol.....	18
1.2 – O futebol como papel civilizatório.....	20
1.3 – Futebol e identidade.....	26
Capítulo 2 – Territorialidades, futebol e influências socioculturais-comunicacionais.....	29
2.1 – Territorialidades socioculturais-comunicacionais do futebol.....	29
2.2 – Futebol, fronteiras e territorialidades.....	33
Capítulo 3 – Transmissão de futebol no Brasil: do rádio ao streaming.....	36
3.1 – As jornadas esportivas no rádio e a profissionalização do futebol.....	36
3.2 – O futebol em cores no Brasil.....	42
3.2.1– O surgimento do Pay-Per-View do Brasileirão.....	47
3.3 – Esporte Interativo e uma nova linguagem.....	49
3.4 – Definição de streaming.	52
3.5 – Cidadania Comunicativa no streaming	53
3.6 – A chegada das plataformas: do DAZN a Star+	55
3.6.1 – A experimentação das transmissões nas redes sociais	57
3.6.2 – A transmissão da Libertadores no Facebook	59
3.7 – Molduras e moldurações na forma de assistir futebol	60
3.8 – Neomaterialismo nas transmissões por streaming	61
Capítulo 4 – Transmissão por streaming: a reconfiguração das territorialidades futebolísticas na mídia.....	64
4.1 – A economia política das mídias.....	64
4.2 – Rompimento da TV Globo com a Libertadores.....	67
4.3 – Lei do Direito de Arena.....	70
4.4 – O sujeito enquanto protagonista do que assiste	70
4.5 – Atualização do Real/Virtual nas transmissões de futebol	73
4.6 – Plataformização na expansão das territorialidades futebolísticas.....	74
4.7 – Eleven Sports: a democratização midiática do futebol.....	75
4.8 – A regionalização do futebol gaúcho no streaming: o caso FGF TV.....	77
4.9 – Os clubes como patrimonio imaterial de seus territórios	79

Capítulo 5 – Problematizações metodológicas.....	80
5.1 – A FGF TV.....	81
5.2 – Transmetodologia para entender o desejo por assistir futebol.....	82
5.3 – Artesanato metodológico nas transmissões por streaming.....	84
5.4 – Pesquisa exploratória das transmissões de futebol.....	86
5.5 – Pesquisa bibliográfica sobre transmissões de futebol.....	88
5.6 – Pesquisa empírica das transmissões de futebol.....	88
5.7 – Pesquisa qualitativa para entender o futebol	89
5.8 – Análise de discurso das transmissões de futebol por streaming	89
Capítulo 6 – Análise de discurso das transmissões da FGF TV.....	91
6.1 – A escolha dos jogos.....	91
6.2 – Divisão de Acesso – Lajeadense 1x1 Esportivo – Semifinal (volta) - 10/07/2022.....	93
6.3 - Terceirona – Bagé (5) 1x1 (4) Rio Grande – Semifinal (volta) – 11/09/2022.....	99
6.4 - Copa FGF - São Luiz 3x1 Passo Fundo – Final (ida) - 05/11/2022.....	104
6.5 - Gauchão Feminino – Juventude 7x0 Elite – 3º lugar – 06/11/2022.....	107
7 – Considerações finais (ou apenas o início).....	111
8 – Referências	117

INTRODUÇÃO

Quando recorremos à história, contextualizamos os fatores que norteiam o presente ou direcionamos possíveis rumos para o futuro, e o que se percebe é uma profunda simbiose de relação entre futebol e mídia no Brasil. A impressão que se dá é que um depende do outro para se desenvolver. Dos que praticam ou se envolvem com o futebol, a mídia se torna um instrumento de visibilidade para que o esporte alcance todas as camadas da sociedade. Para os profissionais que são responsáveis pela mídia, o futebol é um atrativo que, além de entretenimento, carrega consigo valores simbólicos atrelados a um povo ou indivíduo, que identifica, inclusive, suas matrizes culturais nesse jogo.

Logo, explorá-lo como forma de conteúdo se torna uma forma de se aproximar com o público, ao qual é chamado de audiência e, no aspecto econômico, ter maiores receitas que tornem à empresa midiática viável financeiramente para operar.

Desde a década de 1930, quando o futebol começou seus movimentos de profissionalização no Brasil, a relação com a mídia se tornou uma ferramenta fundamental para crescimento na modalidade no país. A essência dessa concepção harmônica se fortaleceu nas décadas seguintes, independente do meio e linguagem que fosse utilizada. A importância é tão grande que a relação com a TV, por exemplo, resulta em diversas influências financeiras no jogo em si, por exemplo, do quanto cada clube pode arrecadar com repasses de direitos televisivos, com medidores que levam em conta a audiência de cada torcida.

Na minha interpretação (sim, coloco meu 'eu lírico' neste trabalho, estilo linguístico que vocês verão ao longo do texto, porém, sempre respaldado por fatos e linhas teóricas que fundamentem minhas ideias), não há uma manifestação cultural que atinja com tanta profundidade a diversificação do povo do que o futebol.

Trata-se de um jogo que transcende, apenas, o papel esportivo de uma modalidade e, com isso, assume um status que molda o estilo de vida de uma pessoa, precedido de uma significativa representação simbólica, com nuances sociais, políticas, culturais e econômicas. Os porquês desses efeitos serão esclarecidos ao longo dos próximos capítulos, mas é claro, sempre deixando transparente que toda e qualquer ideia corresponde à "minha verdade", partindo da premissa que nada é absoluto. Até mesmo os próprios autores em que

fundamentamos nossos tensionamentos podem vir a ser alvo de questionamentos ou indagações ao longo desta pesquisa.

E por falar a respeito da inserção do meu ponto de vista na pesquisa, permitam-me apresentá-lo. Para alguns, esse movimento pode soar audacioso ou, até mesmo, causar ares de prepotência e egocentrismo. Porém, creio na ideia do quanto às vivências, o território geográfico, os núcleos sociais onde está inserido, as matrizes culturais envolvidas e os traços identitários onde se vive, influenciam o pesquisador a tomar decisões no desenvolvimento do trabalho. Mas, principalmente, para melhor compreender o porquê de ele enxergar o mundo a partir dessa ótica. Um colega que esteja situado no Norte do Brasil, por exemplo, pode desenvolver a mesma pesquisa que eu, com semelhante proposta e, inclusive, com o mesmo objeto; contudo, a tendência é que os caminhos para obtenção dos resultados sejam diferentes, com possibilidade de até serem divergentes. Por isso, trabalho com a ideia do quanto o ambiente externo, influencia no pensamento do indivíduo. Dentro desse movimento, até deslocamos o ser humano como protagonista do espaço social e passamos a observá-lo somente como uma parte de um sistema de construção identitária que se desenvolve por si, e suas atitudes passam a ser influenciadas ou serem fruto do que vivem e do que enxergam. Por conta desses argumentos, considero relevante, para um entendimento mais vasto do trabalho, fazer uma breve apresentação pessoal.

Tenho 27 anos completados ao finalizar essa dissertação. Minhas trajetórias acadêmica e profissional foram traçadas em conjunto desde os 18 anos. No primeiro mês da graduação em Jornalismo, fui inserido no mercado de trabalho da Comunicação. Em pouco mais de um ano, passei a integrar redações de jornais de Bagé, minha cidade, e ainda durante a graduação, assumi a editoria de Esportes, minha paixão dentro do jornalismo, num dos periódicos locais. Paralelo a esses movimentos profissionais, jamais deixei de desenvolver a pesquisa acadêmica, com produção de artigos, participação em grupos, congressos, seminários, projetos comunitários, de extensão, posteriormente e especialização, até chegar ao Mestrado. A questão-chave é que sempre enxerguei o ato de pesquisar como uma oportunidade de refletir o que estávamos fazendo, enquanto profissionais da comunicação; que consequências estávamos gerando; as percepções que a sociedade tinha do nosso trabalho; e quais os caminhos que se abriam a partir dos novos movimentos. Devido a toda sobrecarga que possuímos na rotina diária de

trabalho, muitas vezes, acabamos entrando numa espécie de “piloto automático”, e não paramos para pensar o que estamos fazendo enquanto profissionais da Comunicação com seu devido papel é refletir que tipo de profissionais somos, o que estamos fazendo, o que estamos deixando de fazer e o que deveríamos fazer.

Então, meu propósito de pesquisar sempre teve o empírico como elemento-chave. E usando dessas situações práticas do cotidiano como elemento norteador, me aprofundi em teorias e reflexões acadêmicas e científicas que pudessem me auxiliar para que eu refletisse e fundamentasse o que vivo e o que observo dentro da Comunicação. Esse é um traço de construção do meu raciocínio de desenvolvimento de pesquisa que vocês perceberão ao longo dos capítulos.

Já falamos dos fatores que motivam a pesquisar e qual o propósito que se tenha (ao menos nessa fase da vida) de fazer ciência. Mas outro contexto que também influencia na linha de raciocínio que vou desenvolver nessa dissertação é o ambiente que está em minha volta, ou seja, a minha territorialidade (conceito que aprofundarei mais adiante) e as matrizes culturais que estão atravessadas nos meus núcleos sociais.

Ou seja, essa pesquisa discorre sob a ótica do futebol brasileiro, e quem escreve este texto mora no Rio Grande do Sul, um estado que carrega fortes traços identitários, e também reside em Bagé, cidade gaúcha que está situada a 60 quilômetros do Uruguai, recebendo, assim, influências de uma cultura fronteiriça. Ou seja, o desejo que deposito nesse texto é que, o sujeito que se debruçar no ato de leitura, possa raciocinar as ideias aqui articuladas sob a influência da territorialidade que estou inserido, ainda que eu saiba de todos os diálogos sociais e culturais que estamos atravessados, fruto uma sociedade globalizada e da era da cultura digital.

E o terceiro aspecto que trago à tona sobre mim é a paixão pelo futebol. Ou seja, antes de ser um apaixonado pela Comunicação, tenho uma devoção por esse esporte. Aos nove anos, quando liberei esse fascínio que estava oculto, comecei a ler diariamente as páginas esportivas de jornal, ouvir as transmissões de jogos no rádio e acompanhar toda a programação esportiva televisiva que eu tinha acesso. Quando via aqueles profissionais da Comunicação trabalhando em volta do futebol, decidi: “quero fazer parte disso”. Então, se neste momento, vocês leem essa dissertação, o futebol é um dos motivos. Para mostrar que o laço é ainda mais estreito, posso contar que, na adolescência, também alimentei o sonho que muitos jovens brasileiros possuem (e pouquíssimos deles realizam): de ser jogador de

futebol. Passei por todas as categorias da base e até tive um contato com o grupo profissional de uma equipe da minha cidade, mas como diria o saudoso escritor Eduardo Galeano: *“Fui o melhor, o número um, mas só em sonhos, enquanto dormia. Estava na cara; eu não tinha outro remédio a não ser tentar algum outro ofício. Até que finalmente comecei a escrever, para ver se saía alguma coisa”*. Essa frase do lendário Galeano resume as origens da relação entre comunicação e futebol na minha vida.

Voltando para o ambiente da pesquisa, podemos presumir um significativo valor que há do futebol para a sociedade. Se pararmos para pensar, o futebol está intrínseco ainda no nascimento de um bebê e sua construção identitária como um indivíduo. Normalmente, a primeira definição costuma ser a do nome da pessoa. A segunda, dependendo da crença que há no núcleo familiar em que está inserido, é a da religião, geralmente simbolizada pelo ato de batismo. E uma terceira definição é a escolha do time de futebol.

No Rio Grande do Sul, por exemplo, é comum ser feita a seguinte pergunta: “é colorado ou gremista”? E por mais que a pessoa não se preocupe com futebol, ela tem uma resposta, como se não houvesse meio termo, tivesse a necessidade de se posicionar, e o estado fosse dividido ao meio, aliás, este é um processo cultural que tem influência da própria formação do território rio-grandense. Isso, aliás, é um assunto que também aprofundaremos mais adiante.

Esse é apenas um breve exemplo do quanto o futebol representa para a sociedade. Por isso, a mídia se preocupa em dar o devido valor a esta modalidade que transcende a disputa esportiva e assume um protagonismo ao status de manifestação cultural. Conseqüentemente, a própria mídia se desenvolve a partir da disseminação de conteúdo sobre futebol.

Chegamos, portanto, ao assunto dessa dissertação, que essencialmente aborda as transmissões de futebol, processo midiático que tem como finalidade levar às emoções para os torcedores e demais apaixonados pelo esporte. Esse ato de transmitir passou por diversas transformações, desde a década de 1930, quando as ondas do rádio brasileiro passaram a transmitir jogos nacionais, e de 2021 a 2023, data em que essa pesquisa foi realizada e o momento em que se amplia ainda mais o mercado de transmissões por internet, mais especificamente, no formato de streaming, conceito, este, que explicamos em breve, pois trata-se do modo de transmissão central que é alvo da nossa proposta de análise.

A utilização de plataformas na internet abriu o mercado de transmissão de futebol, que até então, estava submetido à TV e às TVs por assinatura. Porém, a utilização do streaming oportunizou com que federações, organizações e equipes que, anteriormente, não contavam com espaço na mídia tivessem seus próprios canais de comunicação e adquirissem formas de viabilizar novos negócios. Dentro da pandemia, esse tema se tornou projeto de lei na política brasileira e foi aprovado, com o número 14.205, dando respaldo para que novos modelos de negócios fossem incrementados. Esse movimento alterou o Direito de Arena, pertencente aos clubes mandantes, tema que também exploraremos mais adiante. Mas o que importa, por ora, é compreender que as transmissões de futebol por streaming oportunizaram numa expansão das territorialidades dos espaços futebolísticos na mídia digital.

Vamos dar outro exemplo prático: atualmente, a Federação Gaúcha de Futebol (FGF) conta com uma plataforma própria, a FGF TV, que transmite as competições de menor porte do futebol do estado, como é o caso da Divisão de Acesso, Terceirona, Copa FGF e Gauchão Feminino. Antes disso, para que as equipes do interior gaúcho tivessem uma transmissão de cunho profissional, ficavam a mercê da RBS TV, e somente quando se tratava de um enfrentamento contra a dupla Gre-Nal.

Já que esse fenômeno está na nossa frente, a missão é entendê-lo para que, então, possamos melhor compreender quais os efeitos que estas transmissões e novos canais de comunicação impactam na sociedade. Com base nessa linha de raciocínio, chegamos à problemática dessa dissertação: de que forma a cobertura midiática da FGF TV reconfigura as territorialidades do futebol gaúcho?

É o que tentaremos responder a partir do desenvolvimento dos próximos capítulos. Só que a medida que avançamos no problema, as indagações aumentam, ainda mais. Entretanto, são justamente esses questionamentos que nos norteiam, tais como:

- Quais as diferenças da cobertura midiática da FGF TV em relação ao que já era produzido anteriormente?
- Que processos midiáticos participam dessa reconfiguração?
- Como as territorialidades do futebol gaúcho são apresentadas nessa cobertura midiática da FGF TV?

- Quais os discursos que são produzidos pelos sujeitos comunicantes envolvidos nessas transmissões?

Aliás, sujeito comunicante é a forma que definimos o público que acompanha essa transmissão, rompendo, então, o tradicional modelo de comunicação. Outro conceito que prometemos aprofundar mais adiante.

Objetivo geral

São tantas as perguntas geradas a partir das reflexões propostas na pesquisa que precisamos, agora, é centralizar as ações, de modo que não deixe o leitor ainda mais confuso para que lado seguir. Por isso, traçamos, como objetivo geral, demonstrar como a cobertura da FGF TV reconfigura as territorialidades do futebol gaúcho e que discursos os sujeitos comunicantes geram em sua participação desses processos midiáticos.

Objetivos específicos

Para alcançá-lo, desmembramos cinco objetivos específicos:

- Contextualizar que tipos de visibilidades as transmissões da FGF TV proporcionam para as territorialidades do futebol gaúcho;
- Verificar que tipos de discursos são feitos pelos profissionais nas transmissões da FGF TV que visibilizam essas territorialidades;
- Identificar como é feita a interatividade dos torcedores e de que forma são inseridos nas transmissões;
- Registrar os discursos produzidos pelos sujeitos comunicantes que estão envolvidos na cobertura midiática e que papel assumem para a reconfiguração das territorialidades do futebol gaúcho;
- Sistematizar quais são as condições para que essas transmissões sejam realizadas dentro das territorialidades do futebol gaúcho que são envolvidas.

Mas não basta, apenas, responder a problemática e atender os objetivos de forma direta. É claro que é definidor para uma conclusão se a pesquisa atingiu os

requisitos básicos de uma dissertação, mas concluí-la é apenas o meio, e não a finalidade principal de estar aqui. A proposta é que o conteúdo a ser apresentado gere reflexões quanto à relevância do futebol para a sociedade e do quanto essa modalidade foi importante para os diversos avanços dos processos midiáticos que ocorreram ao longo da história da comunicação brasileira. E a partir dessa relação entre futebol e mídia, os territórios onde esses times estão se situados passam a ganhar uma nova representação de visibilidade. Por isso, cada capítulo servirá como uma justificativa, com base em casos empíricos e teorias, para todas as afirmações que foram ditas por mim nessa introdução. E, assim que você, leitor, ter percorrido todo o caminho histórico, ter mergulhado em minha visão de mundo e estar ciente dos caminhos metodológicos que utilizei, vamos elucidar tudo que foi proposto observar do impacto dessas transmissões da FGF TV.

O primeiro capítulo é nosso ponto de partida, cujo propósito é discutir a relação entre futebol e sociedade, no sentido do tamanho de sua abrangência, de penetrabilidade na população e sua devida relevância sociocultural. Dentro de uma proposta melodramática, a intenção é relacionar a importância do futebol para entendimento do mundo, o papel que essa modalidade teve num viés civilizatório e, também, para a construção identitária de um povo.

O segundo capítulo terá como propósito fundamental o conceito de territorialidades e de que forma se insere no contexto dessa pesquisa. Como citei acima, estou situado na região da Campanha do Rio Grande do Sul, a 60 quilômetros do Uruguai, em meio à fronteira. Por essa razão, também aprofundarei a discussão da relação entre futebol, fronteiras e territorialidades, das influências a formação do povo rio-gandense exerce na forma de jogar futebol por aqui. Então, trata-se de um capítulo direcionado para processos socioculturais.

O terceiro capítulo ficará encarregado de trazer uma contextualização histórica das transmissões de futebol no Brasil, desde o rádio, na década de 1930, até a criação das plataformas digitais, nos anos 2000, com as diversas possibilidades de mercado que se criaram, reflexões, esta, que estarão amparadas pelos conceitos de Cidadania Comunicativa e Democracia Midiática.

No quarto capítulo, o conteúdo dessa pesquisa buscará explicar, ao leitor, como a transmissão por streaming reconfigurou as territorialidades futebolísticas na mídia, ou seja, que caminhos passaram a ser trilhados; quais os novos modelos de negócio que surgiram; que impactos trouxeram na sociedade e que tipo de expansão causou na visibilidade do futebol. Para isso, serão relatados diversos casos que ocorreram em solo brasileiro, desde o surgimento de novas plataformas até as brigas

por esses direitos de transmissão e o quanto impactou no poderio dos principais conglomerados midiáticos. Esses casos serão analisados sob a ótica das teorias de molduras e moldurações e de neomaterialismo.

Feito esse recorte histórico, no quinto capítulo, explicarei que caminhos metodológicos que trilharei para desenvolvimento dessa dissertação, visto que partirei de uma perspectiva transmetodológica, que foi a forma que encontrei para englobar diversas áreas do conhecimento para compreender esse fenômeno que, por mais inovador que seja (transmissão da FGF TV), carrega consigo tradições socioculturais (territórios gaúchos). Para responder à problemática e entender como funciona as transmissões, também estaremos amparados no modo de análise de discurso, ao qual explicaremos mais adiante.

O sexto capítulo é a análise de discurso em si das transmissões da FGF TV. Para tanto, foram selecionados quatro jogos para servirem como exemplo prático de como funciona essa reconfiguração das territorialidades do futebol gaúcho. Os critérios do porquê essas partidas foram selecionadas e os detalhes que embasam a análise você confere dentro do capítulo.

Por fim, o sétimo capítulo será dedicado para as considerações finais (ou apenas o começo de reflexões ainda maiores). Talvez todas as respostas não tenham sido respondidas, porém, todo esse material, ao menos, tentou mostrar que há um fenômeno no ambiente digital que cresce cada vez mais. Mesmo que ainda esteja numa fase experimental e que seja de alvo de polêmicas, seja pelas condições infraestruturais de conexão de internet do Brasil ou do custo para ser acessado, é inegável a quantidade de portas que se abriram para que clubes de menor porte, anteriormente desassistidos pelos grandes conglomerados midiáticos, viabilizassem suas próprias formas de transmissão. Talvez não seja uma concorrência direta, mas sim, novas possibilidades de mercado, que representam territorialidades e todo um legado sociocultural de um povo.

Percebendo o tanto de motivações e processos socioculturais que estão envolvidos a partir do futebol e o ato de ser transmitido na mídia, não há como negar o impacto gerado a partir desses movimentos na sociedade. Em razão disso, o ambiente acadêmico, que se dispõe a entender o mundo e antecipar o novo, pode utilizar do futebol como um exemplo para analisar o comportamento de uma sociedade, bem como compreender que tipo de processos midiáticos têm sido adotados, dada à relevância que este esporte tem na cobertura da mídia. Feito essa introdução, de que pensamentos, questionamentos e objetivos que se pretende alcançar a partir dessa direção, vamos à leitura em si.

Capítulo 1: Futebol, abrangência, penetrabilidade e relevância sociocultural

Já introduzimos a motivação e as raízes que nos direcionam para tratar sobre o tema das transmissões de futebol por streaming, bem como os objetivos que se pretendem alcançar a partir dessa proposta de pesquisa. Mas antes de adentrarmos nas discussões da problemática, vamos dedicar o primeiro capítulo para contextualizar o valor que há do futebol na sociedade e o porquê dele ser tão importante nesse debate dos processos midiáticos e na reconfiguração das territorialidades envolvidas.

1.1 - O mundo entendido pelo futebol

Um dos maiores entusiastas do futebol, em solo latino-americano, foi o jornalista e escritor uruguaio, Eduardo Galeano (1940-2015). Num compilado que reúne crônicas e entrevistas, “Fechado por motivo de futebol”, Galeano (2018) faz uma confissão que, provavelmente, resume a infância que muitos apaixonados por futebol tiveram.

Para começar, uma confissão: desde que era bebê, eu quis ser jogador de futebol. E fui o melhor dos melhores, o número um, mas só em sonhos, enquanto dormia. Ao despertar, nem bem caminhava um par de passos e chutava alguma pedrinha na calçada, já confirmava que o meu negócio não era o futebol. Estava na cara; eu não tinha outro remédio a não ser tentar algum outro ofício. Tentei vários, sem sorte, até que finalmente comecei a escrever, para ver se saía alguma coisa. Tentei, e continuo tentando aprender a voar na escuridão, como os morcegos, nestes tempos sombrios (GALEANO, 2015, p. 31).

Neste mesmo livro, há outras duas frases de Galeano (2015) que posicionam o futebol como algo muito mais além que uma competição esportiva e maior que qualquer importância econômica. O nivelamento passa a ser devocional. “Futebol é a única religião que não tem ateus”. “Em que o futebol se parece com Deus? Na devoção que desperta em muitos crentes e na desconfiança que desperta em muitos intelectuais”.

Ainda tecendo trechos importantes de Galeano, do livro “Fechado por motivo de futebol”, consta uma entrevista que Galeano forneceu para o jornal El Gráfico, em 1995. Ao ser perguntado sobre o porquê de ter escrito um livro sobre futebol, ele deu a seguinte resposta:

Porque o futebol é o espelho do mundo e em meus livros eu me ocupo da realidade. A realidade é uma senhora muito louca, que fala de dia e de noite também; em suas horas de vigília e enquanto dorme ou se faz de adormecida; nas horas do sonho e do pesadelo. Eu sou o ouvinte das suas vozes: quero escutar o que ela conta para contar para os outros. Por isso me interessa a realidade que foi, a que é e a que será. E o futebol é uma parte fundamental da realidade, sempre achei muito indignante que a história oficial ignorasse essa parte da memória coletiva que é o futebol em países como os nossos (GALEANO, 2018, p. 191).

Essas poucas falas de Galeano servem como exemplo para justificar o porquê de o futebol ter tanta audiência. Seria, então, o confronto ali dentro do gramado apenas um recorte dos valores da sociedade? Ou os valores da sociedade estariam representados pelo futebol? No Brasil, de um início concentrado nas elites para uma posterior disseminação, que tornou a modalidade um esporte e fenômeno com significativa relevância sociocultural.

O futebol, dessa forma, é movido pela paixão do povo brasileiro, que o cultua quase como uma religião, caracterizando, assim, como um elemento essencial para definição da identidade brasileira, pois ao longo da vida, o cidadão recebe um nome, uma religião e escolhe um time para torcer (RANGEL, P.; 2008, p.18). Por essas razões que a presente pesquisa tem definido o futebol como alvo de investigação, assim, segue algumas considerações que atestam a intensa relação entre brasileiro e futebol.

Numa contextualização histórica, Rangel (2008) aponta que os registros dão conta de que o futebol foi praticado pela primeira vez, no Brasil, em 1894, por marinheiros britânicos de licença em terra, contudo, a formalização do que viria a ser uma prática esportiva consolidada teve o pontapé inicial dado por Charles Muller, jovem brasileiro, que tinha ido estudar na Inglaterra, numa escola pública de Southampton.

Nas décadas posteriores, o esporte britânico se desenvolveu em solo brasileiro e Rangel (2008) divide essas fases em quatro períodos: 1894-1904, quando era restrito às zonas urbanas, com o envolvimento de estrangeiros; 1905- 1933, momento considerado como “amador”, com elevação significativa de divulgação, porém, ainda com um debate sobre a profissionalização ou não do esporte, o que se configurou entre 1933 e 1950. Por fim, a década de 50, marcada como o ponto de partida da abrangência internacional e da transformação em negócio.

Pela concepção da autora, o crescimento do futebol em pouco mais de meia década se deu pelo fato do esporte dispor de um “idioma universal”, com regras e compreensão simples, independente da cultura de cada povo, ela cita, ainda, a frase do francês Jules Rimet, antigo presidente da Federação Internacional de Futebol Association (FIFA), de que se der uma bola de futebol e um árbitro a onze jogadores de onze diferentes países, estes estão sujeitos a se entenderem, jogarem, se divertirem e, por conseguinte, se tornarem grandes amigos.

Por essas facilidades que o esporte tomou forma no país, no entanto, nos primeiros anos, o futebol sofreu resistências, em meio às questões políticas e sociais do Brasil. É o que relata Lucas Peths (2014), quando exemplifica o pensamento do escritor Graciliano Ramos: “para que metermos o bedelho em coisas estrangeiras? O futebol não pega, tenham a certeza”. E não foi isso que aconteceu, muito pelo contrário, a modalidade passou a ser incorporada nos hábitos brasileiros, junto do samba e das religiões “afro-brasileiras”.

Devido à boa recepção por parte do povo, o futebol alcançou outros segmentos, e um deles foi o político. Peths (2014) aborda a utilização do esporte, na Ditadura Militar, para fins de instrumento político, no quesito de identidade nacional, um dos marcos dessa ação governamental fora a música “Pra frente Brasil”, lembrada como canção da seleção campeã do mundo, no México, em 1970.

Mas quando o esporte ganhou, de fato, proporções populares? O estudo de Filipe Mostaro (2014) evidencia que o Sul-Americano realizado no Brasil, em 1919, representa a afirmação como um elemento da identidade brasileira, ainda mais que a seleção veio a se tornar campeã dessa edição do torneio. Embora a popularidade, questões raciais e o profissionalismo ainda eram temas que careciam de debates mais aprofundados. A racial foi a mais influente, pois, embora a já comprovação do talento futebolístico dos negros, o pensamento de muitos envolvidos com o esporte era o fato de agrupar negros e brancos num mesmo conceito. Eis que surge, então, conforme o autor, o termo “mestiço” na modalidade, caracterizado como o personagem do “futebol-arte”, assim definido o estilo de jogo brasileiro.

1.2 - O futebol como papel civilizatório

O que seria do mundo, no que se refere às invenções e transformações, sem a mistura de povos? De que forma progrediríamos se não tivéssemos a

oportunidade de olharmos o que está em nossa volta a partir de uma perspectiva fora da bolha? Possivelmente, o conceito que é usado para definir o que representa uma sociedade se esvaziaria em meio a um pensamento individualista do que seria o mundo e do que o ser humano seria capaz.

O comportamento dos atletas numa partida de futebol, as decisões em campo, a forma como convivem e, até mesmo, as questões técnicas do jogo têm relação direta com aspectos econômicos, sociais, culturais e históricos do país envolvido. Mas por que trazer à tona o futebol especificamente dentro desse contexto? Com base no fato da modalidade ter adquirido status com profunda relevância sociocultural, por alcançar todas as classes sociais, por movimentar cifras significativas de dinheiro, por ser o lazer (e às vezes o “ópio”) de muitas pessoas, por ser a oportunidade para combater desigualdade. Esses são apenas alguns exemplos do vasto reflexo social que o futebol adquire quando recebe status de elemento transformador de uma sociedade.

Por alcançar um número elevado de pessoas, seja pelo interesse ou pela cobertura midiática, o futebol torna-se palco para discussões que estão fora dos campos, mas que carregam uma carga de relevância no meio social. Racismo, xenofobia, autoritarismo, liberdade de povos. Todas essas “bandeiras” acabam sendo erguidas por equipes e seleções.

E justamente por contar com toda essa relevância e, pode-se dizer, também, de poder, muitos lutam para se apropriarem do futebol, como instrumento para imposição e convencimento de ideias. Foi assim, por exemplo, que regimes ditatoriais assim conduziram, como a influência do fascismo na seleção italiana, bicampeã mundial em 1934 e 1938, e a utilização da Seleção Brasileira, campeã de 1970, como instrumento propagandista da Ditadura Militar que, na época, era comandada pelo general Médici.

Então, seja com boas ou más intenções, o fato é que o futebol, por ser uma manifestação cultural, torna-se um instrumento para intervenções sociais. E a partir desse ponto que retrocedemos ao raciocínio inicial, do quanto a mistura de povos tornou-se essencial para evolução da humanidade. Nisso, o futebol também acaba sendo caracterizado como um exemplo extremamente eficaz quando se trata desse assunto.

Principal torneio, a Copa do Mundo acontece de quatro em quatro anos, desde 1930 (com exceção de 1942 e 1946, por conta da Segunda Guerra Mundial).

Em suas 21 edições já realizadas, muitos assuntos foram discutidos, por meio do que parece apenas um jogo, com chutes na bola que visam o gol. Se por um lado, houve tentativas de usar a modalidade como propaganda de regimes autoritários, também ocorreu o efeito contrário, da defesa pela liberdade.

E quando se fala em liberdade, o foco não está direcionado apenas a movimentos políticos e o poder de exercer o direito ao voto. O debate diz respeito, também, a liberdade do indivíduo, de manifestar o que ele propriamente é que, por mais diferentes que sejam, quando os jogadores entram em campo por uma seleção, acabam se tornando um só ser.

Um exemplo: dos 23 jogadores da Seleção Francesa convocados pelo técnico Didier Deschamps para a Copa do Mundo de 2018, 19 deles estariam habilitados para jogar a competição com as cores de outro país. E desses 19, o detalhe é que 14 deles possuíam raízes africanas. Segue abaixo o desmembramento detalhado:

Dois nascidos em outros países: Mandanda (Congo) e Umtiti (Camarões). Dois nascidos em territórios franceses, mas que possuem autonomia, a ponto de terem seleções próprias de futebol: Varane (Martinica) e Lemar (Guadalupe).

Outros 11 tinham pais nascidos em outros países e que vieram a migrar para a França: Areola (Filipinas), Rami (Marrocos), Kimpembé e Nzonzi (RD Congo), Sidibé, Dembelé e Kanté (Mali), Matuidi (Angola), Pogba (Guiné), Mbappé (Camarões e Argélia) e Fekir (Argélia).

Quatro tinham avós e antepassados de outras nações: Lucas Hernández (Espanha), Mendy (Senegal), Tolisso (Togo) e Griezmann (Portugal). No fim, sobravam apenas quatro jogadores essencialmente com raízes francesas: o goleiro Lloris, o zagueiro Pavard e os atacantes Giroud e Thauvin.

E desde que a seleção francesa de futebol aderiu a essa perspectiva multiétnica para formação dos seus elencos, vitórias começaram a aparecer dentro de campo. Porém, essa mudança não teve o pontapé inicial em 2018; pelo contrário, é efeito de um processo que decorre há décadas no território francês, mesmo com resistência por parte de políticos conservadores. O primeiro grande exemplo é o do título da Copa do Mundo de 1998, que por sinal, aconteceu 20 anos antes do de 2018. E naquela seleção, já configurava-se uma delegação misturada por brancos, negros e árabes (vide o craque Zinedine Zidane, com suas origens argelinas). Também podem ser citados como exemplo desta equipe de multiculturalismo e

diversidade étnica a presença de Desailly (nascido na Gana), Vieira (em Senegal) e Thuram e Henry (nascidos em Guadalupe).

Mas com base em que cenário que essa mescla se desenvolve? Quem pode contribuir para elucidar essa questão é Jesus Martín Barbeiro (2014), em sua obra “Diversidade em Convergência”. Segundo o autor, os reflexos são originados pelo efeito da globalização que, se por um lado, está passível a ocasionar desigualdades, desemprego e fome, ela também está fadada a um conjunto de possibilidades, que é o da mistura. Nisso, se mesclam povos, raças, culturas, gostos e implantações de novas tecnologias. Ou seja, aparentemente, o cenário ganha ares de pessimismo quando os olhares se direcionam para as desigualdades sociais. Contudo, essa mesma crise também desencadeia ao estímulo da imaginação social das coletividades, o que resulta em protestos, participação democrática, resgate patrimonial e reinvenção identitária.

Exemplo de estímulo ao de imaginário social é o volante N’Golo Kanté. Em 1998, quando a França conquistava, em casa, seu primeiro título mundial, ele tinha sete anos de idade e catava lixo nas ruas de Paris, com o objetivo de auxiliar financeiramente seus pais, que eram imigrantes de Mali. Passados 20 anos, em 2018, Kanté foi campeão do mundo e como um dos destaques dos Les Bleus, como são conhecidos os jogadores da seleção francesa.

A partir desse pressuposto, Barbeiro (2014) argumenta que um dos fatores que contribui para essa reinvenção do pensamento é a capacidade de abrir a própria cultura para o intercâmbio e a interação com outras culturas, sejam elas do mesmo país e/ou região e do mundo inteiro.

Em “Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade”, o pesquisador Néstor Garcia Canclini (2013) segue a linha de raciocínio tecida por Barbeiro (2014) e apropriada dentro da discussão deste texto. Segundo ele, o fenômeno gerado pela migração, tema que é colocado em pauta, pode ser classificado como “hibridação”.

Conforme o autor, trata-se de processos socioculturais de práticas estruturais, que antes existiam de forma separada, mas que, ao se combinarem, resultam em novas estruturas, objetos e práticas. Muitas vezes, a hibridação não acontece de modo planejado, podendo ser resultado de processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional. Mas, independentemente

do fato-gerador, Néstor Garcia Canclini (2013) enfatiza que a hibridação acontece sempre em condições correlacionadas aos sistemas de produção e de consumo.

Relacionado novamente com o caso da seleção francesa de futebol, o conceito de hibridação, trazido por Néstor Garcia Canclini (2013) se aplica no contexto histórico francês, que cultuou colônias na África e protagonizou um forte intercâmbio com o povo de etnia árabe. Assim, o entendimento dos sociólogos é que esse processo teria influenciado com que a mistura se configurasse de forma abrangente na equipe de futebol do país.

Entretanto, como diz a expressão popular: “Nem tudo são flores”. Ao mesmo tempo que a França chamou a atenção do mundo, por contar com uma equipe multiétnica, poucos sabiam que aquele resultado não tinha sido tão simples de obter enquanto conforme se aparenta.

Mesmo em pleno século XXI, há uma significativa parcela de autoridades que oferecem resistência para este multiculturalismo. Problema, aliás, que também é colocado em discussão por Néstor Garcia Canclini (2013), em suas pesquisas sobre hibridação. De acordo com o teórico, tais cruzamentos culturais podem vir a se tornar fontes de preconceitos e confrontos.

Em artigo publicado na Editora Ludopédio, denominado de “Françabicampeã da Copa: glória, imigração e preconceito”, o pesquisador Thiago Rosa (2019) relata que a miscigenação da seleção francesa é motivo de declarações polêmicas vindas da conjuntura política do país, mais especificamente do fundador da Frente Nacional – partido de extrema-direita – Jean-Marie Le Pen. Inclusive, numa entrevista, o político argumentou que, pelo fato de ter muitos “estrangeiros” e “cidadãos de cor”, a população não se identificaria com a equipe durante a Copa do Mundo.

O discurso xenófobo também envolveu intelectuais do país, como foi o caso da declaração do filósofo Alain Finkielkraut. Ao jornal israelense Haaretz, afirmou o seguinte: “Dizem que todos admiram a seleção francesa porque ela é negra-branca-árabe. Na verdade, hoje é negra-negra-negra, o que a torna a piada da Europa”, disparou.

Ao levar em conta todos esses impasses de resistência, a seleção francesa acabou se tornando um instrumento de luta para que todas as etnias se sentissem pertencentes a França. Esse desejo é explicado por Adela Cortina (2005), na obra “Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania”. De acordo com a autora, na

sociedade do capitalismo, a dificuldade é fazer com que os cidadãos, preocupados apenas com seus desejos individuais, contribuam em prol de uma comunidade política.

A intenção, segundo Cortina (2005), é que a sociedade se organize de uma forma com que todos que a integram tenham a sensação de pertencimento. Mas, para isso, precisa constatar que a sociedade se preocupe com ela. Só assim que teria motivação para trabalhar mais e colaborar para melhorá-la. A Seleção Francesa foi apenas um exemplo da imensidão de equipes, seleções, organizações que tiveram o futebol como uma oportunidade de evolução, discussão ou rediscussão dos processos civilizatórios.

Quem também merece uma revisão teórica mais profunda é o antropólogo brasileiro Roberto DaMatta. Na compilação de crônicas e ensaios sobre futebol, denominada “A bola corre mais que os homens”, DaMatta (2006) traça um comparativo do quanto o brasileiro projeta, no futebol, suas próprias características. Ou o quanto o futebol molda o papel civilizatório do brasileiro e o papel que exerce para o despertar do sentimento de pertencimento de valores pátrios.

No país do futebol, a Copa é a vida; o campo de futebol, o mundo; e o nosso escrete, como dizia Nelson Rodrigues, uma clara extensão projetiva de nós mesmos – de nossos defeitos e qualidades. (...) Feita a avaliação, o que se viu e ouviu foi sobretudo uma enorme e bíblica exigência. Aquele brasileiro normalmente passivo e que não tem a coragem de reclamar de nada – porque, como ele mesmo diz: “não vale à pena”; ou porque “não gosta de criar caso” -, aquele funcionário público, vendedor, professor, engenheiro, advogado, médico e jornalista que na militância ou fora dela sempre foi um rematado pulha e um aproveitador de situações, um Maria- vai-com-as-outras em termos de opinião e combatividade, muda de figura diante do selecionado nacional! (...) Tal nível de exigência traduz o absurdo com que tratamos a nós mesmos. Mostra, sobretudo, uma grossa intolerância para com o Brasil. Como se tudo aqui tivesse que acontecer magicamente, sem esforço, trabalho ou angústia (DAMATTA, 2006, p. 70- 71).

Por diversas vezes, DaMatta (2006) cita Nelson Rodrigues, famoso cronista por dizer que o brasileiro possuía o “complexo de vira-lata”, ou seja, tudo que vinha de fora era melhor. Nessa linha, o antropólogo ressalta que é muito mais fácil admirar os Estados Unidos, França e Inglaterra do que declarar, abertamente, um gosto pelo verde e amarelo na roupa. Entretanto, quando se trata de Seleção Brasileira e Copa do Mundo, DaMatta (2006) afirma a vergonha e que o amor une toda a nação, transformando-a na “pátria de chuteiras”.

A crônica em que traz esse relato foi uma das publicadas no Jornal da Tarde, durante a cobertura da Copa do Mundo de 1994, nos Estados Unidos. Então, está longe dos movimentos políticos de direita que surgiram no Brasil, liderados pelo ex-presidente Jair Bolsonaro, com a apropriação de símbolos patrióticos, ao qual colocou em rediscussão o uso do verde e amarelo e o uso da camiseta da Seleção Brasileira acabou ficando atrelado a movimentos políticos. A situação perdurou de 2018 a 2022 e somente contou com uma leve amenizada com a Copa do Mundo do Catar, em 2022. Esse parágrafo, por mais que se faça relação com o que foi dito por DaMatta (2006), tem um viés totalmente empírico, baseado na vivência e percepção deste pesquisador que vos escreve.

No entanto, independente de questões políticas e partidárias, o fato é que DaMatta (2006) ilustra com maestria o papel do futebol, dentro de seu viés civilizatório com o povo brasileiro. Segue um trecho de crônica publicada na edição de 30 de junho de 2002 (e republicada no livro “A bola corre mais que os homens”), no Estado S. Paulo, após o pentacampeonato da Copa Coreia do Sul/Japão:

No futebol e pelo futebol, o povo aprendeu que pode vencer seus problemas sem salvacionismos messiânicos ou ideológicos. Com ele, o Brasil teve uma grata e apaziguante experiência com a vitória, com a excelência, com a competência, com a paciência e com o amor, esses valores sistemática e significativamente ausentes dos projetos políticos. Nesses papéis, ao contrário do futebol, a sociedade brasileira surge como uma entidade vazia de valores, destinada a ser reeducada e transformada pelo Estado. É, pois, o futebol que engendra essa cidadania positiva e prazerosa, profundamente sociocultural, que transforma o Brasil dos problemas, das vergonhas e das derrotas, no país encantado das lutas, da competência e das vitórias. Uma coletividade que pode finalmente contar com suas próprias forças e talento. Com o futebol, o Brasil não nos enche de vergonha – como ocorre no discurso dos políticos –, mas de orgulho, carinho e amor. Viva o carnaval! Viva o futebol! E viva o povo brasileiro que generosamente permite que o Brasil campeão resgate o Brasil que tem ódio de si mesmo (DAMATTA, 2006, p. 124).

1.3 – Futebol e identidade

Partindo do princípio de que o futebol contribui para a concepção do que é a identidade brasileira, é natural que surjam mitos em relação a seus atos históricos. Um exemplo é o Grêmio, com a expressão “Imortal Tricolor”, atribuída pela sua torcida. Vinícius Fontana (2011) explora, em sua monografia, os fatores preponderantes para a associação de “imortalidade” com a equipe porto-alegrense que, segundo o autor, representa as histórias em que o time reverteu situações de

jogo totalmente adversas, como a de um Gre-Nal em 13 de agosto de 1944, no estádio da Baixada, antigo “palco” das partidas do clube. Fontana (2011), com base na edição de abril de 2011 da Revista Gool, relata que o primeiro tempo foi finalizado com o placar de 3 a 0 para o Inter que, na época, era chamado pela imprensa de “Rolo Compressor”, em função das constantes goleadas e pelas belas apresentações diante de seus adversários.

No segundo tempo, mesmo com qualidade técnica inferior, a equipe reverteu o placar para 4 a 3, com o quarto gol marcado a dois minutos do final do confronto. Esta é uma das teses defendidas pelo autor sobre o surgimento da relação entre imortalidade e o Grêmio. A expressão vem à tona, novamente, com Lupicínio Rodrigues, em 1953. Segundo o autor, a letra traz duas referências (“tens imortal tricolor e “Lara, o craque imortal”). Esta segunda, cabe destacar, faz alusão ao histórico goleiro do Grêmio da década de 30. Assim, o termo foi se expandindo, graças à “propagação” do termo pela torcida gremista.

Com a popularização do esporte e com sua devida penetrabilidade sociocultural, os responsáveis pelo “espetáculo esportivo” tendem a ser transformados em “heróis”, conforme Rangel (2013), a identificação é tamanha que a comparação dos jogadores pode até alcançar status de religião. Um dos momentos mais polêmicos da imprensa brasileira, nesse debate da “construção do mito”, foi protagonizado pela Revista Placar, na edição de número 1 371, de outubro de 2012, quando a capa exibia o atacante Neymar, principal referência do futebol brasileiro na atualidade, crucificado, lembrando a cena bíblica de Jesus Cristo.

De acordo com a autora, que entrevistou o então diretor da revista, Maurício Barros, a intenção era questionar a fama de “cai-cai” que o jogador teria perante aos adversários. Dessa forma, ele contesta a inversão de valores, ou seja, os outros jogadores brasileiros estariam se posicionando contra o futebol bonito de Neymar, daí a analogia da crucificação. Tamanha a reputação do jogador com a sociedade que a imprensa o tratou como um “mártir”.

Outro fato que sustenta a relação entre futebol e a identidade de um povo é a rivalidade entre clubes, que pode ser resultante de questões históricas, políticas, religiosas ou geográficas, segundo Thalita Neves (2017). Neste tema, a pesquisadora aborda um caso em específico, o clássico “Gre-Nal”, considerado o maior do Brasil e um dos maiores do mundo. “No estado estereotipado pelo oito ou oitenta, qualquer que seja o assunto, sempre coexistem apenas os dois lados da

moeda: ou você é chimango ou maragato, ou coxinha ou petralha, ou Grêmio ou Inter” (NEVES, 2017, p.2).

Eis a relação da rivalidade com a própria cultura do Rio Grande do Sul. O contraste entre os clubes decorre ainda no período da fundação. De acordo com Neves (2017), o surgimento do Sport Club Internacional foi um movimento de contraste ao Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense que, em seus primeiros anos, só aceitava, no elenco, membros advindos de descendência alemã. A peculiaridade e o clima de “guerra” do clássico se devem aos traços de identidade do gaúcho, conforme a autora, que utiliza como argumento o contexto histórico dos movimentos separatistas e os aspectos geográficos, que influi na música, literatura e no futebol que se tornam diferenciados do restante do país. Por isso, o Gre-Nal vai além da partida jogada, o confronto também envolve aspectos raciais, étnicos, políticos, históricos, dentre outros fatores que influenciam para que a decisão de optar por Inter ou Grêmio seja uma escolha primordial para a vida do gaúcho, mesmo que ele não se interesse por futebol, tem que ter um posicionamento de qual clube vai se declarar como torcedor (NEVES, 2007, p.6).

Capítulo 2: Territorialidades, futebol e influências socioculturais-comunicacionais

A partir da explanação de vários exemplos e reflexões do valor do futebol na sociedade, o segundo capítulo será dedicado para compreender de que forma o conceito de territorialidades está inserido no tema proposto dessa pesquisa, visto que será um ponto-chave fundamental para entendimento dessa relação com as transmissões de futebol por streaming no RS.

2.1 – Territorialidades socioculturais-comunicacionais do futebol

Aparentemente, territorialidades parece um termo meramente geográfico. Entretanto, a concepção vai além da questão física. Artigo publicado por Saquet; Sposito; Muscará (2009) trata da “heurística de Jean Gottmann”, que é o conceito de iconografia regional. Na tentativa de entender as diferenças entre França e Estados Unidos, durante seus estudos, Gottmann traz um questionamento que envolve as “personalidades regionais” no interior das civilizações ocidentais. Nesse sentido, o destaque fica por conta das variações culturais dentro da organização econômica.

A constatação nesse estudo dos povos europeus é de que a geografia tradicional no continente continha três áreas linguísticas principais: latina, germânica e eslava. No entanto, para entender a origem das divisões internas da Europa é preciso, antes, fazer um passeio nos acontecimentos políticos dos fatos que fizeram com que se instale o sistema atual de estados-nações. Com isso, se evidencia três grandes constelações políticas na história europeia: o Império Romano, o Império Germânico e o Império do Oriente. Essa é uma noção que é explicitada pela iconografia, de que para entender um território e espaço geográfico precisam ser levados em consideração elementos históricos, políticos, religiosos e sociais.

Na mesma coletânea de artigos, Saquet; Sposito; Muscará (2009) amplia a ideia de territórios quando afirma que uma região e um bairro também se encaixam nesse contexto. Mesmo que sejam reconhecidos pelos Estados como unidades espaciais a serviço de uma administração, há movimentos sociais próprios, com relações de poder particulares, embora não seja esta a característica primária para conceituação de um espaço geográfico.

Continuando a linha de raciocínio, Saquet; Sposito (2009) destacam que é fundamental, quando se analisa territórios e territorialidades, considerar a relação entre espaço-tempo. A territorialidade, na concepção dos autores, extrapola as relações políticas que envolvem aspectos econômicos e culturais, de indivíduos, grupos, redes ou lugares de controle. Trata-se de algo que se efetiva nas relações sociais do cotidiano, que são aprimorados no ambiente familiar, no trabalho, na rua, nas praças, igrejas, trem, rodoviária, no rural-agrário e nas demais relações múltiplas e híbridas.

Com essa breve explanação, percebe-se que o conceito de territorialidade vai além do espaço físico do território. É um pensamento dentro da área da Geografia que leva em considerações aspectos sociais, históricos, culturais, religiosos que credenciam um determinado espaço geográfico como é propriamente conhecido. Trazendo para o contexto dessa pesquisa, quando se fala em reconfiguração das territorialidades do futebol gaúcho, a partir das transmissões da FGF TV, a intenção é compreender de que forma se amplia essa visibilidade na mídia.

Também é preciso levar em consideração outro aspecto quando se relaciona territorialidades com processos midiáticos. Não precisa estar no território propriamente dito, dentro da delimitação física oficializada pelo Estado, para que as territorialidades estejam explícitas. Elas são imateriais e móveis. Um exemplo para isso é o caso dos gaúchos quando se mudam para outros locais do mundo.

A pesquisadora Tatiana Colasante (2015) concentrou-se a estudar sobre “A territorialidade gaúcha no norte do Paraná: apontamentos sobre identidade, migração e cultura nos centros de tradições gaúchas”. Esse processo migratório, conforme a autora, permite com que os indivíduos vivam em constante reconstrução de sua identidade territorial e, como consequência, propiciam o hibridismo cultural, conceito que será melhor descrito no próximo capítulo.

Nesse caso, os gaúchos, aos quais ela considera os indivíduos nascidos no Rio Grande do Sul, costumam fundar CTGs aonde se reterritorializam, de modo que esses espaços sirvam para cultivo de hábitos e de manifestações culturais tradicionais preservadas pelo povo rio-grandense. A escolha do Sudoeste do Paraná por Colasante (2015) tem um motivo, que a grande migração de gaúchos para esse estado. De acordo com a pesquisadora, os processos se intensificaram a partir da década de 1940, quando houve a criação da Colônia Agrícola Nacional General

Osório (CANGO), que atraiu muitos gaúchos que passavam por problemas econômicos no Rio Grande do Sul. Então, Colasante (2015) centralizou a análise do fenômeno nos municípios de Londrina e Maringá, no Norte do Paraná, por serem os maiores do ponto de vista populacional e com maior poder de atração para migrantes. E assim essas territorialidades se reconfiguram, a cada movimento na sociedade, seja pelo próprio povo ou pelo meio social (físico ou digital em que estão submetidos).

Desde o início dessa pesquisa, ressalto que times de futebol não representam apenas um esporte, mas as territorialidades das cidades, regiões, estados ou países em que estão inseridos. Vamos a alguns exemplos gerais que são explorados na tese de doutorado de Venilson Luciano Benigno Fonseca (2014), intitulada “Lugares e territórios na cultura do futebol brasileiro”, defendida no Programa de Pós-Graduação em Geografia, pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

De um modo geral, Fonseca (2014) argumenta que, desde o século XIX, que um clube de futebol nasce com o sentimento de pertencimento, que pode estar atrelado a uma comunidade religiosa, operários de uma fábrica, colégio, bairro, rua, cidade ou nacionalidade. Na Escócia, por exemplo, Glasgow Ranger e Glasgow Celtics protagonizam uma rivalidade que separa o futebol da cidade entre protestantes e católicos. Fonseca (2014) acrescenta que muitos clubes surgem, também, com afinidades e idiossincrasias próprias e, posteriormente, nasce um rival que carrega consigo valores opostos, seja para agregação de pessoas ou para construção de uma rivalidade.

Outro caso emblemático citado por Fonseca (2014), que tem uma territorialidade fixada, é do Athletic de Bilbao, na Espanha. Há mais de 80 anos na primeira divisão espanhola (fato que só é igualado por Barcelona e Real Madrid), o Bilbao só aceita que vistam sua camisa jogadores de origem basca ou provenientes dessa região. O último jogador estrangeiro que atuou pelo clube foi em 1912. Independente de concordar ou não, o fato é: as territorialidades influenciam dentro de campo.

Por fim, trazemos outro exemplo explorado por Fonseca (2014) de territorialidade no futebol, mas que acabou numa tragédia. Em meados de 1942, um time formado por ex-jogadores do Dínamo e do Lokomotiv que trabalhavam numa padaria de Kiev impôs uma série de vitórias sobre times das forças armadas alemãs.

Como diz o autor, em tese, não pareciam jogos com tanta importância, porém, os atletas encontraram dentro de campo a forma e a coragem de defender os valores de sua pátria e território, que tinham sido ocupados na Segunda Guerra Mundial (1938-1945).

Na época, os clubes da Ucrânia tinham sido fechados e os nazistas julgaram que partidas de futebol aos domingos serviriam como entretenimento para a população daquele território. Com isso, Start, time da padaria que reunia ex-jogadores do Dínamo do Lokomotiv, incorporou todo o sentimento ucraniano de amor pelo território, e venceu todos os jogos que disputava. Além disso, não cumpriam ordens, conforme Fonseca (2014), uma delas era gritar “Hail Hilter” para oficiais presentes na partida. Porém, os jogadores se negaram a esbravejar.

De acordo com Fonseca (2014), a situação se acentuou quando o Start venceu o Flakelf (combinado do exército e da Luftwaffe, que reunia os melhores jogadores alemães disponíveis na região. Uma revanche foi realizada em o Start novamente saiu com a vitória, pelo placar de 5 a 3, em meio a um estádio com soldados armados. A partida entrou para a história como o Jogo da Morte (Match Smerti), pois, segundo Fonseca (2014), a padaria onde trabalhavam vários jogadores do Start foi ocupada, dias depois, pela Gestapo e seus jogadores foram torturados e levados para campos de concentração. Oito deles foram executados pela SS, organização paramilitar do Partido Nazista e responsável pelo genocídio das vítimas do Holocausto. Apenas para fins de conhecimento, há um filme inspirado nessa história, protagonizado por Pelé e Sylvester Stallone: “Fuga para a Vitória”, de 1982, dirigido por John Huston.

Com esses exemplos, o entendimento do valor das territorialidades para um povo e, mais especificamente no futebol, tornam-se relevantes para fazer uma análise de um processo midiático. Novamente, partimos do pressuposto de que uma transmissão de futebol não reúne apenas equipes, mas as territorialidades em que essas equipes estão submetidas. E esse elemento se intensifica na construção identitária do Rio Grande do Sul, por meio da FGF TV, caso que terá um desmembramento maior a partir de agora.

2.2– Futebol, fronteiras e territorialidades

Já falamos, anteriormente, do conceito de territorialidades e o quanto essa linha de pensamento representa para articularmos o valor das transmissões por streaming para times de futebol do interior gaúcho. Também falamos sobre a regionalização do futebol rio-grandense, o forte caráter identitário e o papel civilizatório do futebol. Agora, vamos destrinchar uma peculiaridade que é influenciada pelas territorialidades: o futebol fronteiriço.

Como citei ainda na introdução, me situo em Bagé, cidade que fica localizada a 60 quilômetros do Uruguai. Como consequência, o futebol aqui praticado teve forte influência e participação dos vizinhos uruguaios. Porém, o futebol é somente um exemplo de todo o intercâmbio que acaba sendo proporcionado na zona de fronteira, dependendo de como as relações sociais são conduzidas entre os povos que ali habitam.

Aliás, quando há essa cooperação e mistura cultural, o próprio pensamento de território se torna rompido. Saquet; Sposito; Souza (2009) abordam, dentro dos estudos de Geografia, o quanto fronteiras e limites podem ser “invisíveis” e, na prática, serem deslocadas sem que para isso seja preciso, necessariamente, alterar as delimitações materiais e territoriais que são colocadas pelo que conhecemos por estado-nação.

Por essa razão, o entendimento de Saquet; Sposito; Souza (2009) é de que fronteiras conceituais, em muitos casos, acabam não sendo precisas e desobedecem a delimitações cartesianas. Os pesquisadores também apontam que fronteiras são locais de divisão, mas que, em alguns casos, podem ser locais de encontro, gerando novas dimensões de poder, de cultura, de economia umas às outras.

Em Bagé (RS), por exemplo, há um clássico que cultiva tudo que um gaúcho espera num futebol raiz: jogos históricos, emoção até o fim, paixão transmitida por gerações nas arquibancadas e, deixando o discurso politicamente correto um pouco de lado, as grandes “peleias” que, às vezes, acabam terminando em confusões. A intenção não é glamourizar pancadarias, mas destacar o quanto o clássico Ba-Gua leva, para dentro de campo, elementos que estão intrínsecos na identidade fronteiriça do município de Bagé.

Por estarem situados na região da Campanha, Bagé e Guarany tiveram influências, também, do estilo que era jogado nos vizinhos uruguaios. Prova disso é a contribuição deles nas principais conquistas dos clubes. Assim, construiu-se um jeito peculiar, levando o jogo a um status de guerra a ser vencida, de dividir a cidade ao

meio, como sempre ocorreu na história rio-grandense.

Por conta disso, o clássico Ba-Gua transcende a importância de uma partida de futebol. Conforme o livro “100 Vezes Gauchão: a história centenária de uma paixão”, de Gustavo Manhago; Cléber Grabauska (2019), no dia 31 de julho de 2021, completou 100 anos. Bagé e Guarany carregam em seus DNAs o legado da formação do povo rio-grandense, estado que se desbravou em guerras e conflitos. Notadamente, supõe-se que este seria um dos fatores que influenciam com que o Ba-Gua fosse cultuado dessa forma. E, pela localização geográfica, a dupla teve grande influência dos uruguaios, principalmente nas conquistas dos títulos estaduais.

Começando pelo Guarany, que até hoje preserva a marca de único clube do interior bicampeão gaúcho. Manhago; Grabauska (2019) relatam que o primeiro título estadual veio em 1920, após um triangular com Grêmio e Uruguaiana. O alvirrubro venceu seus dois jogos por 1 a 0, com gols marcados pelo atacante uruguaio Grecco. Além dele, outros três atletas do país vizinho integravam o time: Granja, Ruival e Seixas. Inclusive, na época, conforme o livro “100 vezes Gauchão”, de Gustavo Manhago e Cléber Grabauska (2020), a Liga Pelotense protestou contra o Guarany, em razão da utilização de “estrangeiros”; entretanto, o pedido não foi atendido.

O bicampeonato gaúcho veio em 1938, derrotando, na final, o Riograndense de Rio Grande. Para isso, segundo Manhago; Grabauska (2019), foram necessários quatro jogos entre os times. No último, realizado em Pelotas, o alvirrubro venceu por 2 a 1, com gol decisivo marcado pelo uruguaio Salvador Rubilar, aos três minutos da prorrogação. Na época, o Guarany tinha buscado o meio-campista direto do Peñarol.

Quanto ao Bagé, Manhago; Grabauska (2019) comentam que o título gaúcho veio em 1925, com apenas cinco anos de fundação. O time ficou conhecido como os “Os imortais”, por terem ganhado todas as partidas da temporada. Na decisão, bateu o Grêmio, dos lendários Eurico Lara e Luiz Carvalho, por 2 a 1. E quem foi o protagonista? Mais uma vez, um uruguaio: o atacante Oliveira, autor dos dois gols da final. Outros dois uruguaios também jogaram: o meia Catulino Moreira eo atacante Pasqualito.

O clássico Ba-Gua, inserido em nossa discussão, simboliza uma identidade fronteiriça que se destaca em Bagé. E o futebol, como uma importante forma de manifestação cultural, expõe dentro de campo esses valores, ritos, símbolos e costumes.

Por essas razões apresentadas neste tópico que o futebol é alvo desta investigação. Devido à interação com a identidade do país, o esporte exerce constantes influências no posicionamento cultural, político e ideológico do cidadão

brasileiro. Ao mesmo tempo em que une, também coloca pessoas em situações de conflito.

Os breves exemplos que aqui foram citados deixam evidente todas as nuances que estão envolvidas para que as lógicas de audiência tivessem sido implementadas para que as transmissões de futebol tivessem ganhado espaço no Brasil. A evolução pode, sim, ser entendida por um aspecto econômico, porém, este aspecto só existe porque há um público-consumidor. E esse público é consumidor subentende-se que é apaixonado pelo que assiste. E os motivos do porquê se assiste foram contextualizados neste capítulo, fundamentando, assim, as demais linhas de raciocínio traçadas nos capítulos anteriores.

Dada a contextualização sobre o papel do futebol na sociedade e do envolvimento que há das territorialidades que estão envovidas através dos times, vamos avançar na discussão das transmissões de futebol por streaming, dentro da área dos processos midiáticos.

Mas antes de entender o funcionamento e os efeitos que estes tipos de transmissões geram no futebol brasileiro/gaúcho, e vice-versa, precisamos traçar uma contextualização histórica das transmissões de futebol em si no Brasil, desde o rádio até o surgimento das plataformas digitais. Essa, portanto, é a finalidade deste terceiro capítulo.

3.1 - As jornadas esportivas no rádio e a profissionalização do futebol

Não há como deixar de relacionar o crescimento do rádio com o do futebol no Brasil. Em nível de patrocínios e audiência, o futebol é o favorito dos ouvintes e a aposta dos proprietários para viabilização de negócios. E à modalidade, coube a este meio de comunicação potencializar à expansão da informação, rompendo, assim, toda e qualquer barreira geográfica para que os territórios futebolísticos brasileiros protagonizassem belos intercâmbios, desde aspectos técnicos do jogo quanto aspectos culturais, como as matrizes de cada estado, conceito que dissolveremos com mais profundidade ao longo deste trabalho.

Mas por que começo este capítulo de transmissões de futebol no Brasil pelo rádio? Para responder essa pergunta, embaso-me na ideia de que, para entender com profundidade um fenômeno do presente, é preciso, antes, compreender os meios que fizeram com que aquele objeto ou fato tenha alcançado o patamar como tal é reconhecido. Parece até um pensamento clichê, dada as frases e mensagens motivacionais que se disseminaram na cultura pop, seja no cinema ou na literatura. Entretanto, vocês vão entender o porquê que trago o rádio antes de entrar a fundo na transmissão de futebol com imagens.

A razão é que as reflexões que estão sendo propostas nos capítulos deste artigo fundem a compreensão de futebol e de transmissão de futebol. Ou seja, a linha de raciocínio desta dissertação parte da premissa que ambos são

influenciáveis e influenciados um pelo outro. Ao menos, no contexto brasileiro e no contexto gaúcho, cenários territoriais que são alvos desta investigação.

E quando eu aponto este argumento de desenvolvimento harmônico, os fatos me subsidiam para defender a ideia. Foi na década de 1930 que o futebol passou a ganhar status de profissionalização no Brasil. Originado nos clubes sociais, alguns dirigentes da época até achavam um absurdo “pagar alguém para jogar futebol”. Porém, a busca por resultados, uma melhor performance e a paixão pelo povo brasileiro fez com que aquele esporte bretão, em outrora menosprezado pelo escritor Graciliano Ramos, se tornasse uma fonte de renda, e uma alternativa de um futuro melhor, para milhares de jovens brasileiros. E assim, um esporte que chega predominantemente alicerçado pelas elites alcança as mais diversas classes sociais. Essa citação de Graciliano Ramos é mencionada por Paulo Vinícius Coelho (2017), no livro “Jornalismo Esportivo”. A frase é a seguinte: “*Futebol não pega, tenho certeza; estrangeirices não entram facilmente na terra do espinho*”. Mal sabia ele que aquele esporte dos ingleses se tornaria um fenômeno global.

E quando falamos em popularização, nada como o rádio para difusão da informação e da paixão que se solidificou com cada vez mais força em solo brasileiro. E foi justamente na década de 1930, quando a profissionalização do futebol teve impulsionamento no país, que o rádio amplia seu público a partir das transmissões de futebol. Ou seja, também foi nessa década que aconteceu a primeira jornada esportiva de futebol, termo como é conhecido na atualidade o período do dia reservado para o futebol, que envolve o pré-jogo, o jogo e o pós-jogo. Hoje, com os mecanismos e tecnologias desenvolvidas no século XXI, são diversas as formas e plataformas para se ouvir rádio. Mas, nesses primeiros passos de futebol, era a única alternativa de ouvir (e imaginar) a riqueza dos detalhes que os craques da bola protagonizavam nos gramados.

Trazendo um breve panorama histórico, conforme artigo publicado no blog “Futebol: uma história para contar”¹, do radialista Carlos Henrique, a primeira transmissão de um jogo de futebol no Brasil pelo rádio aconteceu no dia 19 de julho de 1931, pela Rádio Educadora Paulista. A voz responsável pela locução foi de Nicolau Tuma, que narrou o confronto entre as seleções de São Paulo e Paraná, no Campo da Floresta, capital paulista. O autor afirmou que não há registro gravado

¹ HENRIQUE, Carlos. Futebol: uma história para contar. 2014. Disponível em: <http://futebolhistoria.blogspot.com/>. Acesso em: 4 de maio de 2022.

dessa primazia, contudo, os registros da radiodifusão brasileira dão conta que este marco foi o pontapé inicial da jornada do que se conhece por transmitir futebol no Brasil.

O que se havia antes disso eram apenas boletins informativos com resumos das partidas. Mas, com a chegada de Tuma, a situação mudou. Foi com ele que passou a ser cultuado o “estilo rápido” caracterizado pelo rádio, de descrever cada momento com detalhes e narrar um jogo na íntegra. Inclusive, historiadores classificam Tuma como o “pai da narração esportiva no Brasil”. Os relatos dão conta que o radialista ia ao vestiário antes da partida e anotava as características físicas de cada jogador, pois, na época, não se usavam os números nas costas das camisas. Assim, também ganhou o apelido de “locutor metralhadora”.

O tempo foi passando e, à medida que o futebol se desenvolvia no país, o rádio caminhava junto. Fora a paixão pelo futebol em si, as transmissões passaram a trazer uma nova perspectiva de cenário comercial, com o alcance de empresas e segmentos que, até então, nem eram tão tradicionais assim nas ondas do rádio. Justamente porque o público-ouvinte estava se modificando (ou ampliando, dependendo da interpretação), conforme relata o jornalista Paulo Vinícius Coelho, o “PVC”, como é conhecido no ramo, no livro *Jornalismo Esportivo* (2017), uma das obras que serve como referência para estudantes de jornalismo e para quem pretende se desenvolver dentro deste tipo de cobertura.

Não faltavam anunciantes. A maior parte deles não vinha das grandes empresas. Eram fabricantes de pilhas, bebidas alcoólicas, cigarros. Gente interessada em atingir a camada mais baixa da população. A estratégia funcionava também no Rio de Janeiro. Havia sete ou oito emissoras de rádio que competiam pela audiência. A concorrência envolvia também os principais locutores do país. (COELHO, Paulo Vinícius, 2017, p.28).

Após catástrofes e abalos econômicos e sociais ocasionados pela Segunda Guerra Mundial, a Copa do Mundo voltou a ser realizada, e no Brasil, em 1950. Com um Maracanã composto por 200 mil pessoas, a seleção brasileira acabou derrotada pelos uruguaios, por 2 a 1, em episódio que ficou eternizado como o “Maracanazo”. O segundo gol, marcado por Giggia, silenciou a todos que estavam no estádio, mas não a paixão pelo futebol que tomava corpo a cada dia que passava nos territórios brasileiros.

A Copa de 1950 seria o prelúdio de uma geração que encantou a todos, com os títulos da Seleção Brasileira na Suécia (1958), Chile (1962) e México (1970). Esta última citada foi a primeira copa transmitida em cores na televisão brasileira, porém, tema que detalharemos melhor mais a frente neste projeto. A geração de Pelé, Garrincha, Nilton Santos e cia encantava a todos, a ponto de se tornarem ídolos e mitos, aos moldes semelhantes do culto aos deuses gregos.

Os feitos destes mitos eram narrados no rádio, aguçador nato do sentido da audição, e logo, do imaginário popular. E nesse contexto e com esse papel, as jornadas esportivas do rádio brasileiro se difundiram, com criação de escolas típicas de cada estado, com linguagens e formatos diferentes e, claro, com modernizações, melhorias na qualidade do som e no alcance das transmissões.

As escolas paulistas e cariocas são as que possuem maior material registrado. Talvez isso não seja apenas por uma razão econômica, no que se refere à concentração dos grandes meios de comunicação. Mas também pode ter influência hegemônica de equipes populares no país que estão situadas no eixo Rio-São Paulo. Por isso, acontece com frequência encontrar modelos de programas e emissoras dessas regiões em textos de autores sobre a história do rádio, quando há uma tentativa de trazer exemplos de casos.

Todavia, é inegável a contribuição dessa região para modelar os padrões que se desenvolveriam pelo restante do Brasil de “fazer comunicação”. Então, vamos trazer outro exemplo que mudou consideravelmente as transmissões de futebol no Brasil, que foi o “Plantão de Domingo”, da rádio paulista Jovem Pan. Segundo Coelho (2017), o programa nasceu em 1974 e passou a ser comandado pelo jornalista Milton Neves em 1978. A maior estratégia e mudança foi a implantação do pós-jogo, que hoje é popularmente conhecido como as entrevistas no vestiário, coletivas de imprensa e análises da partida, conteúdo, estes, que podem se estender por horas no rádio

Antes de explicar que mudança significativa comunicacional ocorreu é preciso situar o contexto que o futebol vivia naquele período. O Brasil já era tricampeão mundial. Um Campeonato Brasileiro consolidado já existia. O Santos, de Pelé, já tinha sido bicampeão mundial interclubes. Não havia mais dúvidas de futebol como um fenômeno de massa. Então, Milton Neves adicionou mais um elemento ao rádio que perdura até os dias atuais, e para muitos, é o que o torna um

diferencial dos demais veículos, mesmo que hoje tenha uma vasta possibilidade de plataformas para se acompanhar uma partida de futebol.

Consolidado com o Plantão de Domingo, famoso pela repercussão pós-rodada, Milton Neves é convidado, em 1982, para ser o apresentador do recém-criado “Terceiro Tempo”. Num primeiro momento, a principal finalidade foi preencher lacuna na programação. E para atender a demanda, originou-se um programa de entrevistas nos vestiários, ao qual chegavam a durar três horas.

Assim, surgiu o tradicional e famoso “pós-jogo do rádio”. Mesmo com as diversas possibilidades de acompanhar uma partida de futebol na TV, por sinal aberto, por assinatura, pay-per-view ou por streaming (dissolveremos todos esses modelos ao longo do trabalho), há quem não abra mão do pós-jogo no rádio. Na prática, o usuário desliga a TV e segue acompanhando as entrevistas coletivas, depoimentos na zona mista, análise de comentaristas e todo o conteúdo que repercute os desdobramentos que a partida gerou. Quando se trata de jogos à noite, é comum até que essa programação invada a madrugada em algumas estações de rádio.

A jornada esportiva já existia, com o famoso pré-jogo, que iniciava cedo, tão importante para quem gosta de saber os detalhes do seu time e, também, como um informativo para o torcedor que se desloca até o estádio e saber o que vai encontrar ao longo do caminho. Não obstante, surge o pós-jogo, fazendo com que o rádio, mesmo sem a disponibilidade da imagem, se tornasse o meio de comunicação com a cobertura futebolística mais completa. Se não for de conteúdo, ao menos, se consolidou por ocupar a liderança em tempo de programação dedicado para tal evento.

Essa fórmula de jornadas extensas no rádio se tornaram lucrativas para o setor comercial. E, claro, sempre há excessos. Foi o caso de Milton Neves, famoso pelo vasto conhecimento de futebol e por ter implantado novas dinâmicas para o rádio, passou a ficar conhecido, ironicamente, pelo conteúdo apelativo de marketing. Ou seja, sem naturalidade e fluidez nas inserções publicitárias. Um dos exemplos citados por Coelho (2017) foi uma coleção de mensagens enviadas por bip para a rádio Jovem Pan, nas manhãs de domingo. O bip atendia pelo nome de Teletrim, um dos então patrocinadores da programação. Milton lia as mensagens durante horas e, por conta disso, muito do seu público passou a migrar para outras estações, a fim de se informar e apreciar o seu querido futebol.

Trazendo para um contexto gaúcho, a primeira transmissão no rádio de um jogo no Rio Grande do Sul aconteceu logo em seguida do registro da primeira no Brasil. Com base em publicações do jornal Correio do Povo, o pesquisador Jamile Dalpiaz (2002), em trabalho de dissertação “O futebol no rádio de Porto Alegre: um resgate histórico (dos anos 30 à atualidade)”, aponta que a primazia aconteceu em 19 de novembro de 1931, num confronto entre Grêmio e Seleção do Paraná, com a narração de Ernani Ruschel, pela Rádio Sociedade Gaúcha.

Por não se tratar de um trabalho específico sobre a produção radiofônica, a pesquisa não se aprofundará com mais detalhes no histórico de desenvolvimento do rádio brasileiro, tampouco do rádio gaúcho. A proposta, neste caso, é apenas trazer elementos de destaque que sirvam de ancoragem para tecer uma linha de raciocínio das transmissões de futebol no Brasil, com suas raízes originadas no rádio, e o sucessivo progresso harmônico entre mídia e a modalidade.

Feito o esclarecimento, é preciso destacar três episódios dentre vários que foram protagonizados pelo rádio gaúcho. O primeiro deles diz respeito à Rádio Guaíba, que foi a primeira estação gaúcha a transmitir uma Copa do Mundo, no caso, a edição na Suécia, em 1958, que foi a primeira conquista brasileira. Já em 1962, a Gaúcha também se fez presente. A Guaíba, aliás, trouxe diversas inovações para o rádio rio-grandense, desde a qualidade de som, distribuição da informação, até novos métodos para inserções publicitárias.

O segundo episódio que merece destaque são os impactos da Rádio Gaúcha nas transmissões de futebol no rádio. Embora a estação já operasse desde 8 de fevereiro de 1927, um marco foi dado em 1957, quando Maurício Sirotsky Sobrinho adquiriu a Rádio Gaúcha, que detinha a concessão da TV Gaúcha. Em 1964, tornou-se sócio-diretor do jornal Zero Hora, fundado no mesmo ano. E assim, começou a ser trilhado o embrião do que hoje é conhecido como Grupo RBS.

Por conta dessa ligação econômica com a RBS e, conseqüentemente, com o Grupo Globo, a Rádio Gaúcha dispõe de uma ampla programação e profissionais dedicados à cobertura do futebol. E, além das transmissões em si, não há como falar sobre o rádio esportivo gaúcho sem citar o programa Sala de Redação. Criado em 1971, por Cândido Norberto, trata-se de um dos mais antigos programas de debate esportivo do Brasil.

Pautado pela informalidade, com o objetivo de remeter a uma conversa entre colegas, o Sala foi o responsável por trazer o departamento de esportes da emissora

que havia sido fechado após a Copa 1970. Na mesa do programa, passaram nomes lendários do jornalismo e esporte gaúcho, como Cid Pinheiro Cabral, Ibsen Pinheiro, Oswaldo Rolla (Foguinho), Ruy Carlos Ostermann, Lauro Quadros e Paulo Sant'Ana. Num formato de mesa-redonda, o programa é comandado, atualmente, pelo narrador Pedro Ernesto Denardin.

E o terceiro fato que merece destaque, ao menos no caráter de curiosidade, é a proposta da Rádio Grenal. Suas transmissões iniciaram em 2011, sob o nome de Rádio O Sul. Porém, foi a partir de 16 de março de 2012 que passou a ser chamada de Rádio Grenal. Pertencente ao Grupo Pampa, tem como principal proposta uma programação de 24 horas voltada para o futebol. E não bastasse ser apenas de uma modalidade, mas sim, direcionada para Inter e Grêmio. Uma ideia inovadora, que atende um público bairrista e identificado com seu território geográfico, conceitos identitários, aliás, que desenvolveremos com maior volúpia em capítulos posteriores dessa dissertação.

Concluindo esta parte, o rádio abriu as portas para toda e qualquer transmissão de futebol. E, além disso, foi o catalisador para o trabalho harmônico de desenvolvimento entre futebol e mídia.

3.2– O futebol em cores no Brasil

Já contextualizamos a respeito do crescimento harmônico entre futebol e mídia no Brasil, com viés direcionado para o rádio. Agora, chega o momento de falarmos sobre televisão, que trouxe o recurso de levar as imagens do espetáculo esportivo, e assim, portanto, mostrar a realidade do que todos imaginavam quando aproximavam seus ouvidos do áudio.

Falando em legado cultural, se por um lado, a transmissão de futebol por TV representou um avanço tecnológico e a oportunidade dos apaixonados pelo esporte enxergarem seus ídolos sem a necessidade de estar presente nos estádios, por outro, há quem diga que a realidade das imagens contrapõe a “magia do rádio”, que é justamente a cena em que é narrada. E é justamente por conta dessa necessidade de descrição detalhada e por não possuir o recurso da imagem que o silêncio praticamente inexistente no rádio. Nesse sentido, a dinâmica veloz torna os jogos tão emocionantes a ponto de que famílias ainda preferem ouvir o jogo pelo rádio, mesmo com a disponibilização da TV.

Mas voltando ao foco das transmissões esportivas de futebol na TV brasileira, vamos trazer um breve panorama histórico. Qual foi o primeiro jogotelevisado no Brasil? Por muito tempo, o livro “Guia dos Curiosos”, do escritor e jornalista Marcelo Duarte (1995) sempre foi referência como fonte para quem buscava por esta informação. Em sua publicação, consta que a primazia seria da TVRecord, que em setembro de 1955, transmitiu ao vivo Santos 3x1 Palmeiras, em comemoração aos cinco anos da TV no Brasil.

Entretanto, uma publicação do blog do Juca Kfour², feita em 2015, contesta essa informação. O jornalista não conseguiu precisar qual foi o primeiro jogo, porém, traz relatos que atestam que a TV Record transmitiu a partida entre Corinthians x Palmeiras, válida pela decisão do Paulistão do IV Centenário, em 1954. Para comprovar, Juca entrevistou Sílvio Luiz que confirmou ter sido repórter naquele confronto e ainda descreveu a lista de integrantes da equipe que trabalhou naquela transmissão.

Na entrevista concedida para Juca Kfour, Sílvio Luiz tentou explicar o motivo da confusão. O narrador argumentou que o jogo entre Santos x Palmeiras, de 1955, divulgado como o primeiro a ser transmitido, ficou com a fama pelo fato de ter sido o primeiro fora da capital paulista a ser levado ao ar. Por isso, ganhou status de pioneirismo. Por fim, o narrador apontou que outros jogos eram feitos antes da própria transmissão citada por Juca, de 1954, mas somente na capital paulista. Para embasar essa reparação histórica, além de Sílvio Luiz, Kfour utiliza outra fonte: o livro “Timão 100 anos, 100 jogos, 100 ídolos”, do jornalista Celso Unzelte, que, na página 75, diz o seguinte: “*O jogo decisivo do Paulista de 1954, entre Palmeiras x Corinthians, foi transmitido ao vivo do Pacaembu para poucos aparelhos de televisão que existiam na época*”.

Avançando nosso raciocínio, não há como trazer um destaque histórico para a nossa leitura sobre a TV Globo, ainda mais quando a intenção é dissertar sobre o desenvolvimento das transmissões de futebol no Brasil. O motivo vai desde a audiência até a influência econômica para realização das competições, conceito,

² KFOURI, Juca. Sim. A TV transmitia futebol em fevereiro de 1955, 2015. Disponível em: <https://blogdojuca.uol.com.br/2015/02/sim-a-tv-transmitia-futebol-em-fevereiro-de-1955/>. Acesso em 4 de maio de 2022.

este, que será melhor fundamentado mais à frente neste trabalho. Por ora, vamos focar nossa linha para a parte histórica.

Reportagem do Esporte Espetacular ³ trouxe à tona que a primeira transmissão de futebol feita pela TV Globo foi um amistoso realizado no Maracanã, Brasil 2x2 União Soviética, em 21 de novembro de 1965, exatamente no ano de fundação da emissora. Régis Rösing, na reportagem, traz informações importantes para entender as dificuldades enfrentadas na época.

Sob o comando do jornalista Teixeira Heizer, a Globo transmitiu a partida apenas duas horas depois de sua realização. Segundo o repórter, a solução encontrada por Heizer foi gravar a partida em filmes, divididos em partes, e mandar os rolos para a emissora, que montou rapidamente. Dessa forma, fez a narração por cima das imagens já editadas.

Até então, tudo era exibido em preto e branco. E quando que as cores tomaram conta do futebol brasileiro? É preciso entender que a velocidade da tecnologia não era a mesma da atualidade, por isso, o processo foi gradativo. Uma série de reportagens especiais do Portal UOL, intitulada “Memória das Copas”⁴, traz detalhes que esclarecem algumas afirmações que se distribuíram com convicção ao longo da história da televisão brasileira.

De acordo com reportagem assinada pelo jornalista Thell de Castro, a Copa do Mundo de 1970, no México, foi a primeira a ser transmitida pela TV, ao vivo, via satélite, para praticamente todo o Brasil. Além disso, também ficou marcada pelo protagonismo de ter sido nela a primeira transmissão de futebol em cores na TV brasileira. No caso, Brasil 4x1 Tchecoslováquia, em 3 de junho de 1970, com a Embratel recebendo o sinal americano (NSTC) e convertendo para o brasileiro (PAL-M).

Agora, vai um esclarecimento. Não pensem que as famílias puderam acompanhar a copa em cores. Na época, a maioria da população não tinha acesso à tecnologia. Então, a demonstração dos jogos em cores ocorreu somente em cinemas e alguns locais públicos do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. Foi só na Copa de 1974 que a transmissão aberta foi realizada com 100% de qualidade de

³ GLOBO, Memória. 2022. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/reportagens/noticia/primeira-transmissao-de-futebol-na-globo.ghtml>. Acesso em 10 de maio de 2022.

⁴ TV, Notícias. 2014. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/copa-na-tv/copa-de-1970-foi-em-cores-mas-maioria-tinha-tv-preta-e-branca-3722>. Acesso em 15 de junho de 2022.

cores para quem tinha TV, algo que não era tão prático de se possuir nos lares brasileiros, como se é atualmente.

A tecnologia foi avançando nos lares brasileiros, e conseqüentemente, o hábito de acompanhar as partidas de futebol na tela ganharam força. Logo, o mercado midiático passou a ter um ímpeto maior de competitividade nas disputas pelas competições. Dentre os movimentos feitos pelas emissoras brasileiras, entre as décadas de 1970 e 1990, a TV Globo se consolidou como emissora referencial nas competições futebolísticas no Brasil. Mas há quem tenha enfrentado esse monopólio.

A partir da década de 1980, como consequência da chegada de Luciano do Valle, a TV Bandeirantes criou a programação dominical “Show do Esporte”, que começava às 10h e se estendia até as 20h, contemplando a exibição de diversas modalidades esportivas. Em reportagem especial publicada pelo Portal Trivela, “História do Brasileirão na TV”⁵, dividida em cinco partes e assinada pelo jornalista Felipe dos Santos Souza, há uma referência especial para a Band, que teve seu ápice em 1990 e 1991, quando exibiu o Brasileirão com exclusividade.

Aproveitando-se do slogan de que era o “canal do esporte”, dos 204 jogos que foram realizados no Brasileirão de 1990, a Bandeirantes exibiu 44 deles. A direção de esportes decidia os dois jogos que seriam mostrados ao vivo. A partir disso, cada emissora regional da rede escolhia qual lhe atraía mais, mas nenhum que fosse para a mesma praça em que fosse realizado. Porém, como o espaço esportivo na programação era amplo, quando tinha um clássico paulista, por exemplo, às 16h, o jogo era rodado na íntegra, às 18h.

Em termos de equipe, a Bandeirantes se fazia valer por nomes de peso. Na narração, Luciano do Valle, Sílvio Luiz, Jota Júnior, Marco Antônio Mattos, entre outros. Nos comentários, um grupo seleto de ex-jogadores, como Rivellino, Mário Sérgio (1950-2016) e Gérson. Percebendo o tamanho da repercussão, a TV Globo se adiantou e comprou os direitos de transmissão do Brasileirão de 1992, em consórcio com a Bandeirantes. Entretanto, esse período em que liderou as transmissões do Brasileirão serviu para que a Band seguisse rotulada até os dias atuais como o “canal do esporte”.

⁵ TRIVELA. História do brasileiro na TV e o reinado da Globo e as brigas para mantê-lo, 2019. Disponível em: <https://trivela.com.br/brasil/historia-do-brasileirao-na-tv-v-o-reinado-da-globo-e-as-brigas-para-mante-lo/>. Acesso em 13 de junho de 2022.

Na década de 1990, começa a surgir o movimento das televisões por assinatura no Brasil, que serviria como base para o que viria a ser a transmissão por streaming, tema que será desenvolvido mais a frente nesta pesquisa. Segundo o livro “Jornalismo Esportivo”, de Paulo Vinícius Coelho, o PVC (2017), em 1991, a Globosat e a TVA colocam suas programações no ar. Entretanto, em razão de um currículo com décadas de experiência de seus profissionais, o Grupo Globo saiu com vantagem. O reflexo disso veio no número de assinantes, resultando numa diferença significativa entre ambas, conforme relata PVC. Logo, a estatística impactou, também, na adesão de patrocinadores.

Assim, surge o SporTV, em 1992. Como contraponto, nasce a TVA Esportes, em 1993. Mas o canal da Globosat seguia na frente pelas razões já citadas acima, mas, conforme PVC, o que determinou o caminho dos dois canais foi um contrato para transmissão dos principais jogos do futebol brasileiro, assinado em 1994, pela TVA Esportes e pelo Clube dos Treze, a entidade que reúne os principais clubes do país.

Na mesma época, a Globosat assinou contrato com a CBF, a entidade que comanda o campeonato. A rigor, os dois contratos poderiam ter validade jurídica. E a briga tomou conta dos bastidores no início da história das transmissões em televisão fechada. Em 1994, a TVA Esportes ainda transmitiu os jogos do Campeonato Brasileiro. Do início ao fim, nos jogos menos e mais importantes, lá estava o microfone da empresa. A partir de 1995, justamente quando a emissora mudou seu nome para ESPN Brasil graças a uma sociedade firmada entre o grupo Disney – proprietário da marca ESPN no mundo – e o Grupo Abril – dono da TVA -, a história mudou de figura. Os dirigentes da Globo proibiam a entrada da ESPN nos jogos de Campeonato Brasileiro. O jeito, então, foi tentar um acordo, no qual a SporTV saiu no lucro. A empresa do Grupo Globo ficou com o direito de transmitir os principais jogos das rodadas dos campeonatos brasileiros. Para a ESPN ficaram os jogos dos times de menor expressão. Enquanto o SporTV transmitia um jogo entre Corinthians e Flamengo, a ESPN podia apenas mostrar uma partida entre Goiás e Paraná Clube. (COELHO, 2017, pág. 69-70).

Naturalmente, a renovação dos direitos de transmissão ficou com o Grupo Globo e o Brasileirão saiu da tela da ESPN Brasil, que anos depois, passou a ter credenciais destacadas nas exibições de competições europeias, algo que veremos com mais detalhes adiante. Mas após essa tentativa de duelo no mercado, surge, em 1999, o PSN. Em termos de conteúdo, o canal era um “prato cheio” para quem gostava de esportes, com transmissão de quase todos os jogos da Copa Libertadores da América, pelo menos cinco jogos do Campeonato Italiano por

rodada, além da NBA. Porém, segundo Coelho (2017), diferentemente da SporTV, que estava inclusa no pacote básico da Globosat de assinatura, para ver o PSN era necessário ter o pacote avançado, e ainda pagar mais R\$ 3. Como consequência da disparidade de acesso entre ambos, o retorno não foi o esperado e, por conta de uma crise financeira, a emissora saiu do ar em janeiro de 2002.

Esse foi um breve relato de cenário em que o futebol esteve atravessado na TV brasileira, desde a primeira transmissão; a chegada das cores à tela; aos movimentos mercadológicos de Globo, Band e demais emissoras; e os primeiros passos das TVs por assinatura no país. Mas antes de adentrarmos no caminho do universo digital, outra fórmula de se consumir futebol também invadiu a televisão brasileira, e novamente no Campeonato Brasileiro: o “pay-per-view”.

3.2.1 – O surgimento do Pay-Per-View do Brasileiro

Com o surgimento das TVs por assinaturas, conforme detalhado no tópico anterior, os modelos de negócio para transmissão de futebol passaram a ter suas estratégias diversificadas. À frente na briga com a ESPN Brasil, o Grupo Globo passou a valorizar ainda mais, em 1997, os direitos do Brasileiro, de uma forma que os clubes ficaram à mercê da própria televisão, quer dizer, dos repasses que passaram a ser feitos, conforme aponta a série de reportagens especiais do Trivela⁶, pelo jornalista Felipe dos Santos Souza.

O marco dessa movimentação foi a criação pelo Grupo Globo do canal Premiere e o serviço de pay-per-view do Brasileiro, que hoje exhibe as séries A e B e que perdura até os dias atuais. O modelo teve suas origens nos EUA, na década de 1970, com jogos da NBA, porém, se disseminou apenas na década de 1990. No caso do Brasil, a transmissão de todos os jogos do Brasileiro passou a ser oferecido como um pacote adicional nas TVs por assinatura (a cabo e satélite).

Assim, a Globosat passou a ter, de vez, o domínio das transmissões do Brasileiro. E o canal Premiere também estendeu sua programação para jogos dos Campeonatos Estaduais e da Copa do Brasil. Embora sua essência remeta ao hábito de consumo na TV por assinatura, o pay-per-view serviu de inspiração para

⁶ TRIVELA. História do brasileiro na TV o reinado da Globo e as brigas para mantê-lo, 2019. Disponível em: <https://trivela.com.br/brasil/historia-do-brasileirao-na-tv-v-o-reinado-da-globo-e-as-brigas-para-mante-lo/>. Acesso em 2 de julho de 2022.

novos movimentos surgissem ao longo dos anos 2000, como o próprio Esporte Interativo, ao qual falaremos ao longo deste trabalho, e as plataformas de streaming específicas para determinadas competições, federações ou clubes. Ter o direito de escolher qual jogo vai assistir e pagar por este produto: um novo modelo começava a chegar no Brasil.

Mas além da inovação do jeito de transmitir futebol, o pay-per-view trouxe influências diretas nas receitas e planejamentos dos clubes que jogam o Brasileirão. No momento da assinatura do serviço, o usuário tem a disponibilidade de marcar o “time do coração”. Automaticamente, parte do valor dessa assinatura é destinado à equipe escolhida. Isso estimulou com que os próprios clubes passassem a produzir campanhas publicitárias, visando à adesão na assinatura.

Mas o vínculo, e até mesmo essa dependência nas finanças, se tornou ainda maior com o Grupo Globo. De acordo com reportagem do jornalista Rodrigo Mattos, no portal UOL⁷, a Globo possui critérios iguais para distribuição das verbas de TV aberta e TV fechada. Há fatias iguais, por posição e por exibição nas plataformas. Porém, os contratos que são feitos pelo serviço de pay-per-views são moldados pelo percentual de torcida (nesse modelo citado no parágrafo anterior) ou por ganhos fixos, como é o caso de Flamengo e Corinthians que, em 2022, chegaram a garantir cerca de R\$ 140 milhões.

Nesse modelo, há clubes que chegam a ganhar nove vezes mais do que o time que menos arrecada no ranking. Levando em conta o tamanho das torcidas, é comum que clubes paulistas e cariocas saiam na frente na arrecadação com a TV, logo, passam a ter um valor maior para investir no futebol. Percebendo a disparidade que se torna existente entre as equipes, e inspirados no modelo que é realizado com a Premier League, na Inglaterra, há discussões abertas em andamento para criação de uma liga composta pelos clubes para discutirem coletivamente os direitos de transmissão, numa forma mais igualitária. Entretanto, até o final de fevereiro de 2023, o assunto ainda não tinha tido avanços. Historicamente, é um assunto que costuma entrar em pauta, porém, o que torna uma tarefa difícil é a necessidade de consenso entre os dirigentes das equipes.

⁷ MATTOS, Rodrigo. Como a divisão do dinheiro de TV impacta a formação da liga, 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/rodrigo-mattos/2022/02/18/como-a-divisao-do-dinheiro-de-tv-impacta-a-formacao-da-liga.htm>. Acesso em 2 de julho de 2022.

Nos dias atuais, o pay-per-view teve que ampliar seu conceito de pacote oferecido por TV por assinatura e aderir às plataformas de streaming, que invadiram o mercado brasileiro, principalmente na disponibilização de filmes, séries, música e, mais recentemente, no segmento esportivo, assunto, este, que é o eixo central desse trabalho.

A medida do Grupo Globo levou em consideração a queda de assinaturas do pay-per-view do Brasileirão, conforme destaca reportagem de Rodrigo Mattos, publicada em 23 de junho de 2021, no Portal UOL⁸, apontando que a TV cabo, estava girando em torno de 14 milhões usuários, enquanto que, no passado, chegou a atingir 20 milhões. Conseqüentemente, trouxe reflexos na adesão do pay-per-view.

Então, o Grupo Globo fechou uma parceria com a plataforma de streaming estadunidense, Amazon Prime Video, para venda do pay-per-view do Brasileirão. Dessa forma, a plataforma passou a oferecer pacotes com os jogos oferecidos no Canal Premiere, para os usuários que já estão nela, mediante uma taxa adicional. A medida teve boa aceitação dos usuários e a Amazon passou a investir na transmissão de futebol, com jogos exclusivos da Copa do Brasil. No Brasil, também passaram a ser oferecidas partidas da NBA, a principal liga estadunidense de basquete.

Dessa forma, percebam a influência do sistema de pay-per-view do Brasileirão: trouxe conseqüências no planejamento financeiro dos times; estabeleceu um novo modelo de mercado e serviu como base para que outros tipos de produção de conteúdo viessem a se instalar no Brasil. E isso aliado a todo avanço tecnológico das transmissões esportivas.

3.3 – Esporte Interativo e uma nova linguagem

Já falamos a respeito da evolução das transmissões de futebol no Brasil, dos impactos que a TV por assinatura e o sistema de pay-per-view tiveram no mercado, a partir da década de 1990. Entretanto, para chegar ao estágio das transmissões de futebol por streaming no Brasil, não há como deixar de tecer uma linha de raciocínio sobre o Esporte Interativo, hoje chamado de TNT Sports. Seguramente, pode ser

⁸ MATTOS, Rodrigo. Na Amazon pay-per-view do brasileiro muda fatia da renda paga aos clubes, 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/rodrigo-mattos/2021/06/23/na-amazon-pay-per-view-do-brasileiro-muda-fatia-da-renda-paga-aos-clubes.htm>. Acesso em 18 de maio de 2022.

considerado como um prelúdio que serviu como base para toda essa evolução que houve na linguagem, nos meios e na forma como se comunicar com o público no ato de transmitir futebol no Brasil.

As informações deste tópico do capítulo têm como base uma reportagem do site Trivela, publicada no dia 17 de janeiro de 2021, assinada pelo jornalista Felipe Lobo, exatamente no dia em que o grupo mudou para TNT Sports. O material se ampara numa pesquisa elaborada pelo próprio portal de notícias, bem como do site oficial do grupo. Mas antes de adentrar nessa mudança é preciso revisar como foi o surgimento do Esporte Interativo e que contribuições teve para evolução dos novos formatos de transmissão de futebol na TV brasileira.

O Esporte Interativo surge em 2004, pela agência TopSports. Inicialmente, a ideia consistia em fazer parcerias com emissoras para ter seu conteúdo exibido dentro da programação. O primeiro canal a aceitar foi a RedeTV!, que reproduzia o material do grupo, voltado para o futebol europeu e caracterizado por uma linguagem que atendesse o público da faixa etária jovem, transformando o jogo em um espetáculo. Desse modo, eram transmitidos confrontos da Premier League, UEFA Champions League e, também da NBA. Em 2005, o Esporte Interativo mudou de casa e passou para a Bandeirantes, adicionando, em seu portfólio, a La Liga Espanhola e o Calcio Italiano.

O sucesso foi tanto que, em 2007, o grupo investiu num próprio canal via satélite, ampliando a programação com a Liga Europa e a Supercopa Europeia. Percebendo o aumento do alcance a partir da criação de um espaço independente, o Esporte Interativo passou a ter um estúdio em São Paulo. Mas a inovação não parava por aí. Em 2012, o Esporte Interativo criou o El Plus, uma plataforma de VOD (vídeo on-demand), que consiste no usuário pagar por um conteúdo específico e assistir na hora que quiser. E assim, o grupo deu um passo inovador para a transmissão de futebol por streaming no Brasil, com a disponibilização de uma plataforma própria. Em 2014, o El criou um canal regional, o Esporte Interativo Nordeste, dedicado à transmissão de seis campeonatos estaduais e, com exclusividade, a Copa Nordeste, se tornando uma ferramenta essencial para valorização daquela competição.

A “ousadia” seguia forte. Para a temporada 2014/2015, o Esporte Interativo venceu uma disputa com ESPN Brasil, por três temporadas, e adquiriu os direitos de transmissão da Champions League, desbancando uma hegemonia de 20 anos. Com

uma competição desse naipe, a batalha passou a ser ingressar numa TV por assinatura. Então, em 2015, o grupo norte-americano Turner compra 100% do canal e lança o Esporte Interativo Max, o EI Max, que estreou em 25 de julho. Em agosto, surge o EI Maxx 2, focado na região de Nordeste. No entanto, a disputa financeira foi dura para que os canais entrassem nos pacotes das operadoras de TV por assinatura do país, e somente em 2016 que passou a ingressar na grade da Net e da Sky.

Porém, o foco no conteúdo digital passou a ser maior, e aliado à queda da procura por TVs por assinatura, em dezembro de 2018, a Turner anunciou o fim dos canais Esporte Interativo. A empresa migrou seu conteúdo para a TNT e o Space, transmitindo jogos e alguns conteúdos específicos. A argumentação da empresa foi de que a medida se inspirou no conceito de “Superstation”, de reunir, num mesmo canal, conteúdo de séries, filmes e esporte, ou seja, é uma classificação para o entretenimento ao qual as pessoas pagam para assistir, cujo se mercado consolida com força no streaming. Só que toda a evolução tecnológica também acarreta em abalos econômicos e sociais. Para se ter noção, conforme a reportagem do Trivela, cerca de 250 pessoas foram demitidas a partir da extinção dos canais.

Num viés mercadológico, a ideia vingou. O Esporte Interativo manteve suas transmissões na TNT e no Space e, em 2020, também adquiriu as Eliminatórias da Copa do Mundo da América do Sul. O acerto aconteceu após um rompimento de contrato com a Globo, originando em diversas mudanças no mercado de transmissão de futebol no Brasil, principalmente no começo da pandemia. Aliás, este também é um assunto que discorreremos ao longo dessa pesquisa.

Mas além das competições europeias já consolidadas na grade do Esporte Interativo e das Eliminatórias Sul-Americanas, o grupo também passou a transmitir, via TNT e Space, jogos do Brasileirão. E claro, com toda a programação replicada na plataforma de streaming, EI Plus.

As mudanças se aceleraram ainda mais com a pandemia. E no dia 17 de janeiro de 2021, surpreendentemente, o sinal do Esporte Interativo passou a ter outro nome: TNT Sports. Isso porque o Grupo Wanermedia, responsável pela marca da TNT na América Latina, adquiriu o EI e passou a explorá-lo, dessa forma, no Brasil, Argentina e Chile. Já o EI Plus, que era o canal de streaming pago, foi renomeado para Estádio TNT Sports.

A mudança foi apenas no posicionamento da marca, porém, os direitos de transmissão permaneceram os mesmos, com a UEFA Champions League, Campeonato italiano, Campeonato Brasileiro, Nations League Europe, Eliminatórias da Europa e América do Sul, Campeonato Paulista, entre outros jogos. Paralelamente, as transmissões prosseguiram na TNT e Space, somente com a alteração da marca.

Rompendo barreiras, apostando em conteúdo próprio e fórmulas independentes para executar seus negócios, dentro da concepção de uma identidade própria, o Esporte Interativo foi um pilar importante, ao menos como embasamento, para o ramo de opções que viria mais tarde na transmissão de futebol no Brasil, medidas que englobaram desde os badalados times europeus até as divisões inferiores do interior dos estados.

3.4 – Definição de streaming

Já fizemos um passeio histórico na evolução das transmissões de futebol do Brasil. E a partir da utilização do exemplo do Esporte Interativo, nossa linha de raciocínio chegou à transmissão por streaming, um conceito que passará a ser usado cada vez com mais naturalidade no desenvolvimento deste trabalho. Por isso, precisamos defini-lo, de modo que não reste nenhuma dúvida para quem lê este material.

Conforme matéria publicada no portal CanaTech⁹, streaming é o nome dado à tecnologia que transmite dados pela internet sem a necessidade de ter que baixar o conteúdo para o dispositivo. Logo, os dados do conteúdo carregam de modo online, geralmente envolvendo imagens, áudios, textos ou apresentações de slides.

A possibilidade de consumir um conteúdo numa plataforma, sem ter que baixá-lo, é um tipo de mecanismo que influenciou diretamente o mercado do entretenimento. No Brasil, o primeiro impacto foi no ramo da música, com a disseminação de plataformas como Spotify, SoundCloud, Deezer, YouTube Music entre outras. Paralelamente, filmes e séries caíram no agrado do público, com a disponibilização da Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Globoplay, Star+,

⁹ SALUTES, Bruno. O que é streaming, 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/o-que-e-streaming/> Acesso em: 8 de setembro de 2022

Disney entre outras. Percebendo à abertura de oportunidade que esse modelo possuía com o público, é natural que não demorasse para que o raciocínio também envolvesse as transmissões de futebol, um fenômeno sociocultural que esteve sempre atrelado ao desenvolvimento da mídia no Brasil, conforme já se discutiu anteriormente neste trabalho.

Aliado a essa tendência mercadológica, a transmissão de futebol por streaming também tem outro atrativo. Basta apenas ter um cadastro/assinatura e uma conexão de internet que a plataforma ao qual realiza a transmissão pode ser vista de qualquer lugar e em diferentes dispositivos móveis. Essa é a vantagem em relação a uma TV por assinatura, por exemplo, que depende de um receptor fixo numa peça da casa. Mas, por outro lado, para que essa engrenagem funcione, é preciso de uma infraestrutura adequada para suportar todo esse processamento de dados, o que já foi motivo de diversas polêmicas com a exibição de algumas competições no Brasil, tema que será desenvolvido mais à frente.

3.5 – Cidadania Comunicativa no streaming

Essa trajetória evolutiva da transmissão de futebol no Brasil vai ao encontro do panorama traçado por pesquisadores no que se refere à Cidadania Comunicativa, que direcionam o papel e o protagonismo dos grupos sociais na produção de conteúdo digital. De meros receptores, passam a tornar-se, também, produtores de conteúdo, haja vista que possuem suas próprias ferramentas para se comunicarem.

Um dos pesquisadores que se dedica a analisar com mais profundidade os efeitos desse movimento é Alberto Efendy Maldonado (2013). São conceitos que servirão como base para detalharmos o quanto o caso da FGF TV representa para os clubes de futebol do interior gaúcho e as territorialidades em que estão submetidos. No artigo “A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI”, Maldonado (2013, p.4) enfatiza esses tipos de movimentos ao mencionar que grupos, organizações, movimentos culturais, tribos, clubes, comunidades digitais são responsáveis por produzir e fazer a distribuição dos seus próprios produtos, isso por meio de um universo digital.

É preciso salientar que, mesmo com essa ampliação das possibilidades de produção de conteúdo, a partir do universo digital, os grandes conglomerados

mediáticos não deixaram de usufruir do poder e de carregar o status de transmitir as competições de futebol mais valorizadas nos índices de audiência e no quesito de envolvimento econômico. Entretanto, as plataformas digitais que surgiram durante o século XXI trazem um leque de opções que permite ao usuário ter a opção de assistir, obviamente, dentro da realidade financeira de cada um (de acordo com o que pode pagar ou que deseja). E essa abertura de espaço também influencia com que grupos menores, que representa os clubes de futebol e competições menores dentro da nossa pesquisa, adotem seus próprios meios de viabilizar transmissões, algo que não era possível em momentos anteriores, em virtude da falta de espaço nas mídias tradicionais.

Essa é a linha de raciocínio que conduz nossa pesquisa e que tenta descrever o porquê deste tema ser tão relevante, a ponta de abrir uma discussão mais ampla dentro do ambiente acadêmico. Ao fazer uma leitura dos conceitos de Cidadania Comunicativa, há um cruzamento de ideias quando Maldonado (2013) destaca que, mesmo que a grande mídia tenha seus tipos de formatos, estilos, realidade para geração de lucro, as condições mudaram no que diz respeito às potencialidades de produção tecnocultural.

Com esse campo de possibilidades comunicacionais que se abriram, Maldonado (2013, p.9) aponta que tornou-se viável novas alternativas para o mercado de trabalho para produção cultural dentro do cenário midiático. Contudo, o pesquisador adverte que é um estágio que ainda está em fase de exploração, descobertas e ensaio de possibilidades e que os avanços dessas experimentações vão depender de transformações educativas, políticas e socioculturais que possam ser configuradas na sociedade.

Aliás, reconfiguração é um termo que utilizo para tratar do problema desta pesquisa, com esforços sendo concentrados para entender como esse fenômeno acontece nas transmissões de futebol por streaming no Rio Grande do Sul, a partir da disponibilização da plataforma da FGF TV. O movimento realizado dentro do interior gaúcho é o que Maldonado (2013) ressalta em sua pesquisa, ao mencionar que recursos, aparelhos, técnicas e culturais, que até então, eram restritas aos especialistas, hoje se aproximam de cidadãos comuns. Nesse caso, não necessariamente de amadores, mas de profissionais que não estão, necessariamente, nos grandes conglomerados midiáticos. Por fim, frisa que, independente da vontade, essa cultura digital já é realidade.

Ou seja, a ação tem relação direta com o objetivo que há com transmissões de futebol por streaming no Rio Grande do Sul que contemplem as divisões menores e clubes do interior que, além de serem agremiações esportivas, também representam várias territorialidades e matrizes culturais que estão espalhadas pelo estado. São as plataformas digitais se consolidando no século XXI, e mesmo que ainda esteja numa fase de experimentações, já delineiam uma alternativa para ampliar a visibilidade e contrapor movimentos que, até então, tinham a predominância dos principais conglomerados midiáticos.

3.6 – A chegada das plataformas: do DAZN a Star+

Já falamos do El Plus, que hoje é chamado de Estádio TNT Sports, e as contribuições do Esporte Interativo para ampliar os mercados de transmissão de futebol no Brasil. Passos importantes para o futebol por streaming no Brasil foram dados em 2019. Depois, em 2020, a pandemia trouxe duros reflexos e, a partir de 2021, novas tendências começaram a surgir, justamente como uma resposta aos prejuízos acarretados pela pandemia.

Para fazer essa linha do tempo, é preciso lembrar da chegada do DAZN ao Brasil, rede inglesa com canal de streaming exclusivamente focado em conteúdo esportivo. As transmissões iniciaram oficialmente em maio de 2019, em solo brasileiro, sob o slogan de “Netflix do futebol”. Era uma forma de cativar o público do país ao estabelecer uma analogia com uma plataforma já consolidada entre o público-consumidor. Porém, o valor inicial cobrado, de R\$ 39,90, causou indisposição ao brasileiro.

Aliás, esta é uma queixa que pode ser encontrada com frequência nas redes sociais, desde que diversos conflitos passaram a ocorrer com os direitos de transmissão de algumas competições nacionais e sul-americanas, mais precisamente da divisão dos streamings e a necessidade de ter que assinar várias plataformas para poder usufruir de um acompanhamento mais aprofundado do calendário dos times brasileiros.

Quando chegou ao Brasil, segundo reportagem da Gazeta Esportiva¹⁰, o DAZN trouxe um portfólio amplo, com cobertura da Copa Sul-Americana, Brasileirão Série C (sublicenciado para o TikTok também, assunto para mais adiante), futebol italiano, francês, norte-americano, inglês, japonês, turco, africano e uma gama diversa de modalidades, desde basquete, automobilismo, boxe até sinuca.

No entanto, alguns problemas vieram com o tempo. O primeiro, já citado, foi o preço. A questão da infraestrutura da internet brasileira também acarretou em problemas de conexão da plataforma para alguns usuários. Mesmo assim, o portfólio de competições, aliada a uma equipe qualificada de profissionais, agradava aos fãs de esporte. Até que veio a pandemia da covid-19, atrapalhando os planos da plataforma inglesa, que se viu tendo que se desfazer dos direitos de transmissão de algumas competições.

Se os canais exclusivamente com conteúdo transmitido por streaming tiveram abalos, é evidente que as TVs fechadas também foram acarretadas com prejuízos decorrentes por quedas de assinaturas. Porém, os canais de esporte fizeram uma jogada de mercado, se adaptando às circunstâncias do mercado online, aceleradas pelos impactos pandêmicos. Como forma de fugir das taxas impostas pelas empresas de TV por assinatura, os canais investiram em suas próprias plataformas digitais, mas de um modo não tão arriscado: que misturasse esportes com entretenimento.

O primeiro exemplo foi o TNT Sports, antigo Esporte Interativo, adquirido pela Warner Media, responsável pela exploração da marca da TNT na América Latina. Inclusive, as transmissões do EI já eram correlacionadas com a programação dos canais TNT e Space. Também podemos citar como exemplo a plataforma de streaming HBO Max, que além de oferecer todo o portfólio de séries e filmes produzidos pelo canal, passou a disponibilizar, também, mediante parceria com o Estádio TNT Sports, jogos da UEFA Champions League e outras competições.

Inspirado no sucesso financeiro com a transmissão da NFL via streaming, a Amazon também passou a investir na Prime Video como uma plataforma disponível para transmissão do Brasileirão, em parceria com Premiere. Com a proposta de uma taxa adicional, o usuário que já é assinante do Prime Video passa a usufruir,

¹⁰ GAZETA ESPORTIVA. Dazn chega ao Brasil com portfólio de futebol e outros esportes, 2019. Disponível em: <https://www.gazetaesportiva.com/todas-as-noticias/dazn-chega-ao-brasil-com-portfolio-de-futebol-e-outros-esportes/>. Acesso em 27 de agosto de 2022.

também, do pay-per-view do Brasileirão, pelo Premiere. E ao Grupo Globo, responsável pelas transmissões, a medida se torna mais uma fonte de receita e como uma tentativa de recuperar a queda drástica de assinantes ocorrida durante a pandemia.

E para finalizar, o caso mais recente e que causou maior impacto no serviço on demand de conteúdo foi o movimento do Grupo Disney, que adquiriu os canais Fox Sports e ESPN, tornando um só. O grupo mesclou todo o conteúdo esportivo adquirido e englobou com o canal Star, focado em séries, filmes e documentários. E assim, nasceu o Star+, oferecendo assinatura por streaming, com toda diversificação de competições de futebol internacional e de entretenimento. Dessa forma, todo aquele conteúdo que, para ser assistido, precisava adquirir uma TV por assinatura, passou a ter ferramentas próprias, que podem ser vistas por meio de dispositivos móveis, embora todas as reclamações que ainda perduram com o serviço de internet no Brasil.

Todas essas movimentações fizeram com que o DAZN, focado exclusivamente no esporte, perdesse o prestígio e o rótulo de ser um serviço diferencial no esporte. Os canais que, anteriormente, direcionavam suas estratégias para as TVs por assinatura passaram a ter suas próprias plataformas para vender seu conteúdo. Em 2022, a própria diretoria do DAZN se manifestou a respeito da crise econômica enfrentada pela plataforma e sobre o cancelamento de diversas competições. A empresa até cogitou o encerramento das atividades no Brasil, mas, em 2023, mudou a estratégia. Em vez de focar nas competições europeias, que já contam com uma vasta cobertura de outros canais de streaming, a DAZN optou por investir nos Campeonatos Estaduais. Assim, começou o ano com transmissão dos campeonatos goiano, potiguar, pernambucano, Copa do Nordeste e, com a confirmação do Brasileirão Série C, que já fazia parte do catálogo.

3.6.1 – A experimentação das transmissões nas redes sociais

Como já exposto nesta pesquisa, para poder acompanhar as principais competições (nacionais e internacionais), bastava adquirir os pacotes completos das TVs por assinatura. No entanto, a pandemia trouxe reflexos econômicos nos investimentos das emissoras, o que acarretou na perda dos direitos de transmissão de diversas competições. Aproveitando um cenário cada vez mais propício para o

conteúdo digital (quem não lembra a vasta quantidade de lives que eram realizadas no auge da pandemia?), os serviços pagos de streaming entraram na briga e passaram adquirir estas competições. Assim, a programação de jogos ficou dividida por várias plataformas.

E o torcedor que não tem condições de usufruir das assinaturas dos streamings, como fica? Há um caminho que surge como alternativa em meio a esse mercado, conforme discussão proposta pelo jornalista Bruno Balacó (2021), em artigo publicado no portal “Ludopédio”. Para esse contexto, o autor reforça a utilização de plataformas com transmissões abertas, no caso, as redes sociais. Nesse modelo, se encaixam YouTube e Facebook, que foram os primeiros exemplos a apostar nessa opção, e os casos mais recentes do Instagram, TikTok e Twitch.

Trazendo um breve panorama, a UEFA Champions League e a Taça Libertadores da América foram as principais competições, das mais conhecidas, a terem sinal gratuito no Facebook. Entretanto, a rede social repensou suas estratégias e afirmou que deixará de transmitir futebol ao vivo depois de 2023. No caso da competição europeia, a transmissão se sucedeu por meio do EsporteInterativo, hoje chamado de TNT Sports, cuja relevância do trabalho já foi discutida em tópico anterior deste capítulo. Já o caso do torneio sul-americano merecerá um item a parte deste capítulo, por ter alterado a rotina dos torcedores.

Com a intenção de buscar uma relação mais estreita com o público-jovem e alcançar outras audiências, empresários passaram a investir numa rede social que ganha, atualmente, cada vez mais adesão no ramo do entretenimento: o TikTok. Um dos melhores exemplos do solo brasileiro é a Copa do Nordeste, que por sinal, foi a primeira competição de futebol no mundo a ter um jogo transmitido ao vivo pelo TikTok (Ceará x CSA, no dia 30 de março de 2021, na Arena Castelão, pela 6ª rodada da fase classificatória).

Desde então, conforme Balacó (2021), um jogo por rodada até a grande final teve cobertura do TikTok. O caso da Copa Nordeste também conta com a peculiaridade de contar com transmissão ao vivo, via streaming, em cinco plataformas: Nordeste FC, Twitch, TikTok, Facebook e YouTube, além do conteúdo que é produzido diariamente para o Twitter e Instagram. No quesito de competições internacionais, o jornalista também enfatiza a parceria que o TikTok firmou com o grupo WarnerMedia, responsável pela exploração da marca da TNT na América Latina, para exibição de jogos das Eliminatórias Europeias para a Copa do Mundo

de 2022. Para isso, a TNT Sports criou um perfil na rede social e transmite a partida de forma sublicenciada.

O TikTok também alcançou competições de menor porte. Mediante acordo com o DAZN, o aplicativo exibe, gratuitamente, uma partida por rodada do Brasileirão Série C. A transmissão é também sublicenciada pelo DAZN e, além disso, há um perfil no aplicativo com conteúdo exclusivo que é postado semanalmente, a respeito da competição.

Já falamos bastante a respeito do TikTok, mas outra plataforma que teve um crescimento significativo, nos últimos dois anos, foi a Twitch, que costuma ser focada em E-sports (esportes eletrônicos). O caso com mais destaque, no Brasil, foi com o jornalista e streamer Casimiro Miguel, que transmitiu 16 jogos da edição de 2022 do Campeonato Carioca. Segundo dados oficiais divulgados, 22,19 milhões de pessoas acompanharam as partidas no canal do streamer. O nome de Casimiro ganhou tanta força que transmitiu ao vivo e gratuitamente 22 jogos da Copa do Mundo do Catar, em 2022, pelo YouTube.

A partir dessa rápida contextualização, pode-se presumir uma busca por novas audiências, de levar o conteúdo futebolístico para plataformas e canais onde as pessoas estão conectadas, e muitas vezes, sem a necessidade de cobranças de assinaturas, com a viabilização de outros modelos de negócio.

3.6.2 – A transmissão da Libertadores no Facebook

A Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol) apostou no Facebook para ampliar a exibição da Copa Libertadores da América. O pontapé inicial foi dado em 2018, com exibição de jogos nas quintas-feiras. Em 2020, o acordo foi ainda mais além: as partidas de quinta-feira da competição seriam exclusivas nas redes sociais e que, pelo menos, cinco jogos de brasileiros na fase de grupo fossem exibidos na plataforma.

Quando soube que a tabela da primeira fase reservava dois Gre-Nais¹¹, o Facebook colocou na mesa o desejo para que um dos clássicos fosse exibido pela Conmebol, e o pedido foi aceito. Em termos de visualizações, a transmissão foi alvo

¹¹ VAQUER, Gabriel. Como o Facebook conseguiu direitos sobre o primeiro Gre-Nal da Libertadores, 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2020/03/12/como-o-facebook-conseguiu-direitos-sobre-o-primeiro-gre-nal-da-libertadores.htm>. Acesso em 23 de junho de 2022.

de comemorações pela plataforma, atingindo o pico de 2,1 milhões acessos simultâneos.

Por outro lado, os torcedores mais habituados com a exibição na TV tradicional reclamaram da medida, principalmente o público da faixa etária mais elevada. Outra circunstância que também causou repercussão negativa foi os problemas de internet, principalmente para exibição da partida em locais públicos, como bares e restaurantes. Nenhum desses tópicos é novidade, quando se trata da discussão a respeito de transmissão por streaming no Brasil, porém, pelo fato de ser um clássico Gre-Nal e atingir um nicho de espectador mais abrangente, o alvoroço se tornou maior.

Em 2022, o Facebook fechou acordo com o Grupo Disney, que foi responsável pela unificação dos canais ESPN e FoxSports, para compartilhar jogos ao vivo da Libertadores¹². Para a fase de grupo, o acordo envolveu 35 partidas. Porém, para 2023, não prosseguiu com a parceria para a exibição na rede social.

3.7 – Molduras e moldurações na forma de assistir futebol

Já trouxemos diversos exemplos práticos que nos norteiam para contextualizar a evolução histórica das transmissões de futebol no Brasil. Para fundamentar todos esses movimentos que se desenvolveram ao longo das décadas, nos apoiamos nas pesquisas voltadas para o audiovisual, feitas por Suzana Kilpp (2018), que apresenta uma constatação que coincide com o que está sendo proposto neste trabalho.

Neste caso, Killp (2018) argumenta que a internet aumentou a audiência dos próprios conteúdos televisivos (entenda este conceito num pensamento mais abrangente, ao qual o conteúdo via web também está incluso), por conta da disponibilidade de novos formatos para pessoas que não costumavam ou não possuíam o hábito de consumir conteúdo no modelo domiciliado existente na TV tradicional. Dentro do tema que está sendo proposto neste projeto, as plataformas de streaming, dedicadas às transmissões de futebol, trouxeram um novo público-

¹² LANCE, Portal. Facebook divulga lista com 11 jogos da Libertadores 2022, 2022. Disponível em: <https://www.lance.com.br/fora-de-campo/facebook-divulga-lista-com-11-jogos-da-libertadores-2022-deles-com-times-brasileiros.html>. Acesso em 4 de outubro de 2022.

espectador, pois muitos dos times que estão envolvidos não possuíam coberturas tão amplas pelos grandes conglomerados midiáticos.

Desse modo, Kilpp (2018), revela que, à medida que os conteúdos passaram a ser assistidos numa forma individual, com o jeito, local e horário de cada um, eles ganharam o interesse de novos públicos em diferentes telas, reforçando, então, as particularidades existentes nos dispositivos móveis no consumo de streaming nas transmissões de futebol.

Já em “Sentidos Identitários na TV: moldurações homológicas e tensionamentos”, Kilpp (2002) discorre reflexões relacionadas ao imaginário social, ao qual cada sociedade constitui seu próprio “real”. Se relacionarmos com as indagações propostas no trabalho, o que se percebe é que as plataformas que são criadas com o pensamento de atender um público em específico fazem uma molduração do que significa o “real” para o usuário, por meio da apropriação da linguagem. E assim, estabelece um novo formato de “moldura” para o torcedor ou telespectador. Cada tela, cada canal e cada modelo de transmissão apresenta uma moldura diferente, logo, a experiência torna-se peculiar.

Cada plataforma, canal ou meio tem sua particularidade. Logo, também há suas especificidades de diálogo com o público. Porém, é preciso salientar que, desde o rádio até os serviços por streaming, a evolução dos processos midiáticos aconteceu de forma contínua, correlacionada, evidenciando, assim, a concepção de que a comunicação apenas se adapta conforme a necessidade dos tempos, mas a essência de se conectar com o público permanece a mesma. Apenas as ferramentas que se modificam.

3.8 – Neomaterialismo nas transmissões por streaming

Depois de termos refletido sobre molduras e moldurações, passamos a entender que as influências não partem somente do ser humano, mas sim, do quanto o objeto também é fundamental para que cada experiência se torne diferente. Inclusive, a proposta de inserir teorias de neomaterialismo tem como objetivo fazer tensionamentos, provocações ou, até mesmo, conflitos, de modo que estimule com que o leitor decida por si a sua óptica de observar o objeto.

Em “Epistemologia da Comunicação, Neomaterialismo e Cultura Digital”, André Lemos (2020) sustenta que os estudos de comunicação têm pouca afeição ao

reconhecimento da agência dos objetos. Nesse sentido, o entendimento do pesquisador é que, sem essa perspectiva, torna-se difícil a análise dos fenômenos comunicacionais como um todo e os da cultura digital em particular.

O adjetivo radical permite falar de mediação envolvendo humanos e não humanos colocando, portanto, a dimensão híbrida e materialista no seu entendimento. Todo processo comunicacional é resultado dessa mediação radical, entendida aqui como associativa, não essencialista/pragmática, material e não antropocêntrica, nos afastando do pensamento da mediação como emergente apenas de relações intersubjetivas (LEMOS, 2020, p. 56).

No raciocínio da perspectiva neomaterialista, os estudos de comunicação digital somam à análise a pergunta de como os algoritmos, interfaces, dispositivos, leis, regulações, patentes, redes de comunicação auxiliam para a construção de um determinado fenômeno (Lemos, 2013). A intenção, de acordo com o pesquisador, é entender como esses objetos afetam os humanos e as relações que são construídas a partir disso. Na prática, o ser humano deixa de ser o centro e passa a tornar-se apenas um elemento de um processo mais macro.

A intenção não é aprofundar nessa pesquisa os estudos de neomaterialismo, apenas despertar essa perspectiva aos leitores e absorver um pouco dessas ideias para a pesquisa a respeito da transmissão de futebol por streaming. Por mais que a transmissão seja a mesma, assistir uma partida de futebol numa Smart TV de casa é uma experiência totalmente diferente do que assistir no balcão de um bar. A possibilidade de interagir enquanto acontece a transmissão ou somente assisti-la. Ambiente, modo de uso, infraestrutura, aparelhos são aspectos que influenciam as próprias relações humanas e a forma de se pensar um objeto. Por essa razão, decidimos trazer à tona a perspectiva neomaterialista e entender que, por trás da transmissão da FGF TV, que é o alvo desta pesquisa, existe uma plataforma com particularidades específicas.

Neste primeiro capítulo, fizemos uma abordagem histórica das transmissões de futebol no Brasil, começando pelo rádio, passando pela TV em cores, avançando para a TV por assinatura até chegar às plataformas digitais. Para entender essas modificações dentro do cenário dos processos midiáticos, tivemos o apoio de conceitos ligados à Cidadania Comunicativa, molduras e moldurações e neomaterialismo.

Antes de seguir nossa abordagem e cumprir com os objetivos que foram propostas, o segundo capítulo terá como função esclarecer quais os métodos que serão utilizados para desenvolvimento da análise das transmissões da FGF TV, que critérios serão adotados e de que forma essa pesquisa foi pensada/configurada.

Capítulo 4 - Transmissão por streaming: a reconfiguração das territorialidades futebolísticas na mídia

No terceiro capítulo, trouxemos elementos históricos que nos nortearam para traçarmos uma linha de desenvolvimento das transmissões de futebol no Brasil, desde as primeiras jornadas esportivas do rádio, do alcance da TV aberta e por assinatura, até as plataformas de streaming e a sua devida ampliação de possibilidades no mercado.

Agora, podemos avançar com mais profundidade nas explicações das transmissões de futebol por streaming em si, no sentido de que efeitos esse fenômeno ocasionou, tanto nos processos midiáticos quanto em aspectos sociais, culturais e antropológicos do hábito de assistir futebol.

4.1 - A economia política das mídias

Já que adentramos sobre os efeitos econômicos da evolução das transmissões de futebol no Brasil, vamos traçar uma linha de raciocínio focada no aspecto mercadológico, e não apenas do conteúdo em si que é exibido. Por conta desse caminho, precisamos embasar todo esse movimento histórico que foi levantado desde o primeiro capítulo. Por isso, trabalharemos com alguns conceitos relacionados à economia política das mídias.

Em “Jornalismo online: reflexões a partir da economia política de comunicação”, César Bolaño (2009) comenta sobre a digitalização como um paradigma técnico que reestrutura a economia política da comunicação quando permite um movimento de convergência. A consequência disso, segundo o autor, é na desestabilização de mercados consolidados e a contestação de posições hegemônicas. Porém, o autor adverte que isso não significa, necessariamente, que há um direcionamento para uma maior democratização dos meios, mas sim, um aumento da concentração multimídia, ao qual se amplia a oferta de concorrência.

No artigo “O estudo econômico da mídia: origens e tendências recentes”, Bernardo Lins (2005) faz uma revisão histórica do estudo de economia das mídias e as correntes que influenciaram o processo da Indústria Cultural, bem como os impactos no consumo de conteúdo. Para isso, o autor cita uma abordagem mais recente, da qual se utiliza os dados para medir a análise econômica da mídia.

De acordo com Lins (2005), a economia da mídia se apoia no interesse das empresas, nas referências e escolhas do espectador e nos ganhos que são obtidos a partir disso, deixando as funções sociais do veículo de comunicação num caráter secundário. Em outras palavras, seria o uso da audiência como instrumento preponderante para alinhar as estratégias a serem cumpridas pelos meios de comunicação e o tipo de postura que deve ser adotada pelos seus profissionais.

Ainda sobre os critérios utilizados para funcionamento da economia das mídias, José Luís Garcia (2015) destaca que a nova realidade do século XXI parte de duas dinâmicas que se cruzam: as novidades tecnológicas permanentes, em suas formas de criação e distribuição de comunicação e informação; e as tendências econômicas ocasionadas pela transformação das dimensões do conhecimento, da cultura e da comunicação. Os produtos são destinados a um mercado global, competitivo e repleto de possibilidades de crescimento, logo, intensificam a política de mercantilização.

Essas explicações que foram trazidas até então já elucidam os critérios que foram adotados e o contexto que foram submetidas às decisões sobre o mercado de transmissão de futebol no Brasil e de que forma essa prática de processo midiático se desenvolveu ao longo das décadas. É consenso entre as correntes de pensamentos que vivemos na Era da Informação, e essa informação representa poder, como se fosse o capital da atualidade. Logo, os conglomerados de comunicação “brigam” para deter a informação.

No caso das transmissões de futebol, principalmente na atualidade, com a adesão do formato por streaming, podemos relacionar estes conceitos com a disputas econômicas existentes dos direitos de transmissão das competições e as alternativas de modelos de negócio que surgiram nos últimos anos, alguns, até mesmo por caminhos alternativos. Já outros tiveram que se readaptar às novas linguagens e preferências do público, de modo que acompanhassem as novastrilhas desse mercado.

No entanto, há visões que analisam esses movimentos da economia política das mídias com ressalvas. Alguns desses argumentos são propostos por Bolaño (2002), de que o próprio surgimento da televisão segmentada a pagamento já serviu como uma oposição à TV de massa, que é gratuita. No caso de assinatura, o autor relata que há a oferta por centenas de canais, porém, o acesso fica limitado a um público com maior poder aquisitivo.

No caso da internet, Bolaño (2002) enfatiza que o corte é ainda mais radical. E trazendo para o tema que é alvo dessa pesquisa, a distribuição das competições por diversos canais e plataformas de streaming obriga a um usuário que é apaixonado por futebol ter que desembolsar um valor significativo, mensalmente, para poder acompanhar o máximo possível de competições que lhe interesse. Ou seja, se por um lado, a internet desburocratizou o monopólio conglomerados midiáticos, o custo do consumidor, em alguns casos, também aumentou.

Por toda essa complexidade e dinamismo que envolve o tema, dentro da área de Economia Política das Mídias há estudos voltados para Economia Políticada Audiovisual. Uma das pesquisadoras que se concentra a apoiar reflexões é Kátia Morais (2020). Essa gama de experimentalismo é justificada pela autora pelo fluxo mercantil de que, quanto maior o tamanho e a capacidade produtiva das empresas, mais chances de arriscar e fazer uma testagem com novos produtos.

Nesse sentido, Morais (2020) cita como exemplo os investimentos feitos de streaming no Brasil, principalmente no ramo de entretenimento. O principal deles é o Globoplay, pois, se por um lado a TV aberta segue recorrendo a formatos tradicionais, como telenovelas, as plataformas digitais se dedicam para trabalhar com novos diretores e novos formatos para séries e narrativas audiovisuais.

Essas possibilidades de experimentações também propiciam, conforme Morais (2020), que a produção, distribuição, circulação e consumo seja feita de modo transnacional. Como consequência da sociedade globalizada, há um intercâmbio cultural, esse, aliás, é um conceito que será trabalhado mais adiante nessa pesquisa. Por conta da amplitude desse fenômeno, Morais (2020) entende que o campo científico precisa estar acompanhando as tendências da indústria da mídia, bem como as atualizações dos seus processos criativos, técnicos, regulatórios e de todo o sistema mercantil que está envolvido nessa relação políticae econômica.

Trazendo mais uma vez para o tema em questão dessas pesquisas, a transmissão de futebol por streaming no RS, cujo recorte é a FGF TV, se encaixa num contexto de experimentação midiática, mas que também agrupa tendências econômicas e políticas. Portanto, merece um aprofundamento e reflexões de que efeitos são produzidos na sociedade a partir desses processos midiáticos.

4.2 – Rompimento da TV Globo com a Libertadores

Após refletirmos alguns conceitos da economia política das mídias, vamos seguir adiante a episódios que aceleraram à disseminação das transmissões de futebol por streaming no Brasil. Um exemplo que merece destaque nessa pesquisa é o caso da Taça Libertadores da América.

Em 2020, o assunto de direitos de transmissão no Brasil se tornou efervescente a partir do polêmico rompimento da TV Globo com a Conmebol TV para exibição da Taça Libertadores da América, a principal competição do continente. Depois de mais três décadas, a tradicional emissora do país não transmitiria mais a competição. E isso envolvia um pacote pesado de jogos, pois, além da TV aberta, o acerto continha a grade da SporTV, que transmitia grandeparte dos jogos.

Em virtude do desacerto com o Grupo Globo, a Conmebol ficou com estes jogos vagos. E ainda por cima, veio uma pandemia que atrapalhou diretamente qualquer tipo de negociação para aquisição das competições na grade de programação. Com base nesse contexto, surge, então, a Conmebol TV, focada na transmissão dos jogos da Copa Libertadores da América, Copa Sul-Americana e Recopa Sul-Americana.

A Conmebol TV passou a ser oferecida como uma espécie de pay-per-view das competições organizadas pela Conmebol. Para viabilizar as transmissões, a confederação fechou uma parceria com a Band e criou um canal em setembro de 2020, suprimindo as partidas que seriam designadas para a TV Globo e SporTV. O pay-per-view da Libertadores passou a ser oferecido como pacote-extra na grade da programação da Sky, Net/Claro e DirecTV GO. E na TV aberta, viu os jogos serem transmitidos pela SBT.

A repercussão foi grande, ainda mais pelo fato de um poderoso conglomerado de comunicação do país perder os direitos de transmissão de uma

competição tão importante como a Libertadores. Houve nas redes sociais quem olhasse para esse episódio com um viés político, visto que apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro, comemoravam, nas redes sociais, cada campeonato que a Globo perdia os direitos. Vale lembrar que, posteriormente, também deixou de transmitir os campeonatos Paulista e Carioca. Por outro lado, foi comum detectar torcedores e apaixonados por futebol demonstrando estranheza que competições como essas, principalmente a Libertadores, sendo transmitidas em outro lugar e sem o modo de cobertura em que estavam acostumados.

O prestígio da emissora virou o jogo. Então, após quase dois anos, a Globo reconquistou os direitos de transmissão da Libertadores de 2023 a 2026. Conforme reportagem publicada pelo [Globoesporte.com](https://globoesporte.com)¹³, o canal ganhou o processo licitatório para exibir com exclusividade na TV aberta. Já na TV fechada e por streaming, a exibição ficará a cargo da ESPN e da Paramount.

Mas, para que conseguisse viabilizar o retorno da principal competição do continente, a Globo precisou atender algumas regras impostas pela Conmebol. A primeira delas diz respeito a jogos exclusivos. Com um pacote mais robusto, o Grupo Disney, responsável pela exploração da ESPN, terá o direito de escolher três partidas exclusivas da fase de grupos. E o outro ponto foi a rotação de times. Exemplo: se um jogo do Corinthians ou do Flamengo for exibido pela emissora, na rodada seguinte terá que transmitir a partida de outra equipe. Porém, a TV Globo conseguiu com que suas transmissões fossem feitas às quartas-feiras, às 21h30min, aos moldes como estava ocorrendo com a SBT.

Em relação à Copa Sul-Americana, a transmissão da TV aberta ficou com a SBT e na fechada e por streaming, com a ESPN e a Paramount. A One Football também comprou o direito para exibir os melhores momentos de jogos da Libertadores e da Sul-Americana.

Por mais que a Globo tenha reconquistado os direitos de transmissão, sem o pacote da TV fechada, o impacto desses últimos dois anos foi forte na organização da transmissão do futebol no Brasil. Nos estaduais, por exemplo, o Paulista migrou para a Record, HBO Max e YouTube. O Carioca, além da Record, passou a ter

¹³ GLOBOESPORTE, Redação. Globo vai transmitir jogos da Libertadores de 2023 a 2026, 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/negocios-do-esporte/noticia/2022/05/12/globo-vai-transmitir-jogos-da-libertadores-de-2023-a-2026.ghtml>. Acesso em 4 de setembro de 2022.

transmissões por streaming, inclusive, na rede social Twitch, conforme abordamos em capítulo anterior dessa pesquisa.

Ou seja, os reflexos foram fortes no mercado de transmissão, pois surgiram outras alternativas midiáticos que abrangem diversas formas de distribuição, canais e plataformas. Porém, esses processos percorrem, ainda, um caminho experimental, levando em consideração a força que ainda há da TV Globo, nas relações de poder, e a capacidade de reviravolta em situações adversas.

4.3 – Lei do Direito de Arena

Já que inserimos na discussão, teorias que direcionam para o aspecto econômico nos processos midiáticos, um elemento que foi importante para o avanço da transmissão de futebol por streaming no Brasil, bem como da rediscussão dos contratos televisivos foi a lei do mandante, que trata dos chamados Direitos de Arena.

No dia 24 de agosto de 2021, o Plenário do Senado aprovou o Projeto de Lei Nº 2.336/2021, que atribui exclusivamente ao clube mandante das partidas de futebol os Direitos de Arena, referentes à transmissão ou exibição dos jogos¹⁴. As informações têm como base reportagem feita pela Agência Senado. Essa aplicação, cabe salientar, tinha iniciado há dois anos, com a Medida Provisória 984/2020, aprovada pela Câmara dos Deputados, mas que acabou perdendo a vigência por não ter sido colocado em votação. Depois, o próprio Executivo elaborou um projeto de lei e enviou ao Congresso nacional, com regime de urgência. A proposta, aliás, teve como relator o senador Romário. Depois de aprovada, a matéria foi sancionada pela presidência e entrou em vigor a partir de 20 de setembro de 2021.

Conforme a publicação da Agência Senado, as mudanças previstas no projeto foram feitas na Lei Pelé (Nº 9.615, de 1998), principal normativa que rege o futebol brasileiro. Até então, a normativa previa a divisão dos direitos de imagem entre o dono da casa (o mandante) e o adversário (o visitante). A partir da alteração feita, a emissora de TV ou rádio interessada em transmitir passou a ter a autonomia de negociar apenas com o time mandante, e não mais com os dois.

¹⁴ SENADO, Agência. Senado aprova projeto de lei do mandante para transmissões, 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/08/24/futebol-senado-aprova-projeto-da-lei-do-mandante-para-transmissoes>. Acesso em 14 de junho de 2022.

Mas o que mais impactou foi o acréscimo que não existia: o próprio clube mandante passou a ter autorização para transmitir o evento, abrindo, assim, uma nova possibilidade de fonte de receita, principalmente para clubes menores e divisões inferiores, que não costumam ter cobertura dos grandes meios de comunicação.

A prerrogativa de exclusividade permite, ao clube mandante, o direito de negociar, autorizar ou de proibir a captação, fixação, emissão, transmissão, retransmissão ou reprodução de imagens do evento esportivo. Em casos que não haja uma definição do mando de jogo, a lei que entrou em vigor prevê que a transmissão ficará a mercê da anuência dos times participantes. Contudo, a regra não se aplica a contratos que tiveram os direitos de transmissão celebrados antes da alteração da legislação ter entrado em vigência.

Com toda movimentação que houve no início da pandemia, os entraves da TV Globo com direitos de algumas transmissões e o investimento de plataformas de streaming para transmitir futebol, a pressão dos clubes e federações sobre a política brasileira foi forte. Dessa forma, a legislação do Brasil precisou se atualizar e dar respaldo para que novos modelos e oportunidades surgissem para transmitir futebol. Se os impactos dessas atualizações serão positivos ou negativos, isso é o futuro que responderá. E esta pesquisa em questão, traz à tona todos esses acontecimentos, como forma de reflexão e para formulação de novos questionamentos.

4.4 – O sujeito enquanto protagonista do que assiste

As mudanças no mundo, ocasionadas pela adesão às plataformas digitais, obrigam um entendimento mais amplo dos saberes, como forma de unir as forças do conhecimento e sair de “dentro da caixa”. Aliás, os conhecimentos não são isolados, mas sim, complementados. Nesse contexto, pode-se fundamentar tal caminho com as produções elaboradas por Alberto Efendy Maldonado (2002), quando aponta sobre a passagem da cultura mecânico-instrumental/positivista para uma cultura de informação/conhecimento e experimentação. Nesse sentido, os desafios epistemológico e metodológico direcionam para a necessidade de estratégias ainda mais vastas.

Mas como isso é possível se, ao longo das décadas, o futebol foi dominado pelos meios mercantis das mídias tradicionais? Isso é bem verdade, mas vamos chegar lá. Creio que o exemplo mais prático a ser utilizado, dentro do contexto brasileiro, foi a dominância da TV Globo com a transmissão das principais competições, desde os campeonatos estaduais, nacionais, continentais e internacionais. Alguns deles, inclusive, com exclusividade. A força e controle da audiência se tornou tão forte que a empresa ganhou poder de influência financeira no Brasileirão, com a negociação de repasses em dinheiro para os clubes, conforme critérios adotados pela audiência; e da definição dos horários dos jogos, de acordo com a grade de programação do canal.

A situação perdurou por décadas, mas, nos últimos cinco anos, a partir de uma acentuação elevada no período de pandemia, uma revolução passou a tomar conta no entendimento dos direitos de transmissão de futebol no Brasil. Isso por meio da revolução digital e da possibilidade que se abriu para clubes, federações e demais organizações serem protagonistas de suas transmissões. Esse foi um dos caminhos explorados pela internet.

As experimentações que estão sendo feitas com as transmissões de futebol por streaming, associadas ao fato de clubes e federações estarem criando seus próprios meios de transmissão, podem ser fundamentadas com manifestações já publicadas por Armand Mattelart (2002), quando relata que essas mudanças têm sido essenciais para a transformação dos padrões de produção cultural (leia-se assistir futebol).

Contudo, até o presente momento, por maior que seja o espaço que tais plataformas ganharam no universo digital, é inegável o quanto os grandes meios de comunicação ainda detém do poder, não somente do futebol em si, mas de todas as demais relações políticas e econômicas que circundam o jogo. Por isso, Mattelart (2002) adota um discurso cauteloso, reforçando que os sistemas controlados pelos meios de comunicação, anteriormente estruturados no século XX, ainda detém o poder hegemônico do cenário mercantilista.

Porém, metaforicamente falando, por mais “alta que seja a escada”, sempre há um primeiro passo. E considerando o discurso que Mattelart (2002) fez de que, ser por um lado, há uma revolução digital existente, e que, por outro, os grandes meios de comunicação ainda detém da hegemonia, as chances se tornam abertas para modelos alternativos de negócio.

Pelo fato do streaming ser desenvolvido num ambiente tecnológico, podemos encaixar nossa linha de raciocínio, também, nos conceitos relacionadas à tecnocultura. Para isso, a pesquisa apoia-se em Lucia Santaella (2012), que sintetiza que, quando há um processo de surgimento de tecnologias da comunicação, o formato que era utilizado anteriormente não é eliminado; pelo contrário, há um efeito de composição em que ela classifica como “cultura hiperhíbrida”.

Se relacionarmos essa ideia com as transmissões de futebol no Brasil, tema dessa pesquisa, a situação é idêntica. Por mais que sejam mídias e modelos novos de comunicação, a TV jamais deixou de se reinventar após ter saído transmissão analógica; quando ampliou para o sistema pay-per-view e quando chegou ao modo de exibição por streaming; mas tudo isso ocorreu sem que fosse deixada de lado a essência de transmitir informação por meio dos recursos de áudio e vídeo.

A diferença é a abertura que esse fenômeno gera de possibilidades ao consumidor, de escolher o que vai assistir e em que momento; com isso, fica livre para montar seu próprio ambiente televisivo. A ideia tem uma correlação com as análises feitas por Robin Mansell (2009), que classifica esse tipo de movimento de raciocínio mercadológico como “self-serving”, em que os indivíduos assumem suas responsabilidades na interação online. Ou seja, o antigo receptor passa a ser tornar o protagonista.

No caso das plataformas de streaming que foram contextualizadas ao longo dos capítulos, em termos de funcionamento, pode-se constatar essa opção de escolha que o usuário detém. Há campeonatos que contam com mais de uma plataforma, com diversos jogos ao mesmo tempo. Além disso, o vídeo da partida pode ficar armazenado na plataforma, assim, o usuário tem a possibilidade de voltar e assistir novamente quando quiser e o trecho da partida que desejar. Esse modo de ver futebol, articulado por dispositivos móveis, adota o mesmo critério que há para assistir a um filme, visto que a operacionalidade é a mesma das plataformas de entretenimento.

Entretanto, há um custo para tudo isso. A variedade para escolha também representa uma distribuição mais ampla das competições. Fãs aficionados precisam desembolsar um valor maior para conseguir acompanhar tudo que desejam, ainda que esteja crescendo o movimento de adesão de transmissão gratuita em redes

sociais, como YouTube, TikTok e Twitch, conforme já abordamos. Contudo, é um mercado que ainda passa pelas devidas experimentações.

4.5 – Atualização do Real/Virtual nas transmissões de futebol

Essa pesquisa não busca mergulhar com mais profundidade nos pensamentos do filósofo francês Henri Bergson (1859-1941). No entanto, a intenção de tratar brevemente sobre o Real x Virtual tem como propósito apenas fundamentar o modo como pensamos às transformações das transmissões de futebol no Brasil, que foram trazidas, nesse trabalho, desde o surgimento do rádio até o streaming, que é o estágio atual.

Na obra “O Pensamento e o Movente”, republicada pela Martins Fontes, em São Paulo, Bergson (2006) desconstrói a forma de pensar o presente como algo real e o futuro como algo possível. Na sua argumentação, o tempo também perde suas características de duração e tudo passa a integrar uma linha reta, mediante o pensamento da Intuição. E assim, o filósofo realoca o problema entre atual e virtual.

Em poucas palavras, a filosofia de Bergson (2006) classifica o atual como aquilo que dura e o virtual como aquilo que se atualiza. Em determinados momentos, o real e o possível se assemelham, como se o possível fosse reflexo da própria realidade. E todo o antigo problema estaria inserido na atualidade da duração. Ou seja, tudo estaria atrelado ao presente.

No caso do atual/virtual, Bergson (2006) argumenta que ambos coexistem. Se o passado está conectado com o presente, o pensamento do filósofo é que a existência de ambos é convergente. A atualização existe, mas o virtual continua, sem oposição nenhuma. Consequentemente, tanto o virtual quanto o atual são reais, seguindo a óptica de Bergson (2006).

Mas por qual motivo, trago a discussão do real/virtual para essa pesquisa? Para justificar o porquê utilizo o termo “reconfiguração” no título desse trabalho. Quando trato a respeito de transmissões de futebol por streaming, desde o primeiro capítulo, relacionei com o rádio e a TV tradicional. O que quero dizer? Que na comunicação nada é novo. Tudo se transforma e se atualiza.

Atualmente, os podcasts são tendências do mercado. Mas não seria, este, apenas uma atualização do formato do rádio, com meios e linguagens diferentes? Partindo desse exemplo radiofônico, também consideramos a transmissão de futebol

por streaming como uma atualização das transmissões que já eram feitas, nas últimas décadas, na TV tradicional.

E assim foi a Comunicação, desde a Pré-História, com as gravuras nas cavernas, até a Era da Informação, com armazenamentos chamados de nuvens e metaversos. Porém, tudo está no presente. Assim, pensamos os processos midiáticos que envolvem essa pesquisa, e por essa razão, discorreremos brevemente sobre a filosofia de Bergson.

4.6- Plataformas e plataformização na expansão das territorialidades futebolísticas

Pelo fato das transmissões de futebol serem realizadas em plataformas na web, também podemos tecer nossa percepção agregando conceitos de plataformização na web, pois é o ambiente virtual e a estrutura que abriga todos esses processos midiáticos e, também, socioculturais, como já evidenciamos anteriormente, considerando os efeitos da transmissão de futebol na sociedade.

Nesse sentido, pode-se relacionar essa pesquisa com conceitos discorridos por Thomas Poell; David Nieborg; José Van Dijck (2020), quando apontam que as plataformas de mídias sociais podem ser compreendidas a partir do entendimento de que funcionam como infraestrutura de dados, cujo propósito é hospedar conexões computacionais e econômicas, de forma associada a conteúdos, que são desenvolvidos por empresas, anunciantes e produtoras de conteúdo.

Dessa forma, acrescenta-se citações já feitas pela autora Anne Helmond (2015), que caracteriza o efeito de plataformização como um “processo de emergência e consolidação das plataformas enquanto modelo econômico e infraestrutural dominante das redes sociais online”. Então, associando estes conceitos às transmissões de futebol, a explicação se direciona para um viés mais relacionada à estrutura e ao ambiente que é utilizado por estes canais e meios de comunicação. Mas não somente isso, as teorias aqui expostas também fundamentam a ideia de que a plataformização na web é, também, um movimento de processo midiático que tem como finalidade a estruturação de modelos econômicos, que, no nosso caso, se reconfigura nas transmissões de futebol por streaming no Brasil.

Prosseguindo com as teorias, Poell; Nieborg; Van Dijck (2020) apontam que os processos de plataformização se amparam em dimensões de desenvolvimento de infraestrutura de dados, a partir do entendimento dos critérios de conteúdo que pautam os dados comportamentais, o que acontece por meio de processamento algorítmico; e dimensão de mercado, com a abertura de negócios multilaterais, com transações entre usuários finais e terceiros, resultando num atrativo para todos envolvidos na cadeia produtiva que é formada ou na que pretende-se formar.

Nisso, os autores exemplificam o caso dos conteúdos gerados por um jornal, cujo objetivo é atrair leitores e anunciantes. Eles ofertam conteúdo aos usuários em plataformas, tais como Facebook, Twitter e Instagram. E elas, conseqüentemente, também acabam monetizando esses conteúdos, envolvendo-os com anúncios.

No artigo “plataformização da web à sociedade da plataforma: impacto da mediação digital na sociabilidade e subjetividade”, André Pecini (2018) trata com o tema com a noção de mudança de mediador no processo comunicacional. Novos atores passam a participar dessa reconfiguração. Com a criação de novas plataformas para transmissão de futebol, o fenômeno acarreta numa mudança do ambiente, cujos processos midiáticos alteram o formato de produtores de conteúdo e audiência; programador de aplicativos de celulares e consumidores, entre outras funções que variam conforme o segmento profissional que é explorado dentro da plataforma.

Mas, trazendo mais uma vez para o nosso contexto das transmissões de futebol em plataformas digitais, o trabalho de produção de conteúdo segue um modelo segmentado, ou seja, direcionado para um público específico, ao contrário da TV tradicional. O estilo é definido justamente pela opção de escolha que o usuário possui para assistir futebol, ou seja, levando em conta que ele se identificará com a plataforma ou canal que mais chega perto de suas preferências. E até nessa decisão, os algoritmos das plataformas trabalham na web para um direcionamento de conteúdo mais preciso.

4.7 – Eleven Sports: plataformização e a democratização midiática do futebol

Um dos fenômenos ocasionados pela plataformização das transmissões de futebol é a democratização midiática dos processos midiáticos que envolve o esporte. Até então, tínhamos focado em grandes conglomerados midiáticos e canais

de entretenimentos (filmes e séries) que ampliaram seus investimentos no Brasil e adquiriram conteúdos esportivos para terem suas próprias plataformas. Vamos, então, a um exemplo prático de plataformização na web.

Ao mesmo tempo que as grandes empresas exploraram a web, as ferramentas se incluíram às competições menores, que não detinham de uma visibilidade maior na TV tradicional. Para contar com uma transmissão na TV, equipes de divisões inferiores precisavam enfrentar equipes de porte de Série A de Brasileiro. Quem dirá ter transmissões dessas equipes. Porém, uma startup¹⁵ surgiu exatamente para suprir essa carência e aproveitar a brecha oportunizada pela web e pelo fenômeno de plataformização do futebol.

Este é o caso da plataforma Eleven Sports, que nasceu em 2015, em Zurique (Suíça), sob o nome de MyCuujo. O objetivo principal foi transmitir partidas de futebol pelo mundo que não possuíam a mesma visibilidade dos meios tradicionais. Para isso, estabeleceu parcerias com clubes e federações, que ficaram designados a realizar a transmissão, mediante uso da plataforma.

Conforme descrição no site oficial¹⁶, a Eleven Sports é uma startup fundada em Zurique (Suíça), pelos irmãos portugueses João Presa e Pedro Presa, com a proposta de oferecer uma plataforma de streaming para que clubes, ligas e confederações exibam seus conteúdos. Com a missão de se tornar a plataforma digital de futebol número um do mundo, pautado pelo “desenvolvimento sustentável à digitalização do esporte”, segundo consta no site, a Eleven Sports atinge o público de ligas secundárias, futebol feminino, futebol juvenil, futsal e, até mesmo, competições amadoras.

No Brasil, a Eleven Sports ganhou espaço, com a transmissão de campeonatos estaduais; Brasileirão Séries C e D; competições femininas; de categoria de base, entre outras. Alguns jogos são gratuitos para o público; para outros, há um ingresso virtual. Esse critério está submetido às decisões do usuário da plataforma, que pode ser o clube, confederação/federação ou a organizadora da competição.

No quesito econômico, os usuários da plataforma recebem parte da receita das inserções publicitárias que são feitas nas transmissões. Qualquer indivíduo pode

¹⁵ Modelo de empresa focada na solução de problemas na sociedade

¹⁶ ELEVEN SPORTS. 2022. Disponível em: <https://corporate.elevensports.com/>. Acesso em 19 de maio de 2022.

criar gratuitamente um canal pela Eleven Sports, ficando designado a fazer a transmissão dentro das configurações do estúdio online da plataforma. Então, além de propor um novo modelo de negócio para acompanhar futebol, a plataforma também serve para exposição de campeonatos que não tinham a mesma amplitude de mídia.

A ampliação do leque de competições oferecidas para serem assistidas vai ao encontro do conceito proposto por Maldonado (2013), quando se refere ao vasto campo de possibilidades que são geradas por essas mudanças em curso. Dentro desse processo, o próprio entendimento de televisão está sendo atravessado, da mesma forma com que aconteceu no rádio. E para que a discussão apresente evolução e novos caminhos, o pesquisador aponta a importância que há de fazer experimentações, a partir da absorção de processos diversos de conhecimentos, de modo que não se restrinja às limitações estruturais, comerciais ou burocráticas.

4.8– A regionalização do futebol gaúcho no streaming: o caso FGF TV

As experimentações que estão sendo feitas com as transmissões de futebol por streaming, associadas ao fato de clubes e federações estarem criando seus próprios meios de transmissão, podem ser fundamentadas com manifestações já publicadas por Armand Mattelart (2002), quando relata que essas mudanças têm sido essenciais para a transformação dos padrões de produção cultural e na forma de se assistir futebol.

Poucos olhos se direcionam para o interior do futebol gaúcho, mas, por trás de clubes que estão situados em divisões inferiores, há tradições, costumes e histórias que se misturam com a formação e a construção da identidade de um município. Pensando numa maior visibilidade aos clubes, mas que também atendesse os interesses econômicos que são necessários para viabilizar o trabalho, a Federação Gaúcha de Futebol (FGF) criou a FGF TV¹⁷. A plataforma funciona num formato de pay-per-view online, ao qual, em parceria com o Grupo O Bairrista, transmitiu todos os jogos da Divisão de Acesso, em 2021, fórmula que se repete em 2022.

Ao assinante, é disponibilizado dois planos: jogo individual (R\$ 19,90 cada) e todas as partidas da Divisão de Acesso (R\$ 79,90). Ao fazer o cadastro, o usuário

¹⁷ FGF TV. 2022. Disponível em: <https://fgftv.com.br/>. Acesso em 24 de maio de 2022.

tinha que sinalizar o clube do coração (um dos participantes da competição), e parte da receita seria direcionada para a equipe escolhida. Os moldes são semelhantes com o que já é realizado há alguns anos pelo Premiere F.C, com o Brasileirão Séries A e B. Posteriormente, a plataforma também estendeu às transmissões para a Copa FGF e Gauchão Feminino, mas, de forma gratuita no YouTube. Em 2022, também transmitiu os confrontos eliminatórios da Terceirona Gaúcha, que iniciou em julho desse ano.

O detalhe é que este modelo de se transmitir futebol não acarretou prejuízos nas mídias tradicionais. Até porque, esses clubes já não tinham espaço mesmo. Mas, a partir da iniciativa da FGF TV, passaram a ter sua própria ferramenta de streaming, gerando, assim, visibilidade midiática e uma alternativa de ampliação de suas receitas. Esse movimento de democratizar as transmissões de futebol no interior pode ser fundamentado com base em Efendy Maldonado (2012), quando aponta que a grande mídia continua apropriando-se de estilos, formatos, expressões, manifestações e realidades culturais em busca do lucro. Contudo, o cenário teve alterações, principalmente nas potencialidades de produção cultural.

A experimentação simbólica social hoje é possível e amplia-se com mensagens, símbolos e conjuntos de signos, dadas as condições tecnológicas e econômicas favoráveis. Há como realizar produções culturais transformadoras sem necessidade de ter grandes infraestruturas industriais, laboratórios caros e sofisticados e procedimentos intelectuais de circulação restrita (MASI, 2005).

4.9 – Os clubes como patrimônio imaterial de seus territórios

É inerente o legado que fica a partir desse movimento da Divisão de Acesso e das demais competições de menor porte obterem seu próprio streaming, tendo em vista que os jogos não possuíam visibilidade nos meios tradicionais. E quando se analisa a adesão das equipes, deve-se considerar não somente o viés econômico, mas a representação de cidades e times que contribuíram para a construção do Rio Grande do Sul e do futebol nele praticado.

Quando se cria um produto que contemple a transmissão das equipes do interior, o streaming não está apenas gerando imagens de equipes que compõem a segunda ou terceira divisão do futebol gaúcho. Há camisas centenárias, com histórias perpetuadas por várias gerações familiares. Nos dias atuais, muitos

torcedores apaixonados sentem a dor de não poderem mais frequentar os estádios das capitais de seus clubes do coração, em razão do alto valor dos ingressos e os custos que envolvem para assistir uma partida. Impacto financeiro, este, que se originou a partir da modernização dos estádios no Brasil, aos moldes de padrão- FIFA para a Copa do Mundo de 2014.

Cabe salientar, para fins de condução de raciocínio, que as transmissões de futebol por streaming são acessadas por dispositivos móveis em qualquer local que seja de preferência do usuário, desde que haja uma internet compatível para conexão da plataforma. Ainda é difícil precisar os efeitos que predominarão nas lógicas mercantis, visto que o processo ainda acontece de forma experimental no Brasil. Porém, é inegável que o consumo de conteúdo nessas plataformas só aumenta.

Nessa rápida linha de raciocínio, ainda introdutória nestes capítulos que compõem a pesquisa, pressupõe-se que há uma experimentação feita nas transmissões de futebol por streaming no Brasil, ao qual não se sabe se pode se caracterizar como uma nova alternativa de linguagem para os meios de comunicação ou se corresponde às ações da revolução digital, que pautam a ideia do sujeito ser o protagonista do que assiste, conforme fora exposto nas teorias deste capítulo. É o caso da Eleven Sports, que oferece uma infraestrutura para que clubes e federações de menor porte transmitam suas competições, e da FGF TV, que torna viável à visibilidade midiática dos times do interior gaúcho e, ainda por cima, oportunizam novas fontes de receita. A comunicação passa por significativas mudanças, e o esporte, por alcançar uma vasta camada popular da sociedade, se torna uma grande ilustração para que esse fenômeno seja compreendido e dissecado.

Capítulo 5: Problematizações metodológicas

Chegou a hora de detalhar qual é a minha proposta, como ela será realizada e com que critérios. Para isso, vamos voltar à problemática dessa dissertação, que é a seguinte: de que forma a cobertura midiática da FGF TV reconfigura as territorialidades do futebol gaúcho? Para fins de maior clareza, é recomendado que a proposta da pesquisa venha no começo, no entanto, precisei dedicar o primeiro capítulo para uma abordagem histórica, de modo que o leitor se situe a respeito da evolução que as transmissões de futebol tiveram para chegarem ao estágio atual, que é o contexto onde a FGF TV está situada. Dessa forma, o entendimento da relevância do tema fica mais nítido.

Com essa problemática levantada, outros questionamentos norteadores começam a surgir, tais como: Quais as diferenças da cobertura midiática da FGF TV em relação ao que já era produzido anteriormente? Que processos midiáticos participam dessa reconfiguração? Como as territorialidades do futebol gaúcho são apresentadas nessa cobertura midiática da FGF TV? Quais os discursos que são produzidos pelos sujeitos comunicantes envolvidos nessas transmissões?

São várias perguntas que surgem a partir das reflexões propostas ao longo da pesquisa, por isso, é preciso centralizar as ações, pois, do contrário, o leitor ficará confuso sobre qual caminho seguir. Por esse motivo, delineamos, como objetivo geral, demonstrar como a cobertura da FGF TV reconfigura as territorialidades do futebol gaúcho e que discursos os sujeitos comunicantes geram em sua participação nos processos midiáticos.

Para alcançá-lo, desmembramos cinco objetivos específicos: Contextualizar que tipos de visibilidades as transmissões da FGF TV proporcionam para as territorialidades do futebol gaúcho; Verificar que tipos de discursos são feitos pelos profissionais nas transmissões da FGF TV que visibilizam essas territorialidades; Identificar como é feita a interatividade dos torcedores e de que forma são inseridos nas transmissões; Registrar os discursos produzidos pelos sujeitos comunicantes que estão envolvidos na cobertura midiática e que papel assumem para a reconfiguração das territorialidades do futebol gaúcho; Sistematizar quais são as condições para que essas transmissões sejam realizadas dentro das territorialidades do futebol gaúcho que estão envolvidas.

Mas, antes de detalhar as nossas problematizações metodológicas, vamos explicar um pouco mais sobre a FGF TV e em que contexto da sociedade ela está inserida.

5.1 – A FGF TV

A Série A do Campeonato Gaúcho ocupa apenas três meses do calendário do futebol no Rio de Grande do Sul. Entretanto, era o único que contava com uma transmissão efetiva, que no caso, é feita pela RBS TV, SporTV e Canal Premiere. Mas e como ficava a Divisão de Acesso, que corresponde à segunda divisão? E a Terceirona Gaúcha? Há, também, a Copa FGF, competição que acontece no segundo semestre, reunindo clubes das três divisões estaduais. Mas e o Gauchão Feminino, como se posicionar nessa revolução das plataformas, levando em conta que há um cenário social dificultoso, em que se luta diariamente por maior espaço das mulheres no futebol? E as competições de base, que tem como propósito apresentar os futuros profissionais das equipes e, claro, também entregar valores éticos e morais aos jovens, transmitidos por meio do esporte?

Poucos olhos se direcionam para o interior, mas, por trás de clubes que estão situados em divisões inferiores, há tradições, costumes e histórias que se misturam com a formação e a construção da identidade de um município. Pensando numa maior visibilidade aos clubes, mas que também atendesse os interesses econômicos que são necessários para viabilizar o trabalho mercantil, a Federação Gaúcha de Futebol (FGF) criou a FGF TV. A plataforma funciona num formato de pay-per-view online, ao qual, em parceria com o Grupo O Bairrista, transmitiu todos os jogos da Divisão de Acesso de 2021, fórmula que se repetiu em 2022. O Bairrista, no caso, é o grupo de comunicação responsável pela estrutura e pela montagem da equipe de profissionais da transmissão (narrador, comentarista, repórter e cinegrafista)

Ao assinante, é disponibilizado dois planos: jogo individual (R\$ 19,90 cada) e todas as partidas da Divisão de Acesso (R\$ 79,90). Ao fazer o cadastro, o usuário tem que sinalizar o clube do coração (um dos participantes da competição), e, com isso, parte do valor pago é direcionado para o clube escolhido. Os moldes são semelhantes com o que já é realizado há alguns anos pelo Premiere F.C, com o Brasileirão Séries A e B. Posteriormente, a plataforma também estendeu às transmissões para a Copa FGF e Gauchão Feminino, mas, de forma gratuita no YouTube, sem a necessidade da assinatura. Em 2022, a FGF TV transmitiu, ainda, os confrontos eliminatórios da Terceirona Gaúcha.

Além de trazer uma visibilidade aos clubes que não existia (as tentativas anteriores foram feitas de forma amadora, muitas vezes, com apenas uma imagem de celular, sem narração), também gerou receita para as equipes, que como todos sabem, não dispõem dos mesmos privilégios que possuem os times dos grandes

centros e da capital.

O detalhe é que este modelo de se transmitir futebol não acarretou prejuízos nas mídias tradicionais. Até porque, esses clubes já não tinham espaço mesmo. Mas, a partir da iniciativa da FGF TV, passaram a ter sua própria ferramenta de streaming, gerando, assim, visibilidade midiática e uma alternativa de ampliação de suas receitas.

Apresentado o caso em que pretendemos debruçar nossos estudos, e reforçado quais são nossos objetivos e conceitos que nos ampararão nessa caminhada, toda articulação e desenvolvimento só poderão ser concretizados com métodos de pesquisa. Por isso, explicaremos, nesse capítulo, que trajeto estamos percorrendo para atingirmos nossos resultados.

5.2 – Transmetodologia para entender o desejo por assistir futebol

Esta pesquisa se preocupa com as transformações tecnológicas, a partir da inserção das plataformas de streaming nas transmissões de futebol no Brasil, mas com um movimento que considera as demais nuances na sociedade que estão envolvidas nesse processo midiático. Esta linha de pensamento é amparada na transmetodologia. Conforme Alberto Efendy Maldonado (2015), os processos históricos de mudança que acontecem no mundo, especialmente na América Latina e no Brasil, inspiram este caminho teórico-metodológico. Nesse sentido, uma das confluências citadas é a transformação tecnocultural na digitalização das condições de produção e dos meios de comunicação social. Levando para um contexto mais amplificado, a transmetodologia busca problematizações teóricas que relacionem outras dimensões dos campos do saber e que questionem o instrumentalismo de resultados prontos.

Dentro desse contexto, segundo Maldonado (2015), a perspectiva transmetodológica tem como finalidade uma produção de conhecimento crítico/estratégico de forma transdisciplinada. No caso, o método parte da premissa que a investigação científica em comunicação exige uma estruturação múltipla e mista. Ou seja, além do método de origem, há um entendimento que as lógicas, teorias, estratégias e demais avanços que são utilizados para estruturação da pesquisa devem ir mais além.

Partindo desse princípio, Maldonado (2015) aponta que a transmetodologia leva em consideração conhecimentos socioculturais, que muitas vezes, são provenientes de origens seculares. Esses conhecimentos são dialogados dentro da construção da pesquisa e servem para compreensão de problemáticas

sociocomunicacionais profundas. Como forma de exemplo, o pesquisador cita as matrizes milenares simbólicas e a forma como se atualizam, se reconstituem e se transformam nos ambientes digitais. São matrizes culturais que estão marcadas no mundo dos usuários.

É nesta diversidade e pertinência que a transmetodologia se inter-relaciona, aproxima e se torna adequada, operativa e cooperativa com as linhas de investigação que buscam a mudança, a transformação sociocultural, acadêmica e de formas de vida. Concebe-se como uma epistemologia crítica (definição que o formalismo e a vulgata gramatical considerariam tautológica) que configura pensamento, conhecimento, experiência, projetos e programas de ação para transformar o mundo. Na perspectiva da cidadania comunicacional a prática transmetodológica contribui para ampliar a concepção de cidadania (em construção) como um campo de pesquisa, empírica e teórica, crucial para a configuração de pensamentos que possibilite compreender e trabalhar com as revoluções tecnológicas contemporâneas e as mudanças socioculturais estruturadas na atualidade. Os aspectos jurídicos, políticos e sociais [da cidadania] precisam afinar-se com os componentes comunicacionais de sua constituição. Na fase atual, em que cada vez mais as pessoas se tornam e têm a possibilidade de serem produtoras de signos que circulam de maneira abrangente, diminuiu significativamente o empecilho técnico para divulgar mensagens para milhões de pessoas, a potência de transmissão não requer de custosas e poderosas antenas; hoje a circulação depende mais de aspectos culturais para estabelecer pactos de comunicação, nexos de leitura, hábitos culturais, vínculos e reconhecimentos simbólicos (MALDONADO, 2015, p.722-723).

Para Jiani Bonin (2008), os pesquisadores possuem o papel de compreender a problemática de entender como a midiatização opera nas mais variadas esferas e, como consequência, as transformações socioculturais que são provocadas por este fenômeno. Para isso, Bonin (2008) ressalta que os pesquisadores do campo da comunicação são desafiados a produzir conhecimento que auxiliem na compreensão desses fenômenos, como as transformações socioculturais ocorridas, o ecossistema midiático, as configurações espaciais e temporais das sociedades, entre outros processos que são ocasionados.

Trazendo esses conceitos para o tema dessa pesquisa, a transmetodologia é aplicada quando se tenta compreender a transmissão de futebol por streaming no Brasil dentro de um contexto mais amplo. Conforme já citado nos capítulos, a intenção é que os conceitos de comunicação dialoguem, também, com os de economia, sociologia e antropologia, partindo da premissa que o futebol é mais do que um esporte, mas uma forma de manifestação cultural carregada de valores e símbolos junto à sociedade. Para esse entendimento mais amplo, que contemple diversas artes do saber, a transmetodologia é um método que considero como oportuno a ser utilizado.

Trazendo para o contexto da FGF TV, o raciocínio dessa pesquisa tenta direcionar o leitor para um caminho que consiste em enxergar a transmissão de um

jogo de futebol no interior gaúcho não somente como um processo midiático. É claro que este é o elemento central, até porque, esta é uma pesquisa de Comunicação, contudo, os objetivos vão mais além. Mais uma vez, quando me refiro a essas transmissões, meu entendimento é que não são apenas equipes de futebol, mas sim, matrizes culturais e territorialidades que estão atravessadas por essa disputa esportiva.

Toda construção histórica, social, cultural e simbólica das cidades que estão envolvidas, das pessoas que ali assistem, precisam ser levadas em conta. E assim, tentamos fazer esforços para entender o quanto o futebol tem de relevância nesse contexto macrossocial. Para isso, precisamos dialogar, simultaneamente, com a comunicação, antropologia, sociologia, história, geografia, entre outras áreas de conhecimento. E é por essa razão que essa pesquisa necessita do uso da transmetodologia.

5.3– Artesanato metodológico na pesquisa nas transmissões por streaming

Para contextualizar plataformas de streamings, que têm como propósito competições menores, as ditas “alternativas”, ou de clubes e federações que criam suas próprias formas de transmitir futebol, a pesquisa pode-se apoiar nos conceitos elaborados por Charles W. Mills (2009), em “Do Artesanato intelectual”. Para expor suas ideias, o autor, que como já sugere o nome da obra, faz uma analogia com o artesanato, como modelo idealizado de satisfação no trabalho. Nesse quesito, cita seis características principais do que considera como trabalho artesanal: a falta de motivo velado em ação além do produto que é feito e dos processos de criação; os detalhes do trabalho diário serem significativos por não estarem dissociados do produto; a liberdade para controlar sua própria ação; a liberdade para aprender com seu trabalho e para desenvolver capacidades e habilidades.

O ato de elaborar meios próprios de transmissão de futebol no interior, de uma forma profissionalizada, carrega um propósito além do lucro. Um projeto dessa magnitude visa reconfigurar as territorialidades do interior gaúcho e oportunizar espaços midiáticos que, até então, não eram abertos pelas mídias tradicionais. Ou seja, há um propósito e uma causa em jogo, o que torna, também, um trabalho artesanal.

Mas esse é apenas um motivo para que essa dissertação utilize o livro de Charles Mills (2009) como um embasamento que norteie minhas problematizações metodológicas. A outra razão é para reiterar o estilo de escrita desta pesquisa. Para quem se atentou na introdução, destaquei duas características que seriam

encontrados ao longo da jornada: o texto em primeira pessoa e a influência dos elementos pessoais e profissionais para compreensão do tema que é alvo desse estudo.

Nesse sentido, Mills (2009) afirma que os mais admiráveis pensadores da comunidade acadêmica não separam seu trabalho de suas vidas. Antes de chegar a esse segundo capítulo, que explica as problematizações metodológicas que me conduziram no desenvolvimento da pesquisa, apresentei um primeiro capítulo com viés histórico das transmissões de futebol no Brasil. Com isso, percebe-se o valor que dedico ao empirismo para compreensão do mundo e, até mesmo, das teorias da comunicação. E lá na introdução, justifico minha formação como jornalista, concomitante a de pesquisador, influenciada pelo convívio diário das redações e suas lógicas operacionais. Além disso, também é possível elencar a paixão pelo esporte como justificativa pela escolha do jornalismo esportivo em minha vida. Nisso, os argumentos de Mills embasam a forma como penso a narrativa dessa pesquisa.

O artesanato é o centro de você mesmo, e você está pessoalmente envolvido em cada produto intelectual em que possa trabalhar. Dizer que você pode 'ter experiências' significa, por exemplo, que seu passado influencia e afeta seu presente, e que ele define sua capacidade de experiência futura (MILLS, 2009, p. 22).

Um texto mais personalizado e dialogado é apenas um exemplo para as reflexões que Mills (2009) levanta. Uma delas carrega um tom de crítica, quando se refere à linguagem utilizada nas pesquisas de ciências sociais como uma “prosa empolada e polissilábica”.

Uma prosa empolada e polissilábica parece prevalecer nas ciências sociais. Suponho que os que a usam acreditam que estão imitando a “ciência física” e não percebem que grande parte dessa prosa não é totalmente necessária. De fato, foi dito, e com razão, que há “uma grave crise na capacidade de ler e escrever” – uma crise com que os cientistas sociais estão muito envolvidos. Podemos atribuir essa linguagem peculiar ao fato de que questões, conceitos e métodos profundos e sutis estão sendo discutidos? Se não, quais são as razões para o que Malcolm Cowley chama apropriadamente de “sociologuês”? Ele é realmente necessário para seu trabalho? Se for, não há nada que você possa fazer a respeito; se não for, como pode evitá-lo? (MILLS, 2009, p. 48-49).

A intenção de levantar essa discussão não é classificar o “certo” e o “errado”. Apenas, tecer reflexões em relação à escrita acadêmica. Inclusive, neste mesmo livro, Mills (2009) cita que pesquisadores são taxados, dentro de alguns círculos acadêmicos de escrever como um “mero literato” ou um “mero jornalismo”. É claro que os objetivos de um artigo científico são diferentes de uma reportagem jornalística, bem como seu público-alvo. No meu caso, trago raízes das redações, que primam pela

objetividade no texto e linguagem simples, salvo reportagens temáticas que sejam, propositadamente, mais aprofundadas.

Por isso, mesmo que não se consiga em sua totalidade, e que, por alguns momentos, seja necessária uma densidade maior na articulação das ideias, tento escrever uma pesquisa que possa ser entendida tanto pelo acadêmico nato quanto pelo público externo. Até porque, presume-se que uma pessoa que se dedique a abrir um banco de dados acadêmico, de duas, uma: ou já está inserido nesse ambiente e busca textos afins ou não está no ambiente, mas tem proximidade com o tema. Mas, quanto maior clareza na explicação, melhor os resultados. Assim entendo e assim eu tento. Talvez nem sempre consiga da melhor maneira, mas é que busco. “A habilidade de escrever está em fazer o círculo de sentido do leitor coincidir exatamente com o ato de escrever de tal maneira que ambos se coloquem no mesmo círculo de sentido controlado (MILLS, 2009, p.51).

No livro “O tempo vivo da memória: ensaios de psicologia social”, Ecléa Bosi (2003) traz outra reflexão que me inspira para o método textual desse trabalho. Aliás, como já sugere a transmetodologia, que considera outros campos do saber para compreender, também, os processos midiáticos. Trazendo esse viés psicológico, Bosi (2003) defende a ideia de que a maioria dos seres humanos guarda “estampada os dias da meninice” além do que propriamente se crê. E que as pessoas que decidiram conservar as vivências, pensamentos, lembranças e ideias da época da “meninice” estão propícias a serem mais serenas, com maior vivacidade e capacidade de agradar. Trazendo para o contexto dessa pesquisa, faço uma alusão da fala de Bosi (2003) com a expressão citada pelo jornalista Mauro Cezar Pereira e citada Paulo Vinícius Coelho, o PVC (2017), sobre o “garoto de 12 anos”:

O garoto de tem tempo de sobra e, quando gosta do assunto, dedica-se a ele em tempo quase integral. Ouve todos os programas, assiste a tudo o que a TV apresenta, lê todo o noticiário dos jornais, acompanha tudo pela internet. Pergunte a um garoto de 12 anos o que você quiser saber sobre o time dele. Ele lhe dará o calendário, os próximos jogos, a partida que passou, o último reforço, os desfalques para a próxima rodada. Se for apaixonado, o garoto de 12 anos certamente já decidiu o que quer ser quando crescer: jogador. Mas, claro, existe a possibilidade de o menino não jogar nada bem, o que fatalmente o fará começar cedo a pensar em uma opção. Na cabeça de muitos profissionais que hoje atuam com esportes, foi

nessa faixa etária que passou pela primeira vez a ideia de virar jornalista de esportes (COELHO, 2017, p.39-41).

Essa inspiração que trago para escolha do tema das transmissões de futebol não tem influência apenas de conhecimento. É uma decisão que carrega vivências, paixões e subjetividades que provém lá da infância, quando eu era esse menino de 12 anos, que acompanha todos os programas esportivos que fosse possível e estava atento a toda informação que fosse produzida do meu time de coração. Nos dias atuais, todo esse legado vivido pelo menino de 12 anos influencia o profissional que sou e as decisões que tomo, desde a atuação diária no mercado de trabalho até a óptica da abordagem acadêmica.

Então, retornando ao contexto do tema dessa pesquisa, o surgimento de projetos de transmissões independentes pode ser considerado um trabalho artesanal, por não estar ligado ao que os grandes conglomerados de comunicação estipulam como padrões. E trabalhar como uma forma personalizada de escrita é também conectar a si mesmo, como já sugere o artesanato intelectual. Esse é o método que utilizo na escrita dessa dissertação.

5.4– Pesquisa exploratória das transmissões de futebol

Antes de desenvolver o tema desta pesquisa, o primeiro passo é checar se ele é viável e se há informações, publicações e discussões a respeito do assunto que sirvam como respaldo. Esse processo é classificado como pesquisa exploratória. De acordo com Luís Sá Martino (2018), trata-se de uma atividade preliminar que beira a uma “pré-pesquisa”, com o intuito de verificar se a ideia é boa o suficiente para ser desenvolvida.

Conforme Martino (2018), a intenção é realizar um mapeamento prévio do assunto a ser explorado e, principalmente, se há chances de o objetivo ser alcançado. E para saber se o estudo é viável, a única forma indicada pelo autor é o próprio ato de pesquisa. No caso do tema das transmissões de futebol por streaming, este foi o pontapé inicial do trabalho.

O primeiro passo foi a minha paixão pelo futebol e a curiosidade que aguçou a partir das reformulações que os direitos de transmissões e os formatos tiveram com a pandemia. Desde o início do Mestrado, também gostaria de trabalhar com um

tema que tivesse inovação dentro da linha dos processos midiáticos. Mas, para ter a certeza que o tema era viável, iniciei um mapeamento.

Por se tratar de um assunto novo, ao menos em solo brasileiro, detectei pouco material teórico específico, mas, bastante conteúdo empírico, que no caso são as reportagens e artigos publicados em portais esportivos. Tanto que, quem for ler minha proposta de qualificação, pode perceber que grande parte da argumentação é baseada em reportagens, eis, aqui, a minha essência como jornalista e de quem vive diariamente o ambiente de uma redação desde os 19 anos.

5.5– Pesquisa bibliográfica sobre transmissões de futebol

A definição de Martino (2018) para pesquisa bibliográfica é simples e direta. Trata-se de um processo que é feito integralmente a partir de leituras sobre o tema em questão. Basicamente, seria o levantamento de tudo que vem sendo pesquisado sobre o assunto e, depois, sistematizar linhas de respeito sobre.

No caso desse trabalho, a pesquisa bibliográfica se desenvolveu na fase de levantamento teórico que foi utilizado para fundamentar minhas análises, argumentos e materiais empíricos que foram coletados, desde o primeiro capítulo até a análise das transmissões da FGF TV.

5.6– Pesquisa empírica das transmissões de futebol

Por falar em empírico, na concepção de Martino (2018), é a forma de pesquisa utilizada para estudar fenômenos reais, concretos, sempre com dados obtidos com base em documentos ou trabalho de campo. Em linhas gerais, o autor destaca que o termo “empírico” remete ao objeto da pesquisa, quando o trabalho se desenvolve em torno de uma situação concreta ou um fenômeno real, e não uma teoria ou um conceito, como decorre na pesquisa teórica.

Se levar em consideração a estrutura dessa dissertação, minha pesquisa se ampara totalmente em situações empíricas. Tanto que, na maior parte do desenvolvimento dos capítulos, utilizei dados concretos, baseados em notícias publicadas em portais de notícias esportivos, e casos históricos envolvendo as transmissões de futebol. Aliás, toda e qualquer pesquisa minha sempre constitui com um objeto empírico, conforme já expliquei anteriormente, decisão esta que

possui raízes com minha formação profissional e a relação pessoal que exerço com o tema dessa pesquisa.

5.7– Pesquisa qualitativa para entender o futebol

Ainda conforme as explicações de Martino (2018), as pesquisas qualitativas estão preocupadas em compreender os significados que estão presentes nas ações humanas. Por isso, o critério adotado é pela subjetividade que há no conteúdo, sem qualquer tipo de prova matemática ou estatística para descrever um comportamento. Aliás, de acordo com o pesquisador, a imprecisão é uma característica própria da pesquisa qualitativa, visto que não dá para reduzir as atitudes a uma única constatação, conforme dedução do autor.

Nesse sentido, Martino (2018) cita que as ações e comportamentos humano estão ligadas a diversos fatores, sendo que muitas vezes mal se sabe o porquê de fazermos ou deixarmos de fazer algumas coisas. No caso do tema dessa pesquisa, há uma busca ou intenção de explicar as causas para que o futebol tenha tanta audiência e o porquê dele ser tão importante, a ponto das transmissões de futebol terem se atualizado para plataformas de streaming e abrangidos diversas territorialidades.

E o único caminho para tentar compreender esses aspectos é utilizar da subjetividade e de sentimentos humanos, como a paixão, para entender o mundo. Até porque já deixamos claro, em citações anteriores, que acreditamos no futebol com um papel muito mais do que uma modalidade esportiva, mas sim, como uma manifestação cultural e uma matriz cultural. E os diversos exemplos empíricos que trazemos ao longo dessa pesquisa evidenciam e fundamentam tal argumento.

5.8– Análise de discurso das transmissões de futebol por streaming

Por fim, elencamos como método para desenvolvimento dessa pesquisa a análise de discurso, ou como é conhecida dentro do campo acadêmico, a “Análise de Discurso Francesa”. Conforme Martino (2015), trata-se de um conjunto de teorias a respeito de linguagens, cujo objetivo é compreender como os discursos produzem sentidos num contexto social e o quanto influenciam na circulação. A análise, neste caso, considera quem, como e o que é dito.

O modo como falamos não é único: meu jeito de falar está ligado às pessoas com as quais me relaciono, seja na esfera pessoal, seja no mundo profissional. Esse “jeito” está ligado ao meio no qual nossa conversa acontece – condições históricas, atravessadas por questões políticas, culturais e sociais nas quais a linguagem é produzida (...) O uso da língua é intermediado pelas condições sociais de uso, formando o discurso. Isso vai além da fala e da escrita: utilizar um discurso é também pensar a partir dele. O discurso mostra as concepções de mundo de alguém; o jeito como falamos e escrevemos mostram como pensamos e onde nos encaixamos na realidade. Um dos objetivos da análise é encontrar esses elementos no discurso” (MARTINO, 2015, p.66).

Os resultados que se busca nessa pesquisa exige a utilização da Análise de Discurso, pois, nosso propósito não é verificar apenas as questões midiáticas que estão atravessadas nessa reconfiguração das transmissões de futebol por streaming, a partir do caso da FGF TV. Nossos esforços se concentraram a ir mais além e verificar que reconfiguração houve nas territorialidades do futebol gaúcho que estão envolvidas nessas transmissões, pois, conforme já explicamos, entendemos que os times vão além da questão desportiva. São representações simbólicas que carregam matrizes culturais de seus povos e cidades. Por isso, precisamos verificar que tipo de discurso circula nessas transmissões.

Martino (2015) também acrescenta que, na análise de discurso, o indivíduo não é tratado como um indivíduo isolado, mas como alguém que possui uma história, uma trajetória social ligada a grupos e à sociedade. Quer dizer, ao mesmo tempo que possui suas características individuais este ser também é influenciado pelo coletivo e suas matrizes culturais. “O sujeito fala por si mesmo, mas, ao mesmo tempo, carrega consigo o discurso de suas relações sociais (2015, MARTINO, p.66).

Dentro da proposta dessa pesquisa, a análise de discurso será importante não apenas para relatar como funcionam as plataformas de streaming, mais especificamente, a FGF TV, mas também, compreender que tipos de efeitos foram ocasionados a partir dessa ampliação das territorialidades do futebol gaúcho na mídia que busca se verificar.

Capítulo 6: Análise de discurso das transmissões da FGF TV

Chegamos ao ponto principal da nossa jornada. Todo o desenvolvimento percorrido ao longo dos capítulos serviu para fundamentar a busca pela resolução da seguinte problemática: de que forma a cobertura midiática da FGF TV reconfigura as territorialidades do futebol gaúcho?

Como entendemos que os times vão além da questão desportiva, que são representações simbólicas dotadas de matrizes culturais, constatamos que seria necessário verificar que tipo de discurso circula nessas transmissões.

A parte histórica, as causas e os efeitos das transformações desses processos midiáticos junto à sociedade nós já detalhamos. Também aprofundamos o que era transmitido na mídia tradicional e o que deixava de ser transmitido. A partir dessa lacuna, relatamos, por meio de casos concretos, como esses fenômenos experimentais estão se articulando junto à sociedade e que impactos houve no quesito de Cidadania Comunicativa e de democracia midiática. Agora, vamos aos discursos emitidos nas transmissões da FGF TV em si.

6.1 – A escolha dos jogos

Para efetuar a análise de discurso, optei por selecionar quatro jogos, um para cada competição transmitida pela FGF TV. Esse foi o primeiro critério definido. O segundo critério foi envolver única e exclusivamente equipes do interior gaúcho, de modo que as territorialidades espalhadas pelo Rio Grande do Sul fossem exploradas em nossa análise. E o terceiro critério, a relevância do jogo: ou fosse válido pela semifinal, valendo vaga para uma divisão superior, ou fosse jogo de final, valendo o título da competição. Vamos lá:

O primeiro jogo a ser analisado corresponde à Divisão de Acesso, que é a segunda divisão no futebol gaúcho. No caso, é o confronto Lajeadense 1x1 Esportivo¹⁸, realizado no dia 10 de julho de 2022, num domingo, às 15h, na Arena Alviazul, em Lajeado do Sul. O duelo era o jogo de volta da semifinal e rendia vaga no Gauchão de 2023. Mas por que escolher uma partida da semifinal, e não da final? Justificamos com o uso do terceiro critério citado, o da relevância do jogo. Na Divisão de Acesso, as equipes finalistas apenas disputam o título, mas ambas já estão com a vaga garantida na edição do Gauchão do ano seguinte. Então, mesmo que uma equipe perca na decisão, o trabalho da temporada não é comprometido. Por isso, em termos de relevância, consideramos a semifinal com maior status do que a própria

final, além de ser duas equipes que representam territorialidades com destaque cultural e econômico no Rio Grande do Sul.

O segundo jogo a ser analisado corresponde à Terceirona, que é a terceira divisão do futebol gaúcho. No caso, é o confronto Bagé 1x1 Rio Grande¹⁹ (vitória por 5 a 4 do Bagé, nos pênaltis), realizado no dia 11 de setembro de 2022, num domingo, às 15h, no Estádio Bento Freitas, em Pelotas. O duelo era o jogo de volta da semifinal e rendia vaga na Divisão de Acesso de 2023. A escolha por uma partida semifinal tem o mesmo motivo que o critério que foi adotado com a Divisão de Acesso: por valer vaga na divisão superior, o duelo acabava sendo mais importante do que a própria final. E Bagé e Rio Grande são umas das equipes mais antigas do Rio Grande do Sul (o Rio Grande, inclusive, é mais antiga do Brasil em atividade; o Bagé carrega todo um aspecto da identidade fronteiriça), por isso, possuem territorialidades significativas e matrizes culturais solidificadas.

O terceiro jogo a ser analisado corresponde à Copa FGF, que é uma competição realizada sempre no segundo semestre e que contempla equipes das três divisões do futebol gaúcho. Dessa vez, o jogo escolhido foi o de ida da final. Apenas o campeão é contemplado com vaga para outra competição que, no caso, é a Copa do Brasil. Por isso, o duelo atende ao terceiro critério, o da relevância do jogo. No caso, a análise se direcionou para São Luiz 3x1 Passo Fundo²⁰, dia 5 de novembro de 2022, num sábado, às 19h, no Estádio 19 de Outubro, em Ijuí. O confronto de ida da final foi o escolhido por estar disponível no canal da FGF TV no Youtube – o confronto de volta não consta para acesso na plataforma. Novamente, territorialidades do interior gaúcho em busca de prestígio e visibilidade por conta da vaga na Copa do Brasil, ofertada como prêmio ao campeão.

E o quarto e último jogo a ser analisado integrou o Gauchão Feminino. A final, que foi um Gre-Nal, contou com transmissão da RBS TV em sinal aberto. Já os demais jogos tiveram a transmissão da FGF TV, via streaming. As duas semifinais envolviam Inter e Grêmio, então, para seguir o segundo critério dessa análise, que era contemplar exclusivamente o interior gaúcho, selecionamos o jogo que correspondeu à decisão do 3º lugar. No caso, Juventude 7x0 Elite²¹, realizado no dia 6 de novembro de 2022, num domingo, às 16h30min, no Estádio Alfredo Jaconi, em Caxias do Sul. O vencedor conquistava vaga no Brasileirão A-3, que é a terceira

¹⁸ FGF TV, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jWDDbcrwOrU>. Acesso em 18 de fevereiro de 2023.

¹⁹ FGF TV, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9KWIX0OvJhs>. Acesso em 19 de fevereiro de 2023.

²⁰ FGF TV, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JvtGOOfNsZGs>. Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

divisão nacional do futebol feminino. Essa informação justifica o terceiro critério da análise, que é a relevância do jogo. Além de explorar as territorialidades, o Gauchão Feminino também conta com a peculiaridade de servir como estímulo de engajamento social, no que se refere à luta por espaço das mulheres na sociedade e por condições iguais. Este é mais um elemento a ser considerado durante a análise de discurso.

É importante salientar que os quatro jogos selecionados para essa análise, tiveram transmissão gratuita no YouTube da FGF TV, via streaming. Ou seja, atende os critérios da democracia midiática. A única competição que continha um plano pago era a Divisão de Acesso que, conforme já explicado anteriormente, tinha como propósito destinar parte da receita arrecadada com as assinaturas para os clubes participantes. No entanto, as fases decisivas têm transmissão gratuita no YouTube e, também, no sinal aberto, pela TVE. Nesses quatro jogos da plataforma da FGFTV, o grupo de comunicação O Bairrista foi o responsável pela equipe de profissionais para a transmissão.

Definidos os quatro jogos, e justificado o porquê de cada escolha, vamos citar que tipos de elementos serão considerados na análise de discurso: informações históricas dos clubes e das cidades; dados e curiosidades sobre as competições; engajamento/interação dos torcedores no chat da transmissão; discursos e mensagens sobre o futebol praticado pelas equipes e das competições, pelos profissionais da transmissão (narrador, comentarista e repórter). Vamos, então, a análise de cada jogo.

6.2 – Divisão de Acesso – Lajeadense 1x1 Esportivo – Semifinal (volta) - 10/07/2022

Divisão de Acesso, como é conhecida popularmente, ou Gauchão A-2, que é a nomenclatura que a Federação Gaúcha de Futebol (FGF) tem adotado em documentos e publicações oficiais. É a segunda competição mais importante do futebol rio-grandense, no grau de hierarquia, reunindo 16 equipes que são distribuídas, na primeira fase, em duas chaves de oito. Os quatro melhores avançam para as quartas de final, prosseguindo os confrontos eliminatórios, até definir o campeão. Os dois finalistas garantem o acesso para o Gauchão, que é a primeira divisão. Já o último colocado de cada chave na primeira fase, o famoso “lanterna”, é

rebaixado para a Terceirona, a terceira divisão. Essa é a fórmula que tem sido adotada nas últimas temporadas.

No quesito territorial, trata-se da competição com maior distribuição de representatividades de regiões. Além disso, conta com diversas equipes tradicionais, que oscilam entre a primeira e segunda divisão ou que possuem histórico e tradição junto a suas cidades. Por isso, numa conjuntura técnica, costuma ser tratada pelos analistas.

Em síntese, esse é o cenário que circunda a Divisão de Acesso. Cabe salientar que o projeto da FGF TV nasce a partir da Divisão de Acesso, com o objetivo de cobrir os jogos e, a partir das assinaturas, gerar uma nova fonte de receita aos clubes participantes. Essa pesquisa não chegou a buscar a quantificação de valores financeiros, visto que nossos objetivos se concentram numa análise voltada para o discurso dessas transmissões e a relevância da plataforma para as territorialidades envolvidas. Porém, é um tema que pode ser pesquisado mais adiante.

Mas voltando para a discussão, a ideia surgiu em 2020, no entanto, a competição teve apenas três rodadas realizadas e foi cancelada, por conta da pandemia da Covid-19. E nos jogos que foram realizados, a FGF TV disponibilizou a plataforma em caráter experimental, sem a cobrança da assinatura. Mas a ideia foi retomada em 2021, e dessa vez, o plano concretizou-se. Posteriormente, a medida se repetiu em 2022.

Mesmo com uma plataforma de streaming, com a necessidade de assinatura, a FGF abriu, em 2021 e 2022, os jogos das semifinais e final para uma transmissão gratuita. Na TV aberta, pela TVE. E na internet, pelo canal da FGF no YouTube,

A análise dessa pesquisa se apoia em Lajeadense 1x1 Esportivo, realizada no dia 10 de julho de 2022, às 15h, na Arena Alviazul, em Lajeado. O confronto era o jogo de volta da semifinal, valendo vaga na final e no Gauchão do ano seguinte. O critério para escolha dessa partida já foi justificado anteriormente. Com vantagem por ter ganhado a partida de ida, por 1 a 0, o Esportivo de Bento Gonçalves teve o empate como vantagem e garantiu a vaga.

²¹ FGF TV. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3q5eGgC7Ous>. Acesso em 20 de fevereiro de 2023.

FIGURA 1 – LAJEADENSE X ESPORTIVO – FGF TV

Fonte: FGF TV/YouTube/2022

Ao recorrer para análise da transmissão no YouTube, percebemos que o replay do chat ao vivo tinha sido desativado. Por conta disso, não foi possível conferir todas as interações que foram feitas ao longo do jogo. Entretanto, algumas foram repercutidas pelo narrador e serão mencionadas nesse texto. Em termos de engajamento, o YouTube registrou 1.732 visualizações e 36 reações de “gostei”, o famoso “joinha”, na linguagem popular da web.

A transmissão ficou a cargo de Daniel Félix (narração), Júnior Maicá (comentários) e Lucas Weber (reportagens). Em sua primeira fala a respeito do local da partida, a Arena Alviazul, Félix relatou à proximidade de Lajeado com Cruzeiro do Sul. Ambas ficam no Vale do Taquari e estão a 8 km de distância uma da outra. Eis a representação territorial.

Antes de iniciar a partida, Félix também trouxe à tona uma campanha publicitária, mas com viés social: “Dê um drible no frio”, ação da Cresol, cooperativa de crédito, para a arrecadação de agasalhos, com a disponibilização de pontos de coletas. Esse foi um exemplo prático do quanto o futebol se torna um instrumento social, dotado de um relevante papel civilizatório.

FIGURA 2 – LAJEADENSE X ESPORTIVO – FGF TV



Fonte: FGF TV/YouTube/2022

Antes da bola rolar, o repórter Lucas Weber entrevistou os técnicos das duas equipes. Na conversa com o treinador do Lajeadense, Gelson Conte, houve problemas com o sinal da internet por alguns segundos. De forma descontraída, típica da capacidade de improviso que se exige de um narrador esportivo, Félix falou: “O 5G já está chegando no Rio Grande do Sul. Até na transmissão da UEFA Champions League teve problema na internet”. Levando em consideração a infraestrutura de conexão de internet que há disponível no Brasil, e mais especificamente, no Rio Grande do Sul, problemas e falhas de conexão ainda estão passíveis de ocorrer nas transmissões de futebol por streaming. É um processo midiático que depende dessa evolução para se disseminar ainda mais.

No total, foram 126 jogos na Divisão de Acesso, todos transmitidos pela FGF TV. Em relação ao discurso em si de Lajeadense 1x1 Esportivo, pôde-se perceber um clamor com expressões populares, bordões e expressões regionais, algo que também foi visto nas outras transmissões que foram alvo de análise dessa pesquisa. O “bonde”, a “roda gigante” são apenas alguns exemplos do que foi utilizado pelo narrador.

Carinhosamente, o Lajeadense é chamado de “Dense”. E por diversas vezes, o time foi referido dessa forma na transmissão. De forma que equilibrasse a abordagem e, também, para estimular o engajamento dos torcedores na transmissão, a FGF TV pediu para que quem estivesse assistindo deixasse seu

comentário com o uso de uma das hashtags²²: #vamosubirdense (alusiva ao Lajeadense) ou #vamossubirtivo (alusiva ao Esportivo).

O primeiro tempo contou com um acréscimo de 10 minutos, pelo fato da partida ter sido paralisada, em virtude de um tumulto após o gol do Lajeadense. Durante a comemoração, torcedores jogaram para dentro do campo, causando a indignação de jogadores adversários. E em razão do alvoroço de alguns atletas, um princípio de confusão se formou e a arbitragem, com apoio da segurança, conteve os ânimos no campo (entre os jogadores) e fora dele (com os torcedores).

Durante a transmissão, os profissionais de comunicação da FGF TV lamentaram o ocorrido e destacaram o quanto atitudes como essa prejudicam o andamento da partida e a busca por um futebol técnico e que seja atrativo para o público. A atitude dos profissionais carrega o lema da esportividade e a busca de sociabilidade pelo esporte. No entanto, pelo fato do futebol também ser visto como um espetáculo de entretenimento, as próprias confusões podem ser motivo de desaprovação para alguns aficionados pelo esporte.

Nos comentários, Maicá destacava o quanto a Divisão de Acesso era caracterizada por jogos disputados, com poucos gols, placares ajustados e muita marcação. Sem fazer uma analogia ao discurso proferido por Maicá, mas utilizando-o como uma conexão para adentrar em outro tema: a glamourização do futebol aguerrido no Rio Grande do Sul.

As “peleias”, como são referidas as partidas, carregam essa identidade e características do futebol, como a intensidade na marcação, disputas ríspidas pela bola e a valorização do jogador que se empenha fisicamente numa partida, às vezes, com uma admiração até maior daquele que apresenta uma aptidão de habilidade técnica mais aguçada. E esse traço dos conflitos que estão intrínsecos na cultura rio-grandense, influenciados pelo contexto histórico da formação do estado, leva os torcedores a encararem uma partida de futebol como um palco de batalha. E essa batalha, em alguns casos, se torna o próprio espetáculo. A especulação que faço, com base nesse contexto, é de que a valorização desse traço identitário contribui para que episódios como esse se repitam no futebol gaúcho e, estendendo um pouco mais, no futebol sul-americano.

²² Recurso utilizado para indexar publicações nas redes sociais que adotem a mesma palavra-chave ou expressão

Sobre a territorialização, esse conceito fica evidente quando a equipe de transmissão contextualiza a popularidade dos times conforme a cidade em que estão situados. Ao se referir sobre quem ficaria com a vaga para o Gauchão, se fosse o Esportivo, Félix ressaltou que a comemoração em Bento Gonçalves seria com “barris de vinho”. Se ficasse com o Lajeadense, Maicá complementou que a festa seria regada a “chopp e guaraná”. Esse foi um breve comentário da transmissão, com pitada humorística, mas que, se colocar dentro do contexto dessa dissertação, tem tudo a ver com a proposta que estamos defendendo.

Localizada na Serra Gaúcha, Bento Gonçalves²³ é conhecida pelo Vale dos Vinhedos, com 82 quilômetros quadrados e apontado como o principal destino enoturístico do país. Dos 132 anos de Bento Gonçalves, 103 deles foram acompanhados pela existência do Esportivo²⁴. Fundado em 28 agosto de 1919, o Esportivo teve como objetivo inicial servir como um entretenimento aos jovens imigrantes italianos que passaram a ocupar-se naquela região. As décadas se passaram e a equipe se consolidou no futebol gaúcho, oscilando entre as divisões, mas sempre colocando Bento Gonçalves e suas territorialidades na rota futebolística.

Situada no Vale do Taquari, Lajeado²⁵ carrega um destaque no setor de indústria alimentícia e com índices de escala alta no que se refere às condições socioeconômicas. Composta, em sua maioria, por descendentes de alemães e italianos, o município tem 167 anos de existência. Desse período, 111 anos esteve ao lado do Lajeadense²⁶, que integra a lista dos 25 times mais antigos do Brasil em atividade. O surgimento da equipe ocorreu como a maioria daquela época: a partir de um grupo de jovens interessados por futebol que vivam na região. E assim se desdobrou às atividades ao longo das décadas. Desde 2012, conta com a Arena Alviázul, um estádio moderno com as exigências do padrão da FIFA – Federação Internacional de Futebol.

²³ BENTO GONÇALVES, Prefeitura. Acesso em 21 fev. 2023. Disponível em: <https://bentogoncalves.atende.net/cidadao/pagina/historia-de-bento>.

²⁴ ESPORTIVO, Clube Esportivo. Acesso em 21 fev.2023. Disponível em: <https://www.clubeesportivo.com.br/historia>.

²⁵ LAJEADO, Prefeitura. Acesso em fev.2023. Disponível em: : <https://www.lajeado.rs.gov.br/conteudo/3028/931?titulo=HIST%C3%93RIA>.

²⁶ LAJEADENSE, Clube Esportivo. Acessado em 21 fev.2023. Disponível em: <https://www.celajeadense.com.br/historia>.

E assim se sucederam os comentários ao longo da transmissão. A vaga para a final ficou com o Esportivo, ou seja, com Bento Gonçalves. No confronto da decisão, enfrentou o Avenida, de Santa Cruz do Sul. Posteriormente, o título ficou com o próprio Esportivo. Mas, independentemente disso, destaque para a alusão feita por Maicá sobre o que representava o jogo da decisão: cuca na ida (confronto em Santa Cruz) e vinho na volta (confronto em Bento Gonçalves).

FIGURA 3 – LAJEADENSE X ESPORTIVO – FGF TV



Fonte: FGF TV/YouTube/2022

Essa foi uma breve explanação do quanto às territorialidades estão atravessadas pelas equipes nas transmissões de futebol, e o quanto se tornam visíveis com essas plataformas digitais.

6.3 –Terceirona – Bagé (5) 1x1 (4) Rio Grande – Semifinal (volta) - 11/09/2022

A Terceirona Gaúcha, ou é como é chamado pela FGF nas publicações oficiais, o Gauchão Série B, é a última divisão estadual profissional. Os recursos financeiros são mais escassos e a visibilidade ainda menor, logo, é vista como pouca atrativa para maiores investidores. Na conjuntura de equipes, costuma ser dividida em dois tipos de perfis de times: aqueles que possuem uma longa história e tradição, mas que, atualmente, vivem uma crise; e aqueles recém surgidos no cenário do futebol gaúcho.

A Terceirona é uma competição de idas e vindas no calendário da FGF, mas, desde 2012 foi retomada e não teve interrupções. Nesse último retorno, a

organização limitou o uso de atletas de até 24 anos, com exceção de quatro jogadores acima da idade. O objetivo é dar espaço para jovens, principalmente àqueles que estão tendo a primeira oportunidade no futebol profissional, e assim, fomentar a competição. No âmbito territorial, a distribuição é variante, mas, numa perspectiva genérica, costuma concentrar uma participação maior de equipes da Metade Norte. Aliás, a Metade Sul possui menos equipes de futebol em atividade. Nossa dedução leva em conta os direcionamentos econômicos como justificativa para esses efeitos de representatividade territorial futebolística.

Em 2022, a FGF TV transmitiu jogos da Terceirona pela segunda vez, só que da mesma forma que fez em 2021. O trabalho englobou apenas as partidas de semifinal e final, de forma gratuita no canal da FGF TV no YouTube. Já as fases anteriores não tiveram cobertura da FGF TV, deixando livre a critérios dos clubes mandantes viabilizarem suas próprias transmissões. Na edição de 2022, o Riograndense e o Rio Grande, ambos da mesma cidade, se organizaram e tiveram todos os seus jogos, até as quartas da final, transmitido diretamente no Facebook.

A análise em questão leva em conta a partida de volta da semifinal: Bagé 1x1 Rio Grande (5 a 4 para o Bagé, nos pênaltis), realizada no dia 11 de setembro de 2022, às 15h, no Estádio Bento Freitas, em Pelotas. As razões para escolha dessa partida já foram justificadas anteriormente, mas vale ressaltar, mais uma vez, que quem vencesse ficaria com a vaga na final e na edição da Divisão de Acesso de 2023. Como na primeira partida, as equipes tinham empatado em 0 a 0, e a igualdade permaneceu no confronto da volta, a decisão da vaga foi para os pênaltis e o Bagé avançou na competição.

A pendência do Bagé com seu estádio, o Pedra Moura, merece um parágrafo a parte. Sem a liberação do Corpo de Bombeiros, o Jalde-negro, como é conhecido (por conta das cores amarelo e preto), precisou jogar todas as suas partidas como mandante em outra cidade. Ou seja, na prática, fez seus 12 jogos da competição fora de casa. Mesmo com essa dificuldade, que também acarretou em impactos financeiros (gasto dobrado com viagens e a falta de arrecadação de bilheteria em seus jogos), o Bagé encerrou a Terceirona com o vice-campeonato e a vaga garantida para a Divisão de Acesso de 2023.

Nesse confronto diante do Rio Grande, alvo dessa pesquisa, o mando de campo era do Bagé, porém, em razão desse impasse, levou o jogo para Pelotas e utilizou o Estádio Bento Gonçalves, pertencente ao Grêmio Esportivo Brasil. E

geograficamente, a cidade ficou perto para Bagé e Rio Grande, o que permitiu uma maior presença de seus torcedores na partida.

Mas em relação a Bagé 1x1 Rio Grande, a partida teve transmissão gratuita no canal da FGF no YouTube, contabilizando 14.100 visualizações e 397 reações de “gostei”. Nesse caso, a plataforma da FGF TV deixou visível as interações que foram feitas no chat, ao vivo, durante a transmissão. É importante salientar, também, a relevância que o Rio Grande possui nessa análise, pois é o clube de futebol mais antigo do Brasil em atividade.

FIGURA 4 – BAGÉ X RIO GRANDE – FGF TV



Fonte: FGF TV/YouTube/2022

A equipe profissional, responsável pela transmissão, contou com Daniel Félix (narração) e Vinícius Alves (comentarista). Logo no começo, direcionaram elogios para as boas condições do gramado do Estádio Bento Freitas. A situação serviu como contraste para as cenas vividas nas demais partidas, com a visualização de gramados em condições consideradas abaixo do ideal. A equipe da FGF TV também deixou claro que não culpa nenhum dos times pela situação, mas sim, pelo contexto e dificuldades que essas equipes estão submetidas, com uma folha mensal salarial baixa e que, em muitos casos, depende de doações voluntárias para sanar.

Dentro da contextualização histórica e territorial, Bagé e Rio Grande possuem contribuição significativa para o futebol gaúcho. Em 2022, se enfrentaram

na Terceirona, porém, ambos os times já foram campeões estaduais e são centenários. O Rio Grande, como clube mais antigo do Brasil, não é à toa que é apelidado de Vovô, surgiu em 1900. E o Bagé não fica tão atrás, visto que foi fundado em 1920.

Durante a transmissão, o narrador se referiu a Rio Grande²⁷ como uma “cidade portuária e importantíssima para a economia do Rio Grande do Sul”. Com 285 anos de existência, o município possui o porto com a quarta maior movimentação de carga do Brasil, por conta disso, propiciou várias aproximações internacionais e intercâmbios com outros povos e culturas. Por essa razão, que o futebol chegou primeiro em Rio Grande, fruto das viagens portuárias. Nesse sentido, a história do time de futebol se mistura com o contexto do município. Além do Rio Grande, há o São Paulo e o Riograndense em atividade, dentro do âmbito profissional do futebol da cidade.

Do outro lado, o narrador considerou Bagé como uma “cidade importantíssima para a história do Rio Grande do Sul e do agronegócio, muito em função da criação de gado”. Localizada na região da Campanha, a 60 quilômetros do Uruguai, a Rainha da Fronteira, como é conhecida, tem, de fato, uma concentração econômica para o agronegócio. No futebol, carrega uma forte tradição com a dupla Ba-Gua. De um lado, o Guarany, o único clube do interior bicampeão gaúcho até então. E do outro, o Bagé, que também ostenta um título gaúcho. O clássico Ba-Gua, cabe salientar, completou, em 2021, 100 anos de história. Já Pelotas, que foi o município-sede da partida entre Bagé x Rio Grande, o narrador da FGF TV se referiu a como “Pelotas, a Capital do Doce”.

Mesmo que estivessem na divisão profissional mais inferior possível não há como negar a riqueza histórica e cultural que estavam envolvidas quando essas duas equipes entraram em campo. Quer dizer, um legado de territorialidades considerável em jogo. E a plataforma da FGF TV tornou esses elementos ainda mais visíveis. Tal relevância pôde ser percebida na grande adesão de participantes no chat.

O que mais me chamou a atenção foi a diversidade de cidades com participantes no chat. Eis uma comprovação do que discutimos, em capítulo anterior, sobre as territorialidades serem imateriais e móveis.

²⁷ RIO GRANDE, Prefeitura. Acessado em 21 fev.2023. Disponível em: <https://www.riogrande.rs.gov.br/pagina/rio-grande-2/#link>.

FIGURA 5 – BAGÉ X RIO GRANDE – FGF TV



Fonte: FGF TV/YouTube/2022

Foram diversas mensagens que chegaram nesse teor: “Acompanhando o Bagé direto de Bauru (SP)”; “Direto de Lajeado”; “Estamos em Pinheiro Machado para olhar essa grande decisão da Zona Sul”; “Sou de Bagé, mas estou no Rio de Janeiro, de olho na FGF TV”; “Aqui da Irlanda torcendo para o Rio Grande”; “Bora subir, Vovô! Bora recuperar, São Borja! Metade Sul e Missões precisam de maior representação para manter acesa a chama do futebol no interior. Abraço de Coimbra, Portugal”. A última fala fez referência ao São Borja pelo fato ter se envolvido na outra semifinal, ao qual foi eliminado pelo Monsoon, equipe recém-fundada de Porto Alegre.

O chat também rendeu elogios quanto à iniciativa da FGF de transmitir jogos do interior do futebol gaúcho. “*Excelente oportunidade para todos os clubes do nosso interior a FGF TV*”; “*Importante manter esse canal sempre ativo e os torcedores ainda apoiam os seus times do coração*”; “*Esse é o nosso verdadeiro Gaúcho raiz! Excelente trabalho, por favor, transmitam a Copa FGF! Abraço*”. No segundo semestre de 2022, a FGF TV transmitiu a final da Copa FGF, mas esse assunto será repercutido no próximo tópico.

Essas declarações também contribuem para elucidar a problemática dessa pesquisa, sobre a forma que as territorialidades do futebol gaúcho são reconfiguradas a partir das transmissões da FGF TV. Sem essa iniciativa, tradições e histórias tão importantes para o futebol gaúcho e povo rio-grandense não teriam a mesma ênfase e lembrança.

No final, o Bagé venceu nos pênaltis, sagrou-se vice-campeão (perdendo para o Monsoon na final), mas garantindo vaga na Divisão de Acesso de 2023. Já o Rio Grande teve que permanecer mais uma temporada na Terceirona Gaúcha.

6.4 – Copa FGF - São Luiz 3x1 Passo Fundo – Final (ida) - 05/11/2022

Realizada sempre no segundo semestre, a Copa FGF reúne equipes das três divisões do futebol gaúcho, deixando-as livremente para participar ou não. A competição tem dois motivos. O primeiro é proporcionar um calendário mais estendido para competições. O segundo é o prêmio, que destina, ao campeão, vaga na Copa do Brasil.

Devido ao fato dos clubes terem se dedicado, no primeiro semestre, para o campeonato estadual, o orçamento para a Copa FGF costuma ser mais baixo. Mesmo assim, quem se dedica e sagra-se campeão acaba sendo recompensado com uma vaga na Copa do Brasil, que destina R\$ 750 mil para o clube que jogar somente a primeira fase, que é equivalente a um jogo. Para a realidade de um clube da Divisão de Acesso, por exemplo, que tem uma folha em torno de R\$ 100 mil, o montante “salva” a temporada e possibilita novos investimentos.

Outra característica a ser destacada da Copa FGF é que, todo ano, homenageia, com o nome no troféu, alguma personalidade do futebol gaúcho que tenha falecido recentemente. Em 2022, chamou-se Troféu Tarciso Flecha Negra, em homenagem ao ex-ponteiro do Grêmio. Mas já foi denominada de Troféu Paulo Sant’Ana, Wianey Carlet, Dirceu de Castro, entre outros. A competição também encerra o calendário da temporada de competições organizadas pela FGF.

Para a análise em questão, selecionamos São Luiz 3x1 Passo Fundo, realizado no dia 5 de novembro de 2022, num sábado, às 19h, no Estádio 19 de Outubro, em Ijuí. O confronto foi válido como ida da final da Copa FGF. A razão de ter sido escolhida essa partida já foi explicada anteriormente.

FIGURA 6 – SÃO LUIZ X PASSO FUNDO – FGF TV



Fonte: FGF TV/YouTube/2022

A FGF teve como equipe profissional de transmissão Marcelo Werkhausen (narração); Júnior Maicá (comentários) e Marcelo Weber (reportagens). Esse é o único dos quatro jogos selecionados para a análise que não contou com transmissão gratuita. A FGF fez um pré-jogo aberto no YouTube, porém, a partida em si foi transmitida diretamente do site da plataforma. O valor era R\$ 29,90 pelos dois jogos (ida e volta). Depois, o vídeo do jogo foi postado para exibição gratuita no YouTube, rendendo 4.496 visualizações e 90 interações com o “gostei”.

A decisão da cobrança para assistir a São Luiz 3x1 Passo Fundo causou algumas críticas no chat do pré-jogo, que foi a parte transmitida ao vivo no YouTube da cobertura. *“Em vez de proporcionar um jogo gratuito entre equipes do interior. Só visam os lucros”*. Por outro lado, também surgiram apoiadores à causa: *“Tá quase de graça para assistir! Bora apoiar nosso futebol gaúcho”*.

Durante a transmissão, o narrador explicou que os R\$ 29,90 corresponderia aos dois jogos. E que parte do valor arrecadado seria revertido para São Luiz e Passo Fundo, os clubes envolvidos com a final, assim como foi feito na Divisão de Acesso.

A adesão era grande, inclusive, apaixonados por futebol deixando que a territorialidade se sobressaísse nas escolhas de times. Um exemplo foi um comentário de um torcedor do Gaúcho (rival do Passo Fundo) mas que, antes de mais nada, incentivava o esporte da cidade. Também não faltaram elogios para o Estádio 19 de Outubro, de Ijuí, por conta das boas condições de gramado. Isso, aliás, era algo até previsto, muito por conta do tamanho do orçamento. O São Luiz,

por exemplo, se firmou, nas últimas temporadas, no Gauchão Série A, ou seja, consegue manter uma sequência de planejamento financeiro. Já times da Terceirona passam dificuldades para pagar os salários em dia. Ou seja, gramado e outras questões estruturais acabam ficando em segundo plano.

No segundo jogo da final, o São Luiz obteve outra vitória, 2 a 1 no Passo Fundo, e conquistou a Copa FGF. A cidade de Ijuí conta com 132 anos de história, ligada a diversos segmentos econômicos, desde o agronegócio até as indústrias. Desse histórico, são 85 que o São Luiz está integrado. Já Passo Fundo é conhecida como a “Capital do Norte, com 175 anos. No futebol profissional, comporta o Gaúcho e o Passo Fundo.

FIGURA 7 – SÃO LUIZ X PASSO FUNDO – FGF TV



Fonte: FGF TV/YouTube/2022

Durante a transmissão, a equipe da FGF TV trouxe informações históricas dos clubes e das cidades. Mas, principalmente, a trajetória das equipes na Copa FGF e sobre a vaga na Copa do Brasil, tão cobiçada, como um grande atrativo.

São territorialidades e peculiaridades que a cada competição, formato, horário, uso do profissional adequado para acompanhar, trazem uma visibilidade diferenciada para a comunidade, que se sente engajada, seja para elogiar ou, até mesmo, para reclamar. E quanto à Copa FGF, consistiu em mais uma oportunidade de mercado para os times e, também, proporcionar a vaga para a tão almejada Copa do Brasil. No final, deu São Luiz, com duas vitórias nos dois jogos.

6.5 – Gauchão Feminino – Juventude 7x0 Elite – 3º lugar - 06/11/2022

Por fim, a análise se dedica a uma partida do Gauchão Feminino. A organização de uma competição pela Federação Gaúcha de Futebol (FGF) se concretizou mais recentemente. As equipes existem desde a década de 1990, porém, apenas com competições sendo realizadas por associações. Desde 2018, passou a ter a organização direta da FGF. Nesse meio tempo, a Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol) exigiu aos times que, para disputar a Libertadores da América masculina tinha que conter, também, time feminino²⁸.

Num primeiro momento, essa determinação obrigou com que Inter e Grêmio montassem um planejamento mais profissionalizado para o Departamento Feminino, e assim, restaurarem suas equipes. Paralelo a isso, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) também criou o Brasileirão Feminino A-1 e o Brasileirão Feminino A-2. E, desde 2022, há o Brasileirão Feminino A-3.

Todo esse movimento de regulamentação do futebol feminino fez com que crescesse o Gauchão. A edição de 2022 contou com 12 equipes. No entanto, a discrepância social ainda é significativa. Atualmente, apenas três equipes têm suas atletas com dedicação exclusiva, mediante remuneração, para jogar futebol: Internacional, Grêmio e Juventude. Em relação às demais equipes, as jogadoras trabalham de dia e jogam aos finais de semana. Em alguns casos, nem sequer treinam, tampouco são remuneradas para jogar. Essa discrepância de realidade influencia em goleadas elásticas nas primeiras fases da competição, principalmente, aplicadas pela dupla Gre-Nal, sendo comum ver 11 a 0, 13 a 0, por exemplo.

O pontapé inicial foi dado por maior espaço das mulheres no futebol gaúcho. Porém, a jornada ainda é longa para que as territorialidades envolvidas também se sintam representadas e estabeleçam uma conexão com as equipes femininas.

²⁸ LAURENTIIS, Francisco. Para jogar Libertadores masculina clubes terão que montar time feminino, 2016. Disponível em: http://www.espn.com.br/noticia/635254_para-jogar-libertadores-masculina-clubes-terao-que-montar-time-feminino. Acesso em 22 de fevereiro de 2023.

FIGURA 8 – JUVENTUDE X ELITE – FGF TV

Fonte: FGF TV/YouTube/2022

O jogo selecionado para análise foi Juventude 7x0 Elite, válido pela decisão do 3º lugar e realizado no dia 6 de novembro, às 16h30min, no Estádio Alfredo Jaconi, em Caxias do Sul. A transmissão ocorreu de forma gratuita, no canal da FGFTV no YouTube, tendo equipe profissional o narrador Lucas Santos e o comentarista Robert Abel. O vídeo rendeu 5,1 mil visualizações e 131 reações de “gostei”. As razões para escolha desse jogo já foram justificadas anteriormente. Porém, cabe ressaltar que, além do 3º lugar em si, a partida também rendia vaga para o Brasileirão Feminino A-3 de 2023, que foi conquistada pelo Juventude.

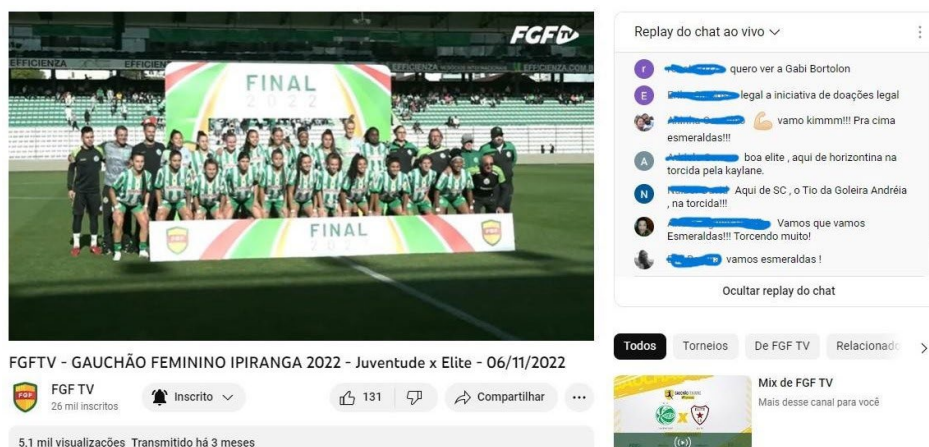
A primeira fase do Gauchão Feminino foi composta por 10 equipes, todas do interior. A dupla Gre-Nal entrou na segunda fase, que transcorreu num formato de hexagonal. Depois, veio a semifinal, final e, claro, a disputa do 3º lugar. As “Esmeraldas”, como são chamadas as atletas do Juventude, chegaram a disputar jogos no Estádio Municipal de Caxias do Sul e no campo da Fras-Le. Somente nesse jogo decisivo que veio a jogar no Alfredo Jaconi. A equipe de Caxias do Sul não tinha perdido para nenhum time do interior apenas para a dupla Gre-Nal. Ou seja, se consolidou como a terceira força do futebol gaúcho feminino, já na temporada de 2023, primeiro ano de reativação do Departamento Feminino. As informações foram repassadas durante a transmissão da FGF TV.

Outras informações relevantes que merecem reflexões, repassadas na transmissão da FGF TV, foi sobre o Elite, de Santo Ângelo. A equipe viajou até

Caxias do Sul com uma série de desfalques, pelo fato de atletas não terem sido liberadas do trabalho ou por questões pessoais. Com isso, teve apenas três jogadoras no banco de reservas. Eis, com base nesse contexto, uma amostra da realidade do futebol feminino do interior gaúcho. Mesmo assim, o Elite encerrou o Gauchão Feminino entre as quatro melhores equipes do Rio Grande do Sul.

Porém, embora todos esses problemas sociais existentes dentro do futebol feminino, há fatores positivos que puderam ser constatados na FGF TV. O primeiro foi o fato de todas as partidas do Gauchão Feminino terem sido transmitidas gratuitamente no YouTube. A medida proporcionou maior visibilidade às atletas que, até então, não contavam com nenhuma forma de transmissão das partidas, em período anterior ao surgimento da plataforma. “Parabéns a equipe de transmissão da FGF. Vocês têm habilidade nas palavras, sempre elogiando as atletas e passando toda a realidade difícil das equipes do interior! Parabéns Ju campeão!”, destacou um comentário.

FIGURA 9 – JUVENTUDE X ELITE – FGF TV



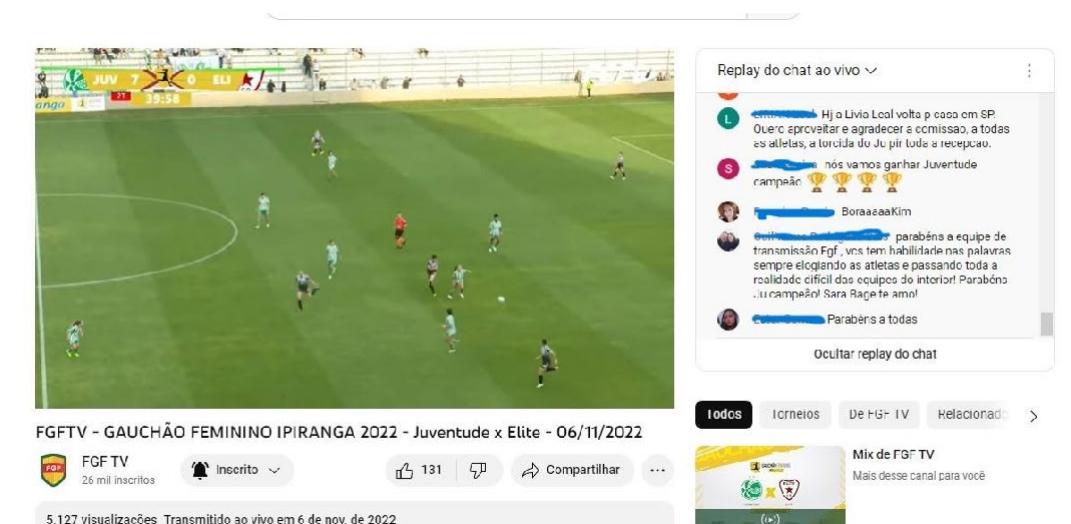
Fonte: FGF TV/YouTube/2022

O segundo foi o incentivo entre as atletas. Enquanto no masculino, as interações no chat se direcionavam para uma cobrança maior aos atletas, no feminino há um apoio vasto de familiares e amigos. Aliás, as próprias jogadoras, sabendo da realidade que vivem, se ajudam. “Eu sou mãe da Livia Leal, goleira reserva do Ju”. “Aqui de Horizontina na torcida pela Kaylane”. “Aqui de SC, o tio da goleira Andreia, na torcida”. “Fora a viagem, tem meninas no Elite que jogaram a final do Gauchão Sub-17 na sexta-feira, em Porto Alegre, e hoje já estão jogando de

novo. Kaylane, Mujica, Taís, Raíssa”. “É triste, viu. Se o futebol feminino pagasse melhor elas não precisariam trabalhar em outro lugar”.

Com base nos discursos do chat, o comentarista da FGF usou o bordão “Não é só futebol” e ressaltou o quanto às equipes proporcionam de engajamento das comunidades que estão inseridas. Além da visibilidade em si, esse fenômeno também é uma forma de reconfiguração das territorialidades familiares, sociais, do bairro, da região, a partir das transmissões da FGF TV. “O futebol feminino tem essa união, da capacidade de umas entenderem as dificuldades umas das outras”, destacou o narrador.

FIGURA 10 – JUVENTUDE X ELITE – FGF TV



Fonte: FGF TV/YouTube/2022

E esses foram os quatro exemplos de jogos que foram transmitidos pela FGF TV que compuseram a análise dessa dissertação.

Capítulo 7: Considerações finais (ou apenas o início)

Chegamos ao fim dessa jornada. Com uma série de exemplos que foram trazidos desde o primeiro capítulo, amparados por problematizações metodológicas e discussões teóricas, compreendemos uma real noção do valor que há do futebol na sociedade. O quanto esse esporte praticado no mundo inteiro dialoga por todas as camadas sociais. Sua história se mistura com a história civilizatória. Aliás, é um dos papéis do futebol servir como um ato de cidadania, de luta à democracia, de erguer bandeiras pelas minorias e buscar condições iguais. Mas, por outro lado, por ter tanta força na sociedade, ele também já foi utilizado com más intenções, ao se referir a instrumento propagandista para governos autoritários, que se utilizaram do nacionalismo e identidade nacional para promoção de xenofobia. E o que era a “alegria do povo” pôde se tornar o “ópio do povo”.

O que se percebe, em meios a todos esses movimentos é a penetrabilidade sociocultural que há no futebol. E isso se replica ainda mais com o povo brasileiro e, também, com o povo rio-grandense, dotado de um forte caráter identitário. E entre as territorialidades do Rio Grande do Sul, destacamos, também, a identidade fronteiriça e a influência que os vizinhos uruguaios tiveram no desenvolvimento do nosso futebol. Em alguns momentos dessa dissertação, inclusive, dei exemplos a respeito do futebol de Bagé, pela proximidade com o Uruguai e o quanto jogadores do país vizinhos contribuíram para os títulos gaúchos de Bagé e Guarany, conquistados nas décadas de 1920 e 1930.

Em meio a esse fenômeno sociocultural existente no futebol que justificamos o porquê de se analisar tipos de processos midiáticos que são realizados na área esportiva. O ato de transmitir partidas de futebol, além de promover o esporte e levar emoção para os torcedores, também serviu para que os próprios meios de comunicação se desenvolvessem a partir desse engajamento. Muitas das mais destacas novidades de meios de comunicação estavam atrelados a partidas de futebol. Assim foi com a expansão do rádio no Brasil, com as jornadas esportivas; com a chegada da TV em cores para as Copas do Mundo de 1970 e 1974; com a disseminação das TVs por assinatura e os pacotes de canais de esporte; até a criação dos streamings e o sucessivo fenômeno de plataformização das transmissões de futebol, com a criação de novas mídias e opções que fossem além dos canais tradicionais. Clubes e federações de menor porte passaram a ter suas

próprias formas de se comunicar, sem depender, exclusivamente dos grandes conglomerados midiáticos.

Nessa conjuntura, surge a proposta da FGF TV, que carrega a missão de profissionalizar as transmissões de futebol no interior gaúcho, saindo do foco da dupla Gre-Nal, que naturalmente, já dispõe de uma vasta cobertura de meios de comunicação. E além da visibilidade garantida pelas transmissões, também oportunizar novas fontes de receita para os clubes do interior que, a cada temporada, enfrentam mais dificuldades para se manterem em atividade e honrarem seus compromissos financeiros com atletas e funcionários.

O movimento também se encaixa no que chamamos, em alguns momentos dessa pesquisa, de democratização midiática. A razão é a disponibilidade de transmissões gratuitas pelo YouTube. E quando falamos em democratização, não é somente para o consumidor, mas também, do espaço na mídia para equipes de pequeno e médio porte, como acontece no Rio Grande do Sul, com a transmissão da Divisão de Acesso, Terceirona, Copa FGF e Gauchão Feminino, pela FGF TV.

Sabemos que o fenômeno das transmissões de futebol por streaming no Brasil ainda passa por experimentações de modelos. Até porque, há outros fatores indiretos que também precisam evoluir, como é o caso da infraestrutura de internet no país, um fator primordial para que os usuários das plataformas responsáveis pelas transmissões dos jogos se sintam satisfeitos com a experiência. No entanto, mesmo que as experimentações ainda estejam sendo feitas, é um processo midiático que já é realidade e viável financeiramente.

Por isso, como estudante de comunicação e um pesquisador, que tem como um dos propósitos entender as movimentações da sociedade e tentar antecipar os próximos passos, entendi que era necessário compreender com mais profundidade essas transmissões de futebol por streaming no RS. Inicialmente, senti falta de uma gama de materiais teóricos específicos desse tema, porém, dado ser um assunto relativamente recente nas discussões acadêmicas, a intenção é que essa própria pesquisa possa auxiliar outros jovens que também se atentem para analisar esse fenômeno do futebol e sua plataformação.

Mas além do conteúdo midiático em si, tentar levar em conta quais são os efeitos e impactos que esses processos midiáticos geram na sociedade, nas territorialidades envolvidas. Buscar essa concepção mais macro da comunicação e suas nuances é o meu objetivo. E graças a transmetodologia, tive esse norteamento,

e a sensação de sentir liberto para trabalhar com diversos campos do saber e com uma escrita que carregasse a minha identidade.

Percebendo a relevância do tema, decidimos concentrar e entender o que estava acontecendo. E assim, chegamos a problemática da dissertação: de que forma a cobertura midiática da FGF TV reconfigura as territorialidades do futebol gaúcho? Num primeiro momento, a resposta é simples: pelas transmissões dos jogos. Mas o entendimento vai mais além. É pelo discurso dos profissionais das transmissões, das interações que são feitas no chat que aberto em cada partida, na forma como essas equipes são divulgadas.

Nos exemplos que trouxemos, os profissionais de transmissão fazem alusão às cidades dos times. No jogo entre Esportivo x Lajeadense, caso a vitória fosse do Esportivo, que é de Bento Gonçalves, o comentarista da partida ressaltou que a festa seria com vinho. Já se o triunfo viesse do lado do Lajeadense, as comemorações seriam regadas a chopp e guaraná. Também podemos citar o caso de Bagé x Rio Grande, pela Terceirona. Além de descrever a tradição e antiguidade das duas equipes, o narrador também falou da importância das duas cidades para a economia do Rio Grande do Sul. De um lado, o Rio Grande, com toda estrutura portuária. Do outro, Bagé, com alta concentração no agronegócio. Então, seria justamente a visibilidade de ter uma transmissão, algo que não ocorria antes, em relação a formato profissional, que garante a reconfiguração das territorialidades do futebol gaúcho.

Com a problemática levantada, surgiram vários questionamentos. O primeiro deles: quais as diferenças da cobertura midiática da FGF TV em relação ao que já era produzido anteriormente? Ao longo da dissertação, explicamos como estava funcionando a distribuição dos direitos de transmissão no Rio Grande do Sul. A RBS TV detém o poder do Gauchão, porém, na TV aberta, concentra força na exibição de partidas que envolve a dupla Gre-Nal. E desde 2022, transmite os demais jogos por streaming, no Globoesporte.com.

Entretanto, as demais competições do futebol gaúcho ficavam sem transmissão. Por isso, a FGF TV teve a iniciativa de criar a plataforma e atender esses outros públicos. Cabe salientar que outras federações estaduais também estão adiantando essa medida, para ter um espaço mais amplo de transmissão de jogos.

Que processos midiáticos participam dessa reconfiguração? Como a transmissão é no modo streaming, toda a circulação e distribuição do conteúdo é online, No caso da FGF TV, quando são jogos pagos, o acesso é direto pelo site da plataforma. Quando a partida é gratuita, a transmissão é feita no canal da FGF no YouTube, E com apoio dos clubes, os processos midiáticos se disseminam.

Outra pergunta geradora que norteou nossa pesquisa foi a forma como as territorialidades do futebol gaúcho são apresentadas nessa cobertura midiática da FGF TV. O assunto nós já repercutimos há pouco, mas, repetindo, cada vez que um clube é citado, automaticamente, são remetidas lembranças, costumes da cidade da equipe que vai entrar em campo. Ou seja, as territorialidades estão diretamente interligadas com o processo comunicacional.

E a última pergunta geradora era de quais os discursos produzidos pelos sujeitos comunicantes nessas transmissões. O primeiro esclarecimento é que todo participante da transmissão na plataforma, seja um dos profissionais ou apenas um usuário que enviasse mensagens no chat, todos são sujeitos comunicantes, por conta de a comunicação ser feita de forma instantânea na plataforma. E os discursos ali promovidos, em sua maioria, direcionados para a valorização do futebol do interior e que, mesmo com as dificuldades financeiras, carrega consigo camisas de times tradicionais, cujas histórias se misturam com a história dos seus municípios. E aí, adentramos mais uma vez na importância da incorporação das territorialidades para essa discussão dentro da comunicação.

Com todas essas perguntas levantadas, desdobrou-se a pesquisa, que teve como objetivo geral demonstrar como a cobertura da FGF TV reconfigura as territorialidades do futebol gaúcho e que discursos os sujeitos comunicantes geram em sua participação nesses processos midiáticos.

A forma de reconfiguração e como esses sujeitos se encaixam nós já esclarecemos no parágrafo anterior. Mas, para que o objetivo geral dessa pesquisa fosse cumprido com precisão, optou-se por desmembrá-lo em outros cinco objetivos específicos. Com base nos estudos feitos nessa pesquisa, vamos repercutir um a um.

O primeiro deles foi contextualizar que tipos de visibilidades as transmissões da FGF TV proporcionam para as territorialidades do futebol gaúcho. Respondendo, a primeira delas é ter uma transmissão, algo que não existia. Em segundo, trazer à tona informações e curiosidades econômicas, sociais e culturais das cidades das

equipes que estão jogando. Naturalmente, o chat também é ocupado por habitantes dessas cidades ou de moradores que estejam radicados em locais espalhados pelo mundo. Mas o fato é: a transmissão em si se torna a própria forma de visibilidade.

O segundo objetivo se concentrava em verificar que tipos de discursos são feitos pelos profissionais nas transmissões da FGF TV que visibilizam essas territorialidades. Para isso, cito mais uma vez a analogia que o repórter e o comentarista fizeram com o Esportivo, de estar atrelado ao vinho, e Lajeandese, por ter sido relacionado ao chopp. Bagé, com o agronegócio, e Rio Grande, com o portuário. E com esses relatos, essas regiões e municípios ganham uma visibilidade diferenciada.

Num terceiro momento, também foi confirmado o objetivo de identificar como é feita a interatividade dos torcedores e de que forma eles são inseridos nas transmissões. Essa troca acontece, na maior parte do tempo, no chat das transmissões. É isso que chamamos de exemplo prático de sujeito comunicante. Para quem abre a plataforma para acompanhar a partida, o chat fica visível, ao lado da tela, em tempo real. Mas, de tempo em tempo, os narradores das partidas leem alguns comentários. Essa é mais uma forma de visibilidade.

O quarto objetivo específico concentrou-se em registrar os discursos produzidos pelos sujeitos comunicantes que estão envolvidos na cobertura midiática e que papel assumem para a reconfiguração das territorialidades do futebol gaúcho. Quanto ao papel, pode-se dizer que ele é total influenciador para que as transmissões se desenvolvam na plataforma. Aliás, é justamente essa interação em tempo real que torna a WebTV com diferença da TV tradicional.

Fechando o quinteto de objetivos específicos: sistematizar quais são as condições para que essas transmissões sejam realizadas dentro das territorialidades do futebol gaúcho que são envolvidas. Respondendo, a responsabilidade pela equipe de transmissão da FGF TV é o grupo de comunicação O Bairrista, que disponibiliza, geralmente, narrador, comentarista, repórter e cinegrafistas. E por se tratar de streaming, todo o trabalho depende da infraestrutura. Inclusive, no capítulo passado, trouxe à tona um episódio que o sinal falhou exatamente no momento que um dos técnicos das equipes que entrariam em campo. A internet ainda é algo que está em fase de resolução e influencia diretamente na qualidade de experiência de quem for acompanhar partidas de futebol pela FGF TV ou outra plataforma que

envolva transmissão de futebol (várias foram citadas nos primeiros capítulos). Por isso, também resolveu ser considerado na análise.

Com todos os objetivos concluídos e perguntas respondidas, podemos concluir o trabalho. Mas eu diria que é apenas o início de um fenômeno que surgiu no Brasil com o ramo de entretenimento, e depois decidiu se abriu o leque com diversas oportunidades de transmissões. Aliado a isso, destaque para a Lei do Direito de Arena, já desmembrada em capítulo anterior, que contribuiu para que as equipes mandantes das partidas tivessem autonomia para negociar seus direitos de transmissão, ou até mesmo, investir na sua própria plataforma.

O impacto já é significativo, com o uso das transmissões. Porém, o fenômeno dos jogos de futebol via streaming ainda precisa ser analisado com mais profundidade e ter uma produção que possa entender como está funcionando os processos midiáticos e suas territorialidades.

Estar conectado é um papel de um profissional de Comunicação. E utilizar dessa Comunicação para encontrar respostas sociais, históricas e antropológicas de uma territorialidade é algo que pode ser compreendido quando o debate é mediado pelo futebol. E essa paixão secular influencia a sociedade; e a sociedade influencia o futebol. Que o projeto da FGF TV se dissemine ainda mais e atenda públicos até maiores. Além das competições profissionais, outras competições femininas e, até mesmo, os estaduais das categorias de base. O projeto está em andamento e a experimentação está sendo realizada. Aguardamos para saber quais serão os rumos da sociedade em plataforma e a paixão pelo futebol intermediada por esses ambientes.

Referências bibliográficas

BALACÓ, Bruno. **As transmissões de futebol no TikTok e o pioneirismo do Nordeste**. Ludopédio, São Paulo, v. 147, n. 34, 2021.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Paris: Edições 70, 1977.

BENTO GONÇALVES, Prefeitura, **História de Bento Gonçalves**. Acesso em fev. 2023. Disponível em: <https://bentogoncalves.atende.net/cidadao/pagina/historia-de-bento>.

BERGSON, Henri. **O pensamento e o movente**. São Paulo: Martins Fontes, 2006. (p. 3- 102)

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Jornalismo online: reflexões a partir da economia política da comunicação**. São Paulo: Editora Clacso, 2009.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo: a re-configuração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva**. Rio de Janeiro: Revista Soc. Bras. Economia Política, nº 11, p.53-78, dezembro de 2022.

BOSI, Ecléa. **O tempo vivo da memória: ensaios de psicologia social**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

COLASANTE, Tatiana. **A territorialidade gaúcha no norte do Paraná: apontamentos sobre identidade, migração e cultura nos centros de tradições gaúchas**. Fortaleza: Geosaberes, v.6, número especial (2), p. 312-324, novembro de 2015.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. São Paulo: Loyola, 2005.

DAMATTA, Roberto. **A bola corre mais que os homens**: duas copas, treze crônicas e três ensaios sobre futebol. Editora Rocco: Rio de Janeiro, 2006.

FONSECA, Venilson Luciano Benigno. **Lugares e territórios na cultura do futebol brasileiro**. Belo Horizonte: tese de Doutorado em Geografia do Programa Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), em agosto de 2014.

FONTANA, Vinícius Henrique. **Mitologias no Jornalismo Esportivo**: o mito da 'imortalidade gremista': 93f. Trabalho de Conclusão de Curso na Universidade Federal de Porto Alegre (Ufrgs), Porto Alegre, 2011.

GALEANO, Eduardo. **Fechado por Motivo de Futebol**. Porto Alegre: L&PM Editores – Tradução Eric Nepomuceno, 1ª ed., 2018.

GARCIA, José Luís. **Uma crítica da economia da informação na era das mídias digitais**. São Paulo: Revista Novos Olhares, v.4, nº1, 2015.

GARCIA-CANCLINI, Néstor. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2013.

GAZETA ESPORTIVA. **Dazn chega ao Brasil com portfólio de futebol e outros esportes**, 2019. Disponível em: <https://www.gazetaesportiva.com/todas-as-noticias/dazn-chega-ao-brasil-com-portfolio-de-futebol-e-outros-esportes/>.

GLOBOESPORTE, Redação. **Globo vai transmitir jogos da Libertadores de 2023 a 2026**, 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/negocios-do-esporte/noticia/2022/05/12/globo-vai-transmitir-jogos-da-libertadores-de-2023-a-2026.ghtml>.

GLOBO, Memória. **Primeira transmissão de futebol na Globo**, 2022. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/reportagens/noticia/primeira-transmissao-de-futebol-na-globo.ghtml>.

HELMOND, Anne. **The Platformization of the Web**: Making Web Data Platform Ready. Amsterdam: Social Media + Society, July/december, 2015.

HENRIQUE, Carlos. **Futebol: uma história para contar**. 2014. Disponível em: <http://futebolhistoria.blogspot.com/>.

KFOURI, Juca. **Sim. A TV transmitia futebol em fevereiro de 1955**, 2015. Disponível em: <https://blogdojuca.uol.com.br/2015/02/sim-a-tv-transmitia-futebol-em-fevereiro-de-1955/>.

KILPP, Suzana. **A traição das imagens**. Porto Alegre: Entremeios, 2010. (p. 13-29)

KILPP, Suzana. **Sentidos identitários paradoxais de TV na Internet. Significação**. São Paulo, v. 45, n. 50, p. 278-296, jul-dez. 2018. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/140894>.

LANCE, Portal. **Facebook divulga lista com 11 jogos da Libertadores 2022**, 2022. Disponível em: <https://www.lance.com.br/fora-de-campo/facebook-divulga-lista-com-11-jogos-da-libertadores-2022-deles-com-times-brasileiros.html>.

LAJEADO, Prefeitura. **História de Lajeado**.. Disponível em: <https://www.lajeado.rs.gov.br/conteudo/3028/931?titulo=HIST%C3%93RIA>. Acesso em fevereiro de 2023.

LAURENTIIS, Francisco. **Para jogar Libertadores masculina clubes terão que montar time feminino**, 2016. Disponível em: http://www.espn.com.br/noticia/635254_para-jogar-libertadores-masculina-clubes-terao-que-montar-time-feminino.

LEMONS, André. **Epistemologia da Comunicação, Neomaterialismo e Cultura Digital**. Salvador: Revista Galaxia (São Paulo, online), nº 43, jan-abr, 2020, p. 54-66

LINS, Bernardo. **O estudo econômico da mídia: origens e tendências recentes**. Trabalho apresentado no VII Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Centro-Oeste, em Goiânia (GO), em 14 de junho de 2005.

MALDONADO, A. Efendy. **A perspectiva transmetodológica**. In: OLIVEIRA, G.; SANTOS, L.; BONITO, M. Comunicação em contexto de pesquisa. Assis/SP: UNIPAMPA, 2009, p. 183- 212.

_____). **A perspectiva transmetodológica na conjuntura de mudança civilizadora em inícios do século XXI**. In: MALDONADO, A. E.; BONIN, J. A.; ROSÁRIO, N. *Perspectivas metodológicas em comunicação: Novos desafios na prática investigativa*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2013, p. 31- 57.

_____). **Produtos midiáticos, estratégias, recepção**. A perspectiva transmetodológica, *Ciberlegenda*, n.9, ano IV, 2002. Disponível em: www.uff.br/ciberlegenda.

_____). **Transmetodologia, Cidadania Comunicativa e transformação** Tecnocultural. *Intexto*, nº 34, dezembro de 2015, p. 713-27, doi:10.19132/1807-8583201534.713-727.

MANSELL, Robin. **Poder, cultura das mídias e novas mídias**. São Paulo: Revista MATRIZES, ago./dez., 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Diversidade em convergência**. São Paulo, *Matrizes*, v. 8, n.2, p. 15-33, jul./dez. 2014.

MARTINO, Luis Sá. **Métodos de Pesquisa em Comunicação**. Editora Vozes: Petrópolis, 2015.

MASI, Domenico. **Descoberta e invenção (Volume 1)**. Rio de Janeiro: Sextante, 2005. 464p.

MATTELART, Armand. **História da Utopia Planetária: da cidade profética à sociedade global**. Porto Alegre: Sulina, 2002. 430 p.

MATTOS, Rodrigo. **Como a divisão do dinheiro de TV impacta a formação da liga**, 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/rodrigo-mattos/2022/02/18/como-a-divisao-do-dinheiro-de-tv-impacta-a-formacao-da-liga.htm>.

MATTOS, Rodrigo. **Na Amazon pay-per-view do brasileiro muda fatia da renda paga aos clubes**, 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/rodrigo-mattos/2021/06/23/na-amazon-pay-per-view-do-brasileiro-muda-fatia-da-renda-paga-aos-clubes.htm>.

MILLS, Charles Wright. **Do artesanato intelectual**. In:_. Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2009, p.21-58.

MORAIS, Kátia. **Por uma economia política do audiovisual no capitalismo global**. Sergipe: Revista Eptic, 2020, vol.22, nº 3, set.-dez. Universidade Federal de Sergipe (UFS).

MOSTARO, Filipe Fernandes Ribeiro. Sul-Americano de 1937. **A construção dos argentinos como “outros” nos jornais cariocas**. Trabalho apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 4 a 7 de setembro, 2013.

NEVES, Thalita. **Rivalidade na Pós-Modernidade: como a dupla Gre-Nal se tornou uma das maiores rivalidades clubísticas do mundo**. Trabalho apresentado no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 4 a 9 de setembro, 2017.

NIEBORG, David; POELL Thomas; VAN DIJCK, José. **Plataformização**. Tradução: Rafael Grohmann. São Leopoldo: Revista Fronteira – Estudos Midiáticos, jan/abril 2020.

PECINI, André. **Da plataformização da web à sociedade da plataforma: impacto da mediação digital na sociabilidade e subjetividade**. Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 08. Redes de Comunicação, no VI ComCult, Universidade Paulista, Campus Paraíso, São Paulo, 8 a 9 de novembro de 2018.

PETHS, Lucas Lisboa; LEAL, Paulo Roberto Figueira. **A popularização do futebol, o papel da mídia e a construção da identidade nacional brasileira**. Trabalho apresentado no XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2 a 5 de setembro, 2014.

RANGEL, Patrícia. **A Mídia e a Construção do Herói Esportivo**: análise da Revista Placar com Neymar crucificado. Trabalho apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 4 a 7 de setembro, 2013.

ROSA, Thiago. **França bicampeã da Copa**: glória, imigração e preconceito. Ludopédio, São Paulo, 2019.

RIO GRANDE, Prefeitura. **Município de Rio Grande**. Disponível em: <https://www.riogrande.rs.gov.br/pagina/rio-grande-2/#link>. Acesso em: fevereiro de 2023.

SALUTES, Bruno. **O que é streaming**, 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/o-que-e-streaming/>

SANTAELLA, Lucia. **A tecnocultura atual e suas tendências futuras**. Bogotá: Revista Signo y Pensamiento. Jan/jun, 2012.

SAQUET, Marco Aurélio; SPOSITO, Eliseu Savério (org.). **Territórios e Territorialidades**: teorias, processos e conflitos. Editora Expressão Popular: São Paulo, 2009.

_____. In SAQUET; SPOSITO. **Por uma abordagem territorial. Territórios e Territorialidades**: teorias, processos e conflitos. Editora Expressão Popular: São Paulo, 2009.

_____. In MUSCARÁ, Luca. **A heurística de Jean Gottmann: um dispositivo psicossomático. Territórios e Territorialidades**: teorias, processos e conflitos. Editora Expressão Popular: São Paulo, 2009.

_____. In SOUZA, Marcelo Lopes. **“Território” da divergência (e da confusão)**: em torno das imprecisas fronteiras de um conceito fundamental. Territórios e Territorialidades: teorias, processos e conflitos. Editora Expressão Popular: São Paulo, 2009.

SENADO, Agência. **Senado aprova projeto de lei do mandante para transmissões**, 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/08/24/futebol-senado-aprova-projeto-da-lei-do-mandante-para-transmissoes>.

TRIVELA. **História do brasileirão na TV o reinado da Globo e as brigas para mantê-lo**, 2019. Disponível em: <https://trivela.com.br/brasil/historia-do-brasileirao-na-tv-v-o-reinado-da-globo-e-as-brigas-para-mante-lo/>.

TV, Notícias. **Copa de 1970 foi em cores, mas maioria tinha TV preto e branca**, 2014. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/copa-na-tv/copa-de-1970-foi-em-cores-mas-maioria-tinha-tv-preta-e-branca-3722>.

VAQUER, Gabriel. **Como o Facebook conseguiu direitos sobre o primeiro Grenal da Libertadores**, 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2020/03/12/como-o-facebook-conseguiu-direitos-sobre-o-primeiro-gre-nal-da-libertadores.htm>.