

GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

GABRIEL HENRIQUE TEIXEIRA
MANUEL NARDI
MONISE ALMEIDA

Canarinho Hermano

Ginga e Garra

www.canarinhohermano.com

Relatório de qualificação apresentado em cumprimento parcial às exigências do Trabalho de Conclusão de Curso do Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Adventista de São Paulo – Campus Engenheiro Coelho. **Modalidade:** Projeto Experimental de Mídias Digitais - Webdocumentário.

Orientadora: Prof.a Dra. Karla Caldas Ehrenberg

RESUMO

A partir da produção de um Webdocumentário, este projeto explica em três capítulos sobre o fanatismo, diferenças e a rivalidade entre brasileiros e argentinos no futebol. Para o melhor entendimento, foram produzidos conteúdos audiovisuais, textos e áudios, com uma linguagem informal e descontraída, com o intuito de facilitar o entendimento do público alvo. A escolha do tema deve-se pelo destaque do futebol na mídia e por ser a paixão nacional. A definição de Brasil e Argentina se deu devido ao protagonismo futebolístico, político e econômico desses dois países na América do Sul. Além disso, foi explorado, através do formato escolhido, o surgimento de uma das relações de rivalidade e semelhanças mais icônicas e evidentes do futebol latino americano. Foi estudada a origem dessa rivalidade que persiste entre as seleções e clubes pré-selecionados, a identidade e cultura das populações de ambos os países para se obter um bom embasamento. Através de entrevistas com especialistas da área e um estudo de campo, busca-se entender, explicar e comparar o fanatismo pelo futebol entre brasileiros e argentinos.

Palavras chaves: Jornalismo esportivo; Webjornalismo; Webdocumentário; Futebol; Rivalidade.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	3
2 OBJETIVOS.....	4
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
3 JUSTIFICATIVA.....	5
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	8
4.1 WEBDOCUMENTÁRIO.....	8
4.2 ESPORTE NA SOCIEDADE.....	12
4.2.1 FUTEBOL NO BRASIL.....	15
4.2.2 FUTEBOL NA ARGENTINA.....	18
4.3 FUTEBOL: RIVALIDADE BRASIL E ARGENTINA.....	21
4.4 JORNALISMO ESPORTIVO.....	23
5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....	28
5.1 CONTEÚDO DO SITE.....	30
5.2 PÚBLICO ALVO.....	32
5.3 LINHA EDITORIAL.....	33
5.4 FONTES.....	34
6 ORÇAMENTO.....	46
7 CRONOGRAMA.....	47
REFERÊNCIAS.....	47
ANEXOS.....	52

1 INTRODUÇÃO

Quando o assunto é conquistas no futebol, Brasil e Argentina são os países que mais se destacam ao redor do mundo. A Seleção Brasileira é a maior vencedora em Copas do Mundo, com cinco conquistas. Além disso, soma mais nove Copas América e quatro Copas das Confederações, ao passo que a seleção da Argentina soma três Copas do Mundo, 15 Copas América, maior campeã ao lado do Uruguai, e uma Copa das Confederações. Diante disso, com a conquista da Copa do Mundo no Qatar de 2022, os *hermanos* se consolidaram de maneira isolada como a seleção com mais conquistas de todo o planeta, com 22 títulos. Logo em seguida vem, justamente, a seleção canarinho, com 20 (LOIS, 2022).

No retrospecto direto entre as seleções são 108 jogos, com o Brasil tendo uma ligeira vantagem, com 43 vitórias, contra 39 da Argentina e 26 empates. Em duelos de Copa do Mundo, que teoricamente são os mais importantes, as equipes se enfrentaram em apenas quatro oportunidades, com a seleção *canarinho* saindo vitoriosa por duas vezes, um empate e uma vitória para o lado argentino (LANCE!, 2022).

Quando se fala na maior competição de clubes da América Latina, a Copa Libertadores, os destaques também ficam por conta dos clubes brasileiros e argentinos. O Brasil soma 23 títulos da competição entre onze clubes diferentes, enquanto a Argentina conta com 25 conquistas, sendo oito os clubes campeões. É importante ressaltar que nos últimos sete anos, os títulos ficaram em seis oportunidades com brasileiros (Grêmio em 2017, Palmeiras em 2020 e 2021, Flamengo em 2019 e 2022 e Fluminense em 2023) e apenas uma com os argentinos (River Plate em 2018) (LANCE!, 2023).

Entretanto, a rivalidade existente entre os dois países não se restringe apenas ao esporte. Importante destacar que a história entre Brasil e Argentina se cruzou na época colonial, em um período conflituoso devido aos interesses territoriais e militares na América do Sul. Dominados por Portugal e Espanha, respectivamente, a rivalidade era um reflexo do antagonismo que acontecia na Europa entre os países ibéricos. Posteriormente, mesmo após a independência dos brasileiros e argentinos, os países protagonizaram conflitos territoriais na região onde se encontra o Uruguai, além das Guerras da Cisplatina e do Rio do Prata. Os confrontos foram, em grande parte, responsáveis por gerar uma tensão entre as duas nações (HIGA, [s.d]).

Para o desenvolvimento do trabalho, foi realizado um estudo da história do futebol, suas relações com a cultura e a identidade nesses países. Além disso, foram efetuadas entrevistas com jornalistas brasileiros e argentinos, torcedores dos clubes escolhidos, professores especializados no tema e um estudo de campo. Dessa maneira, foi traçada uma linha comparativa para entender a respeito do fanatismo e identificação entre brasileiros e argentinos no futebol. Do mesmo modo, foi destacado o que vai além da rivalidade no esporte, como o histórico de conflitos e o racismo, trazendo questões importantes para a compreensão do assunto.

Dentro do webjornalismo, o formato escolhido para a execução do tema é o Webdocumentário, pois aplica o uso de imagens, textos hiperlinkados, vídeos, infográficos, entrevistas e áudio, que tem espaço de destaque para atrair a atenção do público alvo. Contudo, para facilitar o entendimento, busca-se utilizar uma linguagem informal, descontraída e futebolística, desenvolvendo uma familiaridade com os interessados pelo conteúdo.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Realizar a produção de um Webdocumentário, com o intuito de apresentar a origem, desenvolvimento e como se mantém a rivalidade e a aproximação entre Brasil e Argentina dentro do futebol.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar o contexto histórico político, os conflitos diplomáticos e territoriais para o desenvolvimento da rivalidade instalada entre os países;
- Apresentar embates importantes entre as respectivas seleções em Copas do Mundo e confrontos entre os clubes brasileiros e argentinos definidos na disputa pela Copa Libertadores;
- Trazer curiosidades dos clubes pré-selecionados, das seleções brasileiras e argentinas ao longo de suas histórias para enriquecer os conteúdos;

- Mostrar a importância do futebol para a construção de identidade tanto de argentinos, quanto de brasileiros;
- Explorar os aspectos da indústria do futebol nos dois países. Trazer números de audiência, movimentações financeiras e consumo de mídia de clubes e atletas.

3 JUSTIFICATIVA

O antagonismo que observamos no futebol entre Argentina e Brasil tem sua origem em atritos e fatos relatados do século XIX, período histórico em que os dois países disputavam a liderança regional na América do Sul (FAUSTO *apud* CARMO, 2022).

Entre os anos de 1825 a 1828, período em que estes países lutavam pela região da Cisplatina - localidade que hoje é o Uruguai - para ver quem teria poder sobre a região, percebeu-se que tal rivalidade fora assimilada pelos povos envolvidos, e com isto desencadeou situações históricas e adentrou para outros setores, como no caso do futebol (FAUSTO *apud* CARMO, 2022).

Ambos os países suportavam um desenvolvimento econômico e social insuficiente, resultado da péssima gestão e das escolhas feitas para conduzir o país, o que condicionou na formação dos estados, bem como na adaptação aos desafios externos, durante o século XX, como explica Almeida (2005, p.15).

Durante muito tempo, prevaleceu no Brasil a noção de que a Argentina era bem mais desenvolvida, graças a um maior componente “europeu” na sua formação étnica e aos maiores cuidados com a educação do seu povo. Depois, prevaleceu na Argentina a noção de que o Brasil foi mais bem sucedido na industrialização e no fortalecimento da base econômica, graças ao maior envolvimento de seu Estado na gestão macroeconômica, em lugar do liberalismo praticado naquelas margens da bacia do Prata.

Tanto o Brasil, como a Argentina evoluíram e conseguiram melhorar a situação econômica e social com o passar dos anos. Fruto disso foi que a Argentina passou a ter um olhar diferente em relação ao estado brasileiro, vendo-o como um "ator global de peso", e por sua vez, o Brasil deixou de ser considerado como "pequeno" pelos argentinos (RODRIGUES *apud* CARMO, 2016).

No que se refere à economia destes países, segundo Álvarez (2022), em seu texto publicado no portal Bloomberg Línea, em dados apresentados em abril de 2022, o Brasil apresenta o maior PIB da América Latina com um valor estimado em US \$1,83

trilhão. Logo em seguida, vem o México com US \$1,32 trilhão e a Argentina com US \$564,2 bilhões.

Adentrando no ponto do futebol, como mencionado anteriormente, Brasil e Argentina se destacam como os maiores países da América do Sul quando se trata deste esporte. No entanto, essa relação de rivalidade, que outrora se encontrava na política, chega a refletir no meio futebolístico. O futebol, como outros esportes, tem a capacidade de conectar uns aos outros, de uma extremidade a outra, conexão entre povos e cultura (GUÉGAN *apud* CASTILHO & JÚNIOR, 2019). Neste caso, há vezes em que o futebol foi usado como instrumento para amenizar as relações entre as nações.

No entanto, a escolha do tema deve-se, pela notória importância que o Brasil e a Argentina representam para o futebol mundial e, especificamente no continente sul-americano, quando se trata das seleções, bem como dos clubes nestes países. Ademais, também motivou a escolha do tema, a participação e destaque que os dois países tiveram recentemente na maior competição entre seleções de futebol do planeta, a Copa do Mundo do Qatar em 2022. Além de uma das figuras nesse projeto, ter sido campeã do mundo, a Argentina, a Seleção Brasileira sempre tem destaque nesse período por seu favoritismo na modalidade e por ser a única que participou de todas as edições da competição.

Os jogos entre Brasil e Argentina são sempre muito aguardados e têm um alto nível de audiência, tanto no Brasil quanto na Argentina. Além do público local dos dois países, os jogos entre eles também atraem atenção internacional. Uma audiência considerável e apaixonada, é o que os dois países proporcionam. Existem muitos jogos importantes entre eles e a audiência pode variar dependendo da competição, da fase do torneio e de outros fatores. No entanto, aqui estão alguns exemplos de jogos importantes e suas respectivas audiências.

A transmissão de Brasil x Argentina pela final da Copa América 2021 marcou altos números de audiência em todo o Brasil. O jogo terminou com a vitória da Argentina por 1 a 0 e com os telespectadores engajados. Segundo dados obtidos pelo Notícias da TV, a partida marcou 20,3 pontos de média, com 24 de pico na grande São Paulo, o principal mercado de televisão do país. O índice é de bola rolando, das 21h às 22h15. Já no Sistema Brasileiro de Televisão, SBT, a partida alcançou 22 pontos com pico de 26 em alguns momentos. Em Recife, o SBT atingiu 31 com pico de 35. Enquanto a Globo ficou entre 8 e 16. A semifinal da Copa América de 2019 entre

Brasil e Argentina, também foi um momento evidente do interesse dos telespectadores pelo combate, no qual a Globo chegou a marcar 44 pontos (UOL, 2021).

Por outro lado, também tem dados que demonstram um grande interesse do brasileiro pelo futebol da própria seleção Argentina. Além da final da Copa do Mundo que gerou a maior audiência da Globo na competição, o duelo bateu a marca de 36 pontos no Painel Nacional de Televisão (PNT), que mede a audiência nos 15 principais mercados do Brasil, algo já esperado por ser a final (UOL, 2021).

Quando se trata da audiência de alguns clubes selecionados, de acordo com índices medidos pela empresa Kantar Ibope Media (2022), a partida entre Boca Juniors e Corinthians, válida pelas oitavas de final Copa Libertadores da América, realizada no dia 5 de julho de 2022, atingiu uma média de 13,1 pontos na região da grande São Paulo, registrando a maior audiência do canal SBT no período de 04/07/2022 a 10/07/2022. Vale ressaltar que um ponto de audiência corresponde a 1% de 7.658 casas e 20.538 indivíduos.

Já Palmeiras e River Plate se enfrentaram pelo jogo de volta da semifinal da Libertadores de 2020. A partida, que dava vaga para a final da competição, foi disputadíssima pelas duas equipes, o que culminou com uma média de 17,4 pontos de audiência para o SBT na grande São Paulo. (KANTAR IBOPE MEDIA, 2021). Outra partida que teve grandes números de audiência foi entre Flamengo e Corinthians, nas quartas de final da Libertadores de 2022. O embate teve transmissão do SBT e teve uma média de 20,4 de audiência na grande São Paulo e 22,4 na região da grande Rio de Janeiro, com cada ponto de audiência representando 1% de 7.658 domicílios e 20.538 indivíduos em São Paulo e 4.981 domicílios e 12.572 indivíduos no Rio de Janeiro (KANTAR IBOPE MEDIA, 2022).

Conforme os dados apresentados, é possível concluir um grande interesse da população brasileira por jogos com essas seleções e clubes. Dessa maneira, o assunto se torna relevante a ser estudado devido a importância da história dos países envolvidos, curiosidade em relação aos números apresentados e o interesse da população. O futebol tem sido sistematicamente tema de debates em todos os veículos de comunicação. E nessas discussões, é claro, não faltam as opiniões e as análises de cunho político, social e ideológico (CALDAS, 1986, p.2).

Para abordar o assunto ou tema, optou-se pelo formato Webdocumentário, pois se busca trazer dinamismo e facilidade para os usuários, de modo que este, ao ter

contato com o produto, possa ser capaz de traçar seu próprio rumo quanto ao conteúdo, com base no seu interesse (CANAVILHAS, 2014, p.5).

Conforme Salaverría (2014, p.32) “a Web oferece uma plataforma de enorme versatilidade para a integração de formatos textuais, gráficos e audiovisuais”. Neste sentido, o uso de imagens, textos hiperlinkados, vídeos, infográficos, entrevistas e áudio, servem de base para o desenvolvimento e entendimento do produto, de modo a atrair a atenção do público alvo.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1 WEBDOCUMENTÁRIO

O jornalismo ao longo dos anos teve apenas o texto como linguagem. Mas, com as constantes inovações, no âmbito das tecnologias, houve a necessidade de se primar pela adaptação e adequação do fazer jornalismo, devido ao surgimento e crescimento da internet, que se instalou de forma holística na sociedade. Conforme Canavilhas (2007, p.31) "o desenvolvimento dos meios de comunicação social está intimamente relacionado com os avanços que ocorreram nos métodos de difusão".

Tal como aconteceu nos meios tradicionais, o desenvolvimento do webjornalismo também está umbilicalmente ligado aos processos de aperfeiçoamento da sua difusão. A identificação de uma linguagem que tire partido das características oferecidas pelo meio, por exemplo, tem sido condicionada pela instabilidade resultante do rápido desenvolvimento das tecnologias de acesso e pelo desequilíbrio geográfico que se verifica no campo do acesso à Internet (CANAVILHAS, 2007, p.32).

Criada em 1969, a web é considerada um dos maiores inventos do seu século, tendo revolucionado a maneira como as pessoas compartilham e acessam informações em todo o mundo. Uma plataforma aberta e acessível, uma parte integrante da vida moderna, facilitando a comunicação, conhecimento e o acesso a serviços e produtos.

O surgimento da internet mudou muitos aspectos da vida e hábitos pessoais e uma das principais mudanças nos últimos anos foi em relação ao consumo de informação. O que antes era acessível apenas em rádio, televisão, jornal impresso e revista, agora fica tudo à disposição dos cliques no celular. E se a informação era criada em redações jornalísticas por profissionais da área, hoje, qualquer pessoa pode divulgar e criar qualquer tipo de informação. A tecnologia transformou o jornalismo e entre suas novas características está a velocidade com que a informação é gerada e transmitida ao consumidor da notícia (OLIVEIRA, 2022, Online).

O jornalismo sempre se adaptou e evoluiu com as novas tecnologias. Com a chegada da Web, transformou significativamente a forma como as notícias são produzidas, compartilhadas e consumidas. A velocidade e a flexibilidade da web também permitiram que as notícias fossem atualizadas em tempo real, fornecendo um fluxo constante de informações para o público em geral. Sem contar a possibilidade que trouxe sobre a inclusão de recursos multimídia, como fotos, vídeos e gráficos interativos, que ajudam a complementar e enriquecer a experiência do usuário.

O jornalismo online potencializou-se e criou novas maneiras de se apresentar, mas sem perder o compromisso de levar a informação da maneira mais eficaz e didática possível. Entre os traços da hipermídia, estão os textos hiperligados. Ventura (2009, p.77) enfatiza que, “no hipertexto, as interrupções de leitura e as rupturas cognitivas são as marcas mais imediatas do percurso”, com isso, o leitor pode ter acesso às informações extras dentro do próprio texto, utilizando-se do recurso de hiperlinks.

Outras características da web são o dinamismo e sua constante evolução. Arnaut (2011, p.273), explica que "em nosso entendimento, o mundo é transmídia desde a existência do homem, mas a velocidade proporcionada pela internet e pelas redes sociais nos levam a chamar os tempos atuais de “Era transmídia”.

A linguagem direcionada exige características singulares eficazes para a rede e interação direta com o consumidor, que não se contenta com uma simples leitura e escrita passiva. Uma delas é a multimídia. Em um conteúdo desenvolvido para a internet outras opções de interação e formadores de opiniões precisam existir. Jenkins (2006, p.40) entende que “as interpretações sobre o produto que cada indivíduo possui, surgem devido suas experiências vividas, isso forma a convergência”. Assim, quando ele tem a possibilidade de entrar em contato com outros meios diferentes de receber a mesma mensagem suas ideias podem se expandir.

A organização característica dos meios tradicionais (oferta de informação hierarquizada por ordem de importância, na perspectiva do jornalista) não funciona no online: neste meio, os leitores procuram mais informação sobre os aspectos da notícia que lhe interessam. Assim, o mais importante passa a ser a oferta de uma notícia com todos os contextos necessários, sem perder a homogeneidade global do trabalho (CANAVILHAS, 2014, p.13).

Conforme Salaverría (2014, p.32) “a Web oferece uma plataforma de enorme versatilidade para a integração de formatos textuais, gráficos e audiovisuais”. Na mesma direção, Canavilhas destaca a definição de texto modelar proposta por Lévy (1993):

(...) ao falar de um conjunto de nós (palavras, páginas, imagens, gráficos, etc.) ligados por hiperligações, permitindo ao leitor desenhar o seu próprio percurso de leitura dentro de uma rede mais ou menos complexa (CANAVILHAS, 2014, p.5).

Ademais, é necessário destacar que a era digital em que nos encontramos é marcada por um dinamismo que influencia a produção e veiculação dos conteúdos jornalísticos e midiáticos. Quando a mídia tem a intenção de juntar os diversos elementos multimídia, de forma a passar a informação ou conteúdo de uma maneira simplificada ao consumidor, é necessário pensar na convergência.

Um processo chamado “convergência de modos” está tornando imprecisas as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações ponto a ponto, tais como o correio, o telefone e o telégrafo, e as comunicações de massa, como a imprensa, o rádio e a televisão. Um único meio físico – sejam fios, cabos ou ondas – pode transportar serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio – seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia – agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes (JENKINS, 2006, p.38).

A multimídia proporciona assistência para os veículos de comunicação ao trazer outras versões no mesmo meio, de maneiras diferentes, mas sobre um mesmo assunto ou parecidos.

É neste sentido que podemos dizer assertivamente que se trata de uma combinação de linguagens ou de formatos, referindo-se a texto, som, imagem, vídeo e outros. Importa destacar, entretanto, três acepções que são consideradas como principais para o conceito de multimídia: como multiplataforma, como polivalência e como combinação de linguagens (SALAVERRÍA, 2014, p.26).

Na primeira, referimo-nos àqueles casos onde distintos meios da mesma empresa jornalística articulam as suas respectivas coberturas informativas para conseguir um resultado conjunto. Para designar este tipo de modalidades de coordenação entre meios também se utilizam termos como “multiplataforma” ou, como é habitual no mundo jornalístico anglo-saxão, *cross-media*. A segunda, outra expressão que se tornou bastante comum nos últimos anos foi “jornalista multimídia”. Neste caso, o adjetivo descreve um novo perfil de jornalista caracterizado por acumular distintas tarefas que no passado eram desempenhadas por diferentes profissões. Este processo de multiplicação de disciplinas foi propiciado por múltiplos fatores, entre os quais se destacam especialmente a convergência das tecnologias digitais e a reconfiguração das empresas jornalísticas (SALAVERRÍA, 2014, p.27-28).

Portanto, conforme Salaverría (2014, p.29), "a terceira acepção de multimídia é a mais usual e, de fato, a única que consta no dicionário da Real Academia Espanhola (RAE). Para esta instituição, o adjetivo “multimídia” designa aquilo que utiliza conjunta e simultaneamente diversos meios, como imagens, sons e texto, na transmissão de uma informação".

Contudo, essas estratégias para produzir um conteúdo interativo, dinâmico e com muitas vertentes são indispensáveis na revisão, desenvolvimento e no produto

final. Nisto, segundo o autor, há uma movimentação nos conteúdos por meios de diversas plataformas, o que através da unificação de indústrias midiáticas diferentes, permite uma linguagem estratégica e fluída para o consumidor. Entretanto, reflete nessa relação, como aponta Jenkins (2006, p.28), sobre o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor, que podem ter maneiras imprevisíveis de interação. É neste sentido que Concha Edo (2007, p.11) entende que:

Escrever textos jornalísticos para a internet exige uma revisão dinâmica dos modos habituais de apresentar a informação, de uma estrutura textual, do seu estilo e das características dos seus leitores, aos que a interatividade característica da rede os converte em atores que atuam com os meios de comunicação e os jornalistas.

A hipermídia fornece uma interação instantânea, prática e conjunta através de comentários, sites, links entre outros. Ferramentas com textos hiperlinkados, links que são características do meio, com a oportunidade de o leitor ter informações aprofundadas sobre determinado assunto.

Outra característica muito forte no digital é a cultura participativa. Como o nome já diz, depende intensamente da participação ativa do leitor. O conteúdo é transmitido através de variadas mídias e plataformas, incentivando a conexão entre os produtores e consumidores. "O interesse dos leitores aumenta quando eles podem opinar, principalmente se podem fazer isso em tempo real" (EDO, 2007, p.21).

Na esfera da web, é possível o acesso a diversos conteúdos com interação. Uma consequência da hipermídia que fornece ao leitor a possibilidade de ver uma mesma notícia de diversos ângulos e proporciona uma interação de forma prática através de links, caixas de sugestões e contato com o site, entre outras ferramentas.

Contudo, tendo em consideração a história do jornalismo, entende-se que certas mudanças ocorreram, conforme discorrido anteriormente. O jornalismo digital é uma dessas mudanças, que buscou adaptar a linguagem, e outras características às mais variadas tecnologias, tendo como uma característica bem presente a interatividade, permitindo que cada usuário ou leitor pudesse se aprofundar naquilo que é de seu interesse, através da facilidade que as plataformas proporcionam, de no mesmo veículo poder acessar várias informações. Tudo isso contribui para criação e distribuição do produto jornalístico, e ao mesmo tempo permite que as empresas de comunicação alcançassem os resultados que buscam no âmbito econômico.

4.2 ESPORTE NA SOCIEDADE

O esporte exerce tamanha importância para a formação da vida social dos cidadãos. A partir dele, amizades e histórias são construídas, é possível ter uma vida mais saudável, e caso o praticante atinja a sua excelência em certa modalidade, há uma probabilidade concreta de se estabelecer como um atleta profissional, com potencial para promover uma transformação substancial na condição socioeconômica de sua família e atrair significativa atenção midiática devido ao êxito alcançado.

Questões como a educação, respeito, pertencimento, competitividade e valorização da cultura do seu país, são algumas das características derivadas do esporte. “Por se tratar de um fenômeno que exerce transmissão e renovação cultural, pois deriva das características de seus praticantes, o esporte transmite valores, e por isso colabora para a formação humana” (GUTIERREZ et. al., 2007, p.231).

Independente da modalidade, o esporte está presente em várias escalas, desde uma simples brincadeira de criança, uma competição amadora ou em grandes eventos esportivos, como os Jogos Olímpicos e Copas do Mundo. Segundo os autores GUTIERREZ et al. (2007), os valores do esporte se diferenciam de acordo com o tipo de prática. Em algumas situações ele inspira uma concorrência, comparações, a busca por ser o melhor. Já em outras, o esporte transmite algo como inclusão, trabalho em equipe, reconhecimento de si próprio e colaboração.

E nessas competições ou em qualquer outra, para quem gosta de acompanhar e apoiar a equipe ou atleta representante de seu país, é algo que faz com que se sinta parte dessa nação. Morgan & Summers (2008, p.69-70) afirmam que “o esporte de fato une as pessoas fisicamente e também tem o poder de uní-las emocionalmente ao criar um sentimento de apoio mútuo a um time ou mesmo a um país”.

Entretanto, é importante que o esporte como um todo seja analisado e não reduzido simplesmente pelos mínimos detalhes, por serem práticas diversas e ricas, é importante que se olhe de forma profunda, ao ponto de percebermos o que tais atividades querem passar como mensagem (CASTILHO & JÚNIOR, 2019). Isto é, "o esporte se expressa, primeiramente, de acordo com o sentido que lhe é dado, e também sob as regras da modalidade esportiva em questão" (GUTIERREZ et. al, 2007, p.230).

Guégan *apud* Castilho & Júnior (2019), entende que o esporte habitualmente é definido como uma atividade de proximidade, na medida em que poderíamos fazer uma analogia com a ironia expressa por Napoleão: o amor e a guerra só são possíveis pela presença do adversário. "O esporte tornou-se um fenômeno internacional, componente

das relações internacionais. De um lado, sociedade transnacional, por outro lado, instrumento de paz e “guerra” entre as Nações" (CASTILHO & JÚNIOR, 2019, p.16).

Pierre Milza *apud* Castilho & Junior (2019, p.16) entende que "o esporte é bem mais que um jogo, vai além de uma vitória ou de uma derrota. O esporte, enquanto campo, é o mundo em miniatura, ele possui suas especificidades, suas crises e seus sucessos. Ele está inserido no meio social e é seu reflexo". Acrescenta ainda:

Fenômeno de massa, presente atualmente em todas as partes do planeta, atravessado por todas as ideologias do século, indicador de soberania e declínio das Nações, ora revelador, ora manipulador do sentimento público, substituto da guerra e instrumento de diplomacia, o esporte é o centro da vida internacional. Mas é igualmente seu constituinte, um reflexo da vida internacional e um meio de política de relações exteriores (MILZA *apud* CASTILHO & JÚNIOR, 2019, p. 16).

O esporte desde os tempos antigos tem sido utilizado para diversas situações, buscando significado para cada povo e cultura. "Como exemplo dessa possível inter-relação, já nos Jogos Antigos, 776 a.C., era possível perceber o poder do esporte nas relações entre as cidades gregas" (CASTILHO & JÚNIOR, 2019, p.17).

As relações internacionais, essa questão de geopolítica é muitas vezes, senão em todo momento revelado através do esporte. "Nele encontramos as oposições, as composições, suas estruturas e seus atores principais. Por meio dele, as Nações se mostram para o mundo, através das suas convergências e/ou divergências" (CASTILHO & JÚNIOR, 2019, p.17).

O campo esportivo porta uma historicidade e memórias próprias que revelam seus homens, suas histórias e seus poderes que o organizam e o dirigem. Ao se constituir desta forma, o esporte oferece espaço para que diferentes partes do mundo utilizem do seu território – ou tabuleiro mundial – para manipular ou jogar suas relações internacionais, suas relações exteriores. Tal situação é tanto mais verdadeira que, nas modalidades esportivas de confronto direto entre os oponentes, a disputa é representada frequentemente como um simulacro militar ou como um substituto da guerra, ou seja, uma maneira de prolongar a diplomacia e as rivalidades entre seus protagonistas por outros meios (CASTILHO & JÚNIOR, 2019, p.18).

Existem vários exemplos que podem mostrar como o esporte foi usado para outros fins, em favor de determinado país e em determinada situação. Uma situação que podemos destacar seria o que ocorreu na Copa do Mundo de 1978 na Argentina. O país experimentou duas situações bem diferentes: lutava contra a ditadura e teve a euforia popular por serem o país sede para o Mundial daquele ano. Durante vários anos, houve a tentativa de sediar a copa, mas sem sucesso, justamente no ano mais conturbado na história do país, teve o direito de sediar (DANTAS, 2014).

A própria indicação da Argentina como sede do mundial já envolveria fatores extracampo. Apesar das denúncias de violação de direitos humanos e perseguições políticas, o recém-eleito presidente da FIFA, João Havelange, sustentou a

permanência do torneio no país por dever à AFA (Associação de Futebol Argentino) o apoio que recebera à sua candidatura. Ribas (2010: 206) afirma que no discurso em que defendia a manutenção do mundial na Argentina, Havelange teria dito que “o mundo terá a oportunidade de conhecer a verdadeira Argentina” (DANTAS, 2014, p.25).

Entretanto, o mundo não ficou silente, vários movimentos se levantaram para mostrar descontentamento pela escolha da Argentina como sede e denunciar as violações dos direitos humanos que ocorriam naquele país. "Duas importantes personalidades do esporte - o alemão Breitner e o holandês Cruyiff – resolveram aderir ao movimento de boicote aos jogos e se negaram a acompanhar suas seleções" (DANTAS, 2014, p.25).

Na Argentina, sobre um espectro ditatorial, os militares que eram comandados por Jorge Rafael Videla, procuraram os serviços da *Burson Marsteller*, uma agência de Relações Públicas, especializada em propaganda de governos ditatoriais, com o objetivo de através de uma campanha internacional, apresentar uma "Argentina de paz" (DANTAS, 2014).

Necessitando de um aparato propagandístico para sustentar o regime ditatorial, os militares encontraram no futebol – esporte mais popular do país – uma forma de ocultar as atrocidades que cometia. De acordo com Dowdle (2011), desde o início o governo militar passou a gerir a programação televisiva, com ênfase no campeonato de futebol nacional, que muitas vezes era utilizado como trampolim político, já que bastava um indivíduo obter sucesso no futebol para adquirir visibilidade pública e, conseqüentemente, poder político (DANTAS, 2014, p.27).

No âmbito da comunicação, houve certa mudança, os militares investiram na modernização dos meios de massa, destaque para a Televisão, que passou a transmitir os jogos a cores, o que não ocorria antes da copa (HEIZER *apud* DANTAS, 2014).

Entre as quatro linhas, a participação da ditadura é ainda cercada de mistérios. A partida entre Argentina e Peru, na segunda fase do torneio, ainda gera muita desconfiança, já que para avançarem à final, os argentinos precisavam vencer o Peru – uma seleção qualificada na época - por uma diferença de quatro gols. A partida terminou 6x0 para os locais, com surpreendente facilidade. Curiosamente, semanas mais tarde, o governo de Videla doaria 35 mil toneladas de trigo para o país andino (DANTAS, 2014, p.29).

A Argentina conseguiu sagrar-se campeã diante da Holanda, fazendo com que a população saísse às ruas para comemorar o primeiro título mundial, e ao mesmo tempo fez com que o governo começasse a sua campanha de direitos humanos. Embora os gastos do mundial tenham piorado a situação econômica do país, sustentou Videla no poder por mais três anos (DANTAS, 2014).

Contudo, o esporte vai mais além do que muitas vezes imaginamos, é importante que não reduzamos ele à certa modalidade, realidade ou grupo. Cabe

entender que ele deve ser analisado e estudado através do significado que lhe é atribuído, tendo em consideração o contexto que estará inserido, portanto, essa contextualização se refere às possibilidades que o fenômeno oferece dentro do todo.

É neste sentido que Gutierrez et. al. (2007, p.231), entendem que "o esporte seria um fenômeno sócio-cultural que engloba diversas práticas humanas, norteadas por regras de ação próprias, regulamentadas e institucionalizadas, direcionadas para um aspecto competitivo, seja ele caracterizado pela oposição entre sujeitos ou pela comparação entre realizações do próprio indivíduo, que se manifestam através da atividade corporal".

Portanto, essas práticas podem ou não se expressar através de confrontos diretos entre sujeitos, de mensuração de performances, de nomeação de vencedores ou destaques, mas sempre expressam o desejo de realização do ser humano que encarna a necessidade, entre outras, de emocionar-se, superar-se, jogar, brincar e comunicar-se. Sem o esporte, o desenvolvimento cultural do homem fica mais pobre (BENTO *apud* GUTIERREZ et. al., 2007).

4.2.1 FUTEBOL NO BRASIL

O futebol, uma verdadeira paixão nacional brasileira, surgiu no país no final do século XIX, quando um estudante paulista, Charles Miller retornou de seus estudos da Inglaterra no ano de 1894 e trouxe consigo alguns equipamentos para a prática do esporte, como bolas, uniformes e um livro com as regras do futebol. A primeira prática do futebol foi realizada pelo São Paulo Athletic Club, fundado em 1888, uma equipe formada por colonos ingleses (FRANCO, [s.d]).

No dia 14 de abril de 1895, aconteceu a primeira partida de futebol do Brasil, entre as equipes da Companhia Ferroviária de São Paulo (São Paulo Railway Company) e a Companhia de Gás de São Paulo (São Paulo Gaz Company), que eram formadas por ingleses que moravam na capital paulista. A equipe do São Paulo Railway saiu vencedora pelo placar de 4 a 2. O Sport Club Rio Grande, do Rio Grande do Sul, é o clube de futebol mais antigo do Brasil, que segue em atividade até hoje, fundado em 19 de julho de 1900 (LANCE!, 2023).

No estado do Rio de Janeiro, o primeiro clube de futebol foi o Fluminense Football Club, fundado no ano de 1902 (FRANCO, [s.d]). Outros clubes, como o Clube de Regatas do Flamengo e o Clube de Regatas Vasco da Gama, embora

fundados em 1895 e 1898, respectivamente, eram clubes direcionados para a disputa da modalidade do remo (LANCER!, 2023). No ano de 1901 foi formada a Liga Paulista de Futebol, a primeira liga de futebol de todo o Brasil. Em 1905, surgiu a Liga Metropolitana de Football do Rio de Janeiro (FRANCO, [s.d]).

Em 1914, foi fundada a Confederação Brasileira de Futebol, na época chamada de Federação Brasileira de Sports (FBS). Neste mesmo ano, no dia 21 de julho, a Seleção Brasileira enfrentou os ingleses do Exeter City, no campo da Rua Guanabara, conhecido hoje como Estádio das Laranjeiras. O Brasil saiu vitorioso pelo placar de 2 a 0, na partida que ficou conhecida como a primeira de sua história. No ano de 1916, o nome foi alterado para Confederação Brasileira de Desportos (CBD), e finalmente no ano de 1979, para se adequar a uma exigência da FIFA que determinava obrigatoriedade das entidades nacionais serem exclusivas ao desenvolvimento do futebol, a CBD passou a se chamar Confederação Brasileira de Futebol (CBF) (CBF, 2020).

No início, o futebol era seletivo, e as equipes de futebol eram formadas apenas por estudantes brancos e ricos. Com o passar dos anos, os clubes foram abrindo as suas portas para jogadores que não eram de classe alta, inclusive os negros. O Vasco da Gama foi um clube pioneiro na luta contra o racismo no futebol brasileiro. A equipe incluiu jogadores negros no seu elenco, o que contribuiu para a profissionalização do futebol no Brasil e a queda do monopólio de jogador branco. (FRANCO, s.d).

Em 1950, o Brasil foi escolhido para sediar a Copa do Mundo. Com uma ótima equipe, a seleção chegou à final contra o Uruguai e ao contrário do que muitos pensavam, não tiveram um resultado esperado. O estádio recém construído do Maracanã, sediado no Rio de Janeiro, contou com a presença de aproximadamente 200 mil espectadores que assistiram de perto a derrota do Brasil com o placar final de 2 a 1 para a Seleção Uruguaia. O país finalmente conquistou seu primeiro título mundial há 65 anos, em 1958, quando enfrentou os donos da casa, a Suécia. A Seleção Brasileira venceu a seleção da Suécia pelo placar de 5 a 2, com gols convertidos por Vavá e Pelé, que marcaram duas vezes, e Zagallo para o Brasil, e Liedholm, para a Suécia. Desde então, a *seleção canarinho* se tornou a maior campeã mundial, com cinco taças conquistadas, o futebol tornou-se parte fundamental da cultura brasileira, sendo uma potência mundial nesse esporte. Hoje, o Brasil é referência, conhecido como "o país do futebol", a única seleção pentacampeã mundial.

Conhecido como uma das modalidades mais populares e amadas no Brasil, mais do que apenas um esporte, é parte integrante da cultura brasileira. Ele é capaz de unir pessoas de diferentes classes sociais, regiões e etnias em torno de um interesse comum, proporcionando um senso de identidade e pertencimento.

O futebol é uma das principais fontes de identidade cultural do país. Capaz de mobilizar e atrair milhões de pessoas, o futebol pode ser entendido como uma forma cultural que promove a integração do país, fazendo com que a sociedade encontre um sentido de totalidade raramente encontrado em outras esferas da vida social. É neste universo que observamos, frequentemente, indivíduos de diferentes classes sociais, raças e credos se transformarem em “iguais” através de um sistema de comunicação que os leva a abraços e conversas informais nos estádios, ruas, praias e escritórios (HELAL, 1996, p.1).

Segundo Helal & Brinati (2014), por meio do futebol, o Brasil demonstra para todo o mundo o seu modo de ser e de viver, sua cultura, características e sua identidade. É nele que nos sentimos parte de uma nação e não se encontra diferença entre raça e classes sociais, mas sim brasileiros aglutinados de corpo e alma que defendem um senso comum. A cultura que conhecemos de nós brasileiros, é daquele “jeitinho brasileiro”, malicioso, esperto, que resolve qualquer situação de forma criativa e imprevisível. Uma ginga que podemos reconhecer na capoeira, samba e claro, no futebol (HELAL & BRINATI, 2014).

Em todas as camadas sociais do Brasil o futebol está presente. Desde as peladas nas ruas e campos de várzea até os grandes clubes. Além disso, também se tornou uma forma de expressão e uma maneira dos brasileiros mostrarem seu talento, criatividade e habilidade, uma parte essencial da identidade brasileira. Segundo Helal (1996, p.1) "o futebol tem uma importância crucial para o sentido de coletividade ao estimular as diferenças e rivalidades entre grupos sociais distintos ao mesmo tempo em que os integra".

Até mesmo na economia do país, o futebol tem um papel importante. Clubes são empregadores e geram muitas receitas por meio de patrocínios, venda de ingressos, merchandising e direitos de transmissão. Porém, no Brasil, o futebol é muito mais do que uma indústria ou uma atividade esportiva, ele tem um papel importante na cultura e na vida do brasileiro.

O futebol foi um dos pilares da construção da identidade nacional nos anos 1930 no Brasil. Entendemos que a nação não seria apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos, um sistema de representação cultural. As pessoas partilham a ideia de nação de forma que a cultura nacional se tornou uma característica chave da industrialização e um dispositivo da modernidade (HELAL, 1996, p.1).

Os estádios são lugares de celebração, onde as pessoas se reúnem para torcer e vibrar juntas. As cores dos times, as bandeiras e os hinos são símbolos de identidade e orgulho para os torcedores, um aspecto cultural significativo que ultrapassa às quadras. Até mesmo a linguagem falada do brasileiro tem características de influência do futebol. Um esporte que transcende fronteiras sociais, econômicas e regionais, e une as pessoas em torno de uma paixão comum.

O próprio português falado no Brasil, por exemplo, é permeado de expressões retiradas do universo futebolístico, o que, por si só, já revela traços cruciais da penetração deste esporte na formação do nosso ethos cultural. As manifestações oriundas deste esporte atuam no espaço urbano demarcando e deslocando espaços e ditando normas sociais ao mesmo tempo em que pega emprestado de outras manifestações culturais, gestos, danças e coreografias para a produção do espetáculo (HELAL, 1996, p.3).

O Brasil é considerado uma das maiores potências do futebol mundial, como já comentado, tendo sido o único a conquistar cinco títulos de campeão do mundo nos anos de 1958, 1962, 1970, 1994 e 2002. Além disso, soma nove conquistas da Copa América, quatro Copa das Confederações, e duas medalhas olímpicas de ouro em 2016 e 2021 (TRANSFERMARKT, 2023). Com isto, a camisa da equipe do Brasil é conhecida como uma das mais “pesadas” de todo o futebol, uma camisa que “entorta varal”. Ou seja, uma gíria futebolística que quer dizer que o time tem uma história tão vitoriosa que a camisa fica “pesada”, existe uma pressão sobre os jogadores para usar o uniforme e redarguir as expectativas.

Quando assistimos a um jogo da Seleção Brasileira de futebol, vemos na camisa amarela um dos símbolos nacionais. É como se ela demonstrasse e representasse que ali existe um brasileiro, seja na torcida ou em campo, como se ele impusesse o brasão da república ou a bandeira nacional. No exterior, o Brasil é reconhecido pela sua camisa amarela em qualquer lugar (MOSTARO et. al, 2014, p.63).

O país é também a pátria de alguns dos maiores jogadores da história do futebol, como Pelé, Garrincha, Romário, Ronaldo, Ronaldinho Gaúcho e Rivaldo, entre outros. O Brasil é o país com o maior número de prêmios de melhor do mundo da FIFA, conhecido como “FIFA The Best”. Ao todo foram oito conquistas, com Ronaldo (3 vezes), Romário, Rivaldo, Ronaldinho Gaúcho (2 vezes) e Kaká (PLACAR, 2022).

4.2.2 FUTEBOL NA ARGENTINA

O futebol é também a principal paixão dos argentinos. Na Argentina, assim como no Brasil, o futebol está enraizado em todas as camadas da sociedade, desde crianças brincando nas ruas até os fãs mais fervorosos.

Os documentos históricos existentes indicam que o primeiro jogo desse esporte foi disputado no país no dia 20 de junho de 1867, época em que a Argentina ainda convivia com guerras civis, a Patagônia estava sob o domínio indígena e a Guerra do Paraguai seria prolongada por mais três anos. Paradoxalmente, o futebol argentino nasceu graças ao aristocrático e complexo críquete, já que os participantes desse *match* inaugural eram sócios do Buenos Aires Cricket Club, no bairro de Palermo. Suor abundou na estreia, disputada principalmente por anglo-argentinos: em vez de 11 jogadores para cada time, os organizadores somente puderam reunir oito homens para cada lado (PALACIOS & CHACRA, 2014, p.47).

Ademais, no final do século XIX, quando imigrantes britânicos introduziram o futebol no país, após o seu surgimento, suas primeiras cinco décadas de desenvolvimento também resultaram do trabalho destes, porém, o futebol local foi rapidamente impregnado de imigrantes (e dos filhos destes) italianos e espanhóis (PALACIOS & CHACRA, 2014).

No período entre 1880 e 1882, cerca de 500.000 imigrantes chegaram à Argentina, e um deles, Alejandro Watson Hutton, trouxe em sua bagagem itens que não eram comuns na época e que causaram certa confusão: bolas de futebol. Hutton, um britânico nascido em Glasgow, Escócia, e formado em ciências humanas pela Universidade de Edimburgo, desembarcou em 1882 para assumir o prestigioso Saint Andrew College, onde introduziu a prática esportiva e a cultura física. O interesse pelo futebol cresceu entre os alunos, mas seu relacionamento com as autoridades escolares deteriorou-se. Isso levou Hutton a se afastar da instituição e fundar a English High School, a base do lendário time Alumni (SITE OFICIAL DA AFA, 2021).

Algo curioso é que ao olhar a lista de jogadores da seleção argentina de futebol durante o último século, se tem a sensação de estar lendo a escalação da *Squadra Azzurra*, seleção da Itália. "Dos dez maiores goleadores da história argentina, sete possuem sobrenome italiano: Batistuta, Maradona, Passarella, Masantonio, Sanfilippo, Messi e Pontoni" (PALACIOS & CHACRA, 2014, p.47).

Entretanto, o marco do futebol organizado na Argentina foi fundamental, embora não tenha sido suficiente, e isso ocasionou o crescimento explosivo dos clubes de futebol e a criação de outra entidade, a Associação de Amadores. Contudo, abriu caminho para a participação de um mesmo jogador em dois times ao mesmo tempo, gerando inúmeras polêmicas entre clubes e associações. Como resultado, foram realizados torneios paralelos entre 1912 e 1914 e entre 1919 e 1926 (SITE OFICIAL DA AFA, 2021).

No ano de 1926, houve a união dessas duas associações, a English High School e a Associação de Amadores, formando uma nova entidade, a Associação Argentina de Amadores de Futebol. No entanto, esse esforço não resolveu os problemas existentes. Após várias controvérsias, em 18 de maio de 1931, representantes de clubes como Atlanta, Boca Juniors, Chacarita, Estudiantes de La Plata, Huracán, Independiente, Platense, Quilmes, Lanús, Racing, River, Tigre, Vélez, Talleres, San Lorenzo, Argentinos Juniors e Ferro Carril Oeste se reuniram e decidiram fundar a Liga Argentina de Futebol (SITE OFICIAL DA AFA, 2021).

Em 31 de maio de 1931, teve início a era do campeonato profissional, com a participação de 18 times. Três anos depois, em 1934, ocorreu uma nova reestruturação da organização do futebol, dessa vez de natureza administrativa, e a entidade mudou de nome para "Associação Argentina de Futebol", como é conhecida até hoje (SITE OFICIAL DA AFA, 2021). Rapidamente, o futebol tornou-se parte essencial da vida social e cultural argentina.

O futebol na Argentina é uma coisa séria. Existem os fanáticos, seguidores e aqueles que, mesmo que não se interessem, sempre o têm ao virar da esquina, seja por um amigo, familiar, etc. Está sempre presente e é um estilo de vida para aqueles que o praticam e o assistem, gerando muita curiosidade nos olhos dos estrangeiros. Ir a um jogo é uma experiência tão semelhante e diferente ao mesmo tempo, que dezenas de turistas apaixonados por futebol vêm ao país a cada ano para tentar compartilhar e entender (SITE OFICIAL DA AFA, 2021).

Além disso, o futebol é uma forma de expressar a identidade nacional argentina. As cores azul e branca da bandeira do país estão presentes nos uniformes de muitos times de futebol, e a seleção nacional é conhecida como "La Albiceleste". Quando a Seleção Argentina joga em casa, os estádios se enchem de fãs vestindo camisetas nas cores da bandeira, entoando cânticos e dançando ao som de músicas tradicionais.

O futebol tem como denominador comum o torcedor, que é o grande protagonista depois dos jogadores. É pelo torcedor, suas formas, cantos, vestimentas, ações, crenças ou promessas, que o futebol argentino surpreende e atrai o mundo (SITE OFICIAL DA AFA, 2021).

O futebol também é motivo de orgulho para muitos argentinos. Quando a seleção conquistou a Copa do Mundo em 1986, esse feito foi considerado um momento de grandeza para o país. Os jogadores foram recebidos como heróis ao retornarem para casa, e a vitória foi vista como uma demonstração do talento e habilidade dos argentinos.

A paixão pelo futebol na Argentina não é algo fortuito. A partir das escolas e de todos os cantos do país, clubes foram fundados, campeonatos foram disputados e surgiram jogadores como, Diego Maradona considerado por muitos como um dos maiores jogadores de todos os tempos, Lionel Messi, cujo talento excepcional lhe rendeu inúmeras conquistas e reconhecimento global, Alfredo Di Stéfano, que deixou um legado indelével tanto na Seleção Argentina quanto em clubes internacionais renomados, Juan Román Riquelme, conhecido por sua habilidade técnica excepcional e visão de jogo, Mario Kempes, que teve um papel crucial na conquista do título Copa do Mundo de 1978, sendo o artilheiro da competição e Gabriel Batistuta, com uma incrível média de gols marcados, é o segundo maior artilheiro da história da seleção argentina (SITE OFICIAL DA AFA, 2021).

A Associação de Futebol Argentino (AFA) é a associação de futebol mais antiga da América do Sul e a oitava do mundo. O futebol argentino não apenas foi

pioneiro no continente americano, mas também foi o primeiro país do continente a se filiar à FIFA (SITE OFICIAL DA AFA, 2021).

Conforme Palacios & Chacra (2014), desde a fundação da AFA em 21 de fevereiro de 1893, o futebol argentino conquistou os campeonatos mundiais da FIFA em 1978 no próprio país, 1986 no México, e recentemente em 2022 no Qatar. Foi vice-campeã em outras três, Uruguai, em 1930, Itália, em 1990 e Brasil em 2014. A Argentina também obteve medalhas de ouro olímpicas em 2004 e 2008, além de vencer a Copa América em 15 ocasiões.

4.3 FUTEBOL: RIVALIDADE BRASIL E ARGENTINA

A história entre Brasil e Argentina é um caso de antagonismo que teve início ainda no período colonial por conta de disputas territoriais e políticas que refletem noutros âmbitos, como o futebol. Assim como no conflito na Guerra da Cisplatina, um conflito pela região que hoje é o Uruguai, pode-se mencionar outro episódio significativo da rivalidade entre Brasil e Argentina. Segundo o cientista político Vicente Palermo, citado pela BBC NEWS BRASIL (2022), no início do século XX, a Argentina possuía o maior Produto Interno Bruto (PIB) da América do Sul e um dos maiores do mundo, o que gerava um sentimento de superioridade em relação aos brasileiros. No entanto, esse cenário mudou com a ditadura que assolou o país, resultando em alguns problemas socioeconômicos.

Porém, já houve um momento na história em que Argentina e Brasil foram aliados. Para ser mais preciso, trata-se do período entre 1864 e 1870, que ficou conhecido como Guerra do Paraguai, um conflito motivado pelo desejo de expansão territorial dos países em questão. Lutando ao lado do Uruguai, Brasil e Argentina formaram a Tríplice Aliança e se contrapuseram ao Paraguai e protagonizaram a maior guerra da história da América do Sul. Após seis anos de combate entre as nações, a guerra chegou ao fim, a Tríplice Aliança saiu vitoriosa e impôs sua hegemonia sobre o Paraguai. O Brasil buscava expandir seu território e consolidar sua posição como potência regional. Com a vitória na guerra, o Brasil obteve ganhos territoriais, anexando partes do Paraguai, como o atual estado do Mato Grosso do Sul. A Argentina também tinha ambições territoriais, almejando estender sua influência sobre as regiões fronteiriças do Paraguai. O Uruguai, por sua vez, buscava garantir sua independência e segurança frente às ameaças paraguaias. O confronto acabou deixando o Paraguai com

um saldo de 300 mil vidas perdidas, o que representou um impacto significativo e duradouro para a nação (BBC NEWS BRASIL, 2021).

Diante disso, com a somatória desse período de episódios de disputas por territórios, políticas e econômicas, as populações de Brasil e Argentina acabaram assimilando isso e refletindo para dentro do futebol. Contudo, “se considerarmos o futebol como uma guerra simbólica, é um esporte que em determinado aspecto representa uma metáfora que ajuda a explicar a sociedade, não é de se surpreender que se pode buscar as raízes dessa rivalidade em aspectos fora do âmbito esportivo” (BREITKREITZ, 2016, p.10).

Neste sentido, Ferreira & Kowalski (2009, p.3) têm a mesma visão sobre esse fato:

Colocamos, então, como objeto de estudo que a rivalidade existente entre Brasil e Argentina, é especialmente no futebol, fonte de exaltação, excitação e identidade. Questionamos quanto à formação dessa rivalidade e o que a motiva sendo o idealismo cultural, o desenvolvimento histórico e o crescimento econômico de ambos os países. Em questão, exaltamos a constante valorização do sentimento de superioridade do país vizinho no orgulho de ostentar a expansão de seu *status quo* diante da comunidade europeia na condição de dominador, subjugando os outros países Sul Americanos, onde as conquistas no esporte são objeto de desejo e o oponente é o que se interpõem contra essa necessidade, sendo necessária sua destituição do poder da vitória.

Segundo Guégan *apud* Castilho & Junior (2019, p.15), “o esporte era por definição uma atividade de proximidade, na medida em que poderíamos fazer uma analogia com a ironia expressa por Napoleão, “o amor e a guerra só são possíveis pela presença do adversário”. Seguindo essa linha de pensamento, o professor Alabarces *apud* Breitzkreitz, realizou um debate sobre essa relação no futebol entre Brasil e Argentina com Helal, e cunhou uma frase que tenta resumir a intrincada trama de sentimentos mútuos: “Os brasileiros amam odiar a Argentina, enquanto os argentinos odeiam amar o Brasil”. Helal *apud* Breitzkreitz (2016, p.3) ressalta que qualquer rivalidade contém uma dose de admiração e de inveja. Somente rivalizamos com alguém que tem algo que desejamos possuir ou superar.

A questão levantada pelo acadêmico argentino pode ser tratada como o ponto que é considerado. Há algo na Argentina que traga inveja aos brasileiros? Existe algo no Brasil que a Argentina tenha desejo? A resposta é extremamente simples e ao mesmo tempo extremamente complexa. Sim, ambos desejam a possibilidade de atingir a supremacia na América do Sul. Apesar de, neste momento, estarmos nos direcionando as questões relacionadas ao futebol, não foi dentro das quatro linhas que se busca essa supremacia, e por consequência a rivalidade começou. Ao contrário, tal fenômeno (rivalidade futebolística) passou a ser evidenciado somente no decorrer do século XX. Porém, a rivalidade entre os dois países historicamente foi tão intensa, no âmbito político, diplomático, econômico e bélico, que passou naturalmente para o campo de futebol (BREITKREITZ, 2016, p.3).

Entretanto, são duas realidades ligadas e ao mesmo tempo distantes pelo mesmo motivo, que é o futebol.

Seguindo essa linha de pensamento, o autor Hobsbawn *apud* Guedes (2002) ressalta que o vínculo entre a população e as equipes que representam seus países no futebol vai além do mero entretenimento esportivo. Essa conexão profunda com o esporte proporciona um sentimento de pertencimento e um refúgio para as pessoas. É por meio do futebol que elas se sentem parte de algo muito maior, onde podem se identificar e buscar a sensação de vitória.

O futebol, como destaca o autor, tornou-se o esporte mais praticado e assistido na modernidade, e isso não é por acaso. Ele se transforma em um grande palco das nações, onde se desenrolam batalhas simbólicas que refletem as rivalidades históricas, culturais e econômicas entre os países. O jogo em si se torna uma arena onde os sentimentos de orgulho nacional, competição e triunfo se manifestam intensamente. Essa transformação do futebol em um palco das nações é resultado das mesmas razões pelas quais o esporte se tornou tão proeminente na sociedade moderna. O futebol é capaz de capturar a atenção e a paixão das massas, unindo pessoas de diferentes origens em torno de um objetivo comum. As competições futebolísticas despertam emoções ardentes, criam laços sociais e promovem um senso de identidade coletiva, reforçando o sentimento de pertencimento e a busca pela vitória (GUEDES, 2002).

Portanto, ao explorar a rivalidade entre Brasil e Argentina no contexto do futebol, é possível compreender como esse esporte se torna o epicentro das paixões nacionais, transformando-se em um terreno fértil para a expressão das identidades e das aspirações de cada país. É nesse contexto que as partidas entre as seleções se tornam eventos de grande significado, capazes de mobilizar nações inteiras e refletir as complexas relações históricas, culturais e econômicas que envolvem esses dois países. “Pelas mesmas razões e no mesmo processo através do qual o futebol tornou-se, indubitavelmente, o esporte mais praticado e assistido na modernidade, transforma-se também no grande palco das nações” (GUEDES, 2002, p.4).

4.4 JORNALISMO ESPORTIVO

O jornalismo esportivo tem uma história que reflete as mudanças na sociedade e na tecnologia ao longo do tempo, com especial enfoque no futebol. A partir do século XIX, os jornais começaram a reservar seções específicas para notícias esportivas. Um

dos pioneiros foi o jornal francês Le Sport, fundado em 1854, que publicava crônicas de coudelarias, gramados, caça, canoagem, natação, pesca, boxe, bilhar e outros esportes. No Reino Unido, o primeiro jornal esportivo foi o Sporting Life, fundado em 1859, que cobria exclusivamente corridas de cavalos. Nos Estados Unidos, o primeiro jornal esportivo foi o The Sporting News, fundado em 1886, que fazia reportagens principalmente sobre beisebol (FERREIRA, 2023).

O rádio permitiu que as pessoas ouvissem eventos esportivos em tempo real, ampliando enormemente a audiência. A popularidade da televisão levou à criação de programas dedicados ao esporte. No Brasil, o jornalismo esportivo começou a ganhar espaço na virada dos séculos XIX e XX com a criação de algumas publicações voltadas ao esporte. Um dos primeiros jornais no Brasil foi a Gazeta Esportiva, fundada em 1902 em São Paulo, que inicialmente era um suplemento da Gazeta de Notícias e depois se tornou um jornal independente. Outra publicação pioneira foi o Jornal dos Sports, criado em 1931 no Rio de Janeiro, que pode ser considerado o primeiro jornal exclusivamente esportivo do país. Naquela época, o futebol já era o esporte mais popular e praticado no Brasil, graças à influência dos imigrantes europeus e ao apoio das classes altas (FERREIRA, 2023).

A primeira transmissão televisiva de uma partida de futebol no Brasil foi em 1950, pela TV Tupi, durante a Copa do Mundo realizada no país. Desde então, surgiram diversos programas e emissoras de televisão dedicados ao esporte, como Globo Esporte (1973), TV Bandeirantes (1977), ESPN Brasil (1995) e SporTV (1991) (FERREIRA, 2023). Alguns nomes notáveis da televisão esportiva brasileira são Luciano do Valle, Galvão Bueno, Juca Kfoury e Milton Leite.

A internet surgiu na década de 1990 e trouxe novas oportunidades e desafios ao jornalismo esportivo. Graças à internet, os jornalistas esportivos têm conseguido criar e distribuir conteúdo em diversos formatos (texto, áudio, vídeo) e plataformas (sites, blogs, podcasts, redes sociais) (FERREIRA, 2023). Hoje, a digitalização transformou o jornalismo esportivo a desempenhar um papel vital na divulgação de notícias e análises. A globalização dos eventos esportivos permite uma cobertura mais ampla e diversificada. A história do jornalismo esportivo reflete a evolução da sociedade e da tecnologia, desde o primeiro jornal até à era digital, e destaca a importância duradoura do esporte na cultura global.

A abordagem e a linguagem do jornalismo esportivo possuem características distintas que refletem a natureza dinâmica e emocional do mundo do esporte. Embora a

Internet tenha indubitavelmente aberto métodos de comunicação novos e mais rápidos, também abriu caminho à criação de um meio de comunicação social completamente novo. Neste cenário, o jornalismo esportivo na internet surge como uma opção apelativa para momentos de lazer. Esta forma de jornalismo utiliza frequentemente uma linguagem leve e descontraída e tenta estabelecer uma ligação com o público de uma forma mais informal. Os jornalistas esportivos utilizam frequentemente uma linguagem mais próxima da linguagem falada, incluindo gírias e expressões populares. É comum o uso do humor, seja por meio de trocadilhos, piadas ou comentários sarcásticos. Isso cria uma atmosfera mais descontraída e atraente para os fãs (OLIVEIRA, 2010).

A ascensão da Internet teve um impacto significativo no jornalismo esportivo, mudando a forma como as notícias são produzidas, consumidas e interligadas. Diversas mudanças foram feitas em relação ao conteúdo de diversos blogs esportivos, de jornalistas e à participação do público. A Internet permitiu o acesso às notícias esportivas em tempo real, eliminando a dependência de jornais impressos ou programas televisivos programados, concedeu a incorporação de elementos multimídia como vídeos, fotografias e infográficos, enriquecendo a experiência de leitura e oferecendo ao consumidor uma compreensão mais abrangente dos eventos esportivos, além de trazer atualizações instantâneas e notícias em tempo real que permitem que os fãs acompanhem os eventos esportivos atuais.

À medida que a concorrência se intensifica, a guerra pelos índices de audiência também se intensifica. Uma estratégia para destacar-se da concorrência é postar cedo, mesmo que apenas alguns minutos. Contudo, o desafio essencial deste método é evitar a pressa sem afetar a qualidade do conteúdo jornalístico. Isto inclui a correção de erros gramaticais, bem como a garantia da precisão das verificações de fatos. Este processo segue uma lógica inversa onde a divulgação precede a fiscalização.

Coelho (2003) critica a nova geração que adentra o mercado com a ideia de que é mais valioso ter uma notícia divulgada rapidamente do que uma reportagem cuidadosamente elaborada, com as informações devidamente verificadas antes da publicação. Unzelte (2009) expressa a angústia dos jornais em se destacar diante dos concorrentes. O autor questiona a validade desse modelo de pensamento ao afirmar que "esse 'sair na frente' torna-se cada vez mais relativo. Sair na frente de quem?" (UNZELTE, 2009, p.82).

As mulheres tornaram-se indispensáveis no jornalismo brasileiro no final da década de 1970, quando também começaram a aparecer em outras áreas freelance,

como: direito, medicina, justiça, engenharia, etc. Antes disso, era quase impossível ver mulheres nestes mercados. Coelho (2003) estima que as mulheres representam 10% dos profissionais das redações esportivas. Esta situação não cria tantos preconceitos como nas décadas anteriores, mas as mulheres ainda enfrentam preconceitos quando trabalham no jornalismo esportivo porque carregam consigo o estigma de não saberem sobre esporte, especialmente se o esporte em questão for o futebol. Coelho (2003) também fala que quando conhecemos uma mulher que entende de futebol, temos uma situação no mínimo estranha, porque às vezes podemos perceber o nível de conhecimento que essa mulher tem, seja ela jornalista ou não. Profissional ou não, ela é superior aos homens nesse quesito. Principalmente quando demonstra controle sobre o tema, o fato é que mesmo com o aumento do número de mulheres na mídia esportiva, elas ainda estão sujeitas a alguns preconceitos.

O fato, no entanto, é que as mulheres na maior parte são encaminhadas para as editorias de esportes amadores. É mais fácil demonstrar conhecimento sobre vôlei, basquete e tênis do que sobre futebol e automobilismo. Território onde o machismo ainda impera (COELHO, 2003, p.35).

O jornalismo esportivo requer conhecimentos específicos. É necessário que o jornalista tenha os conhecimentos técnicos da profissão bem como os específicos do tema em questão. O universo do esporte é muito amplo e é possível que o jornalista se especialize ainda mais, atuando em determinados segmentos esportivos. Esportes de massa, vastamente conhecidos, facilitam o trabalho do jornalista. Esportes menos conhecidos possuem um público mais exigente. Para realizar uma cobertura jornalisticamente eficiente o repórter deve ter conhecimento não só da modalidade em que atua, mas também dos regulamentos dos campeonatos que cobre. Para chamar a atenção dos internautas, as reportagens esportivas devem fornecer informações rápidas, simples e amplamente distribuídas, que busquem encantar o leitor. As pessoas querem encontrar uma história que não só satisfaça a sua sede de conhecimento e aprendizagem, mas também inclua um elemento cativante que lhes permita viver o momento, uma vez que as pessoas preferem consumir informação quando fazem uma pausa para relaxar e mergulhar no entretenimento e no espírito do atletismo (OLIVEIRA, 2010).

A exigência por audiência tem provocado uma constante transformação no jornalismo esportivo, com o infotimento, neologismo que simboliza o embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento, exercendo papel

essencial nas novas tendências. Trata-se de um modelo de notícia que ultrapassa os parâmetros tradicionais de conceituação de cobertura especializada, inserindo-se nas relações entre a comunicação e o esporte, mediadas pelo espetáculo (LIMONDRE; BRAZ; SORIANO, 2011). Na urgência de se manter em funcionamento uma estrutura midiática construída sobre alicerces econômicos e interesses comerciais, há uma grande quantidade de informações sem relevância. Segue-se um modelo pronto e reproduzido sem critério a um público que, na visão das grandes empresas jornalísticas, enxerga o esporte como mercadoria de consumo e diversão.

A mídia independente se consolidou no cenário do jornalismo esportivo. Plataformas online como podcasts e canais do YouTube oferecem uma abordagem mais informal e muitas vezes estão mais próximas do público, permitindo uma interação mais direta. Exemplos como a Cazé TV, que vem se intensificando no mercado de transmissões esportivas, indicam uma mudança na forma como as pessoas consomem conteúdos esportivos. A diversificação de formatos como vídeos curtos, análises aprofundadas e entrevistas exclusivas tem atraído públicos diversos. A Internet tornou possível cobrir uma grande variedade de esportes, incluindo aqueles que podem não receber muita atenção nos meios de comunicação tradicionais. Jornalistas especializados em esportes de nicho têm a oportunidade de construir um público dedicado atendendo aos interesses específicos dos fãs. As redes sociais continuam desempenhando um papel fundamental na divulgação de notícias esportivas. É possível utilizar plataformas como Twitter, Instagram e Facebook para compartilhar informações, interagir com torcedores e até dar notícias em tempo real. O surgimento de influenciadores digitais no cenário esportivo também contribuiu para uma abordagem mais descontraída e informal na cobertura e análise dos eventos. A produção do jornalismo esportivo na internet sofreu e sofrerá inúmeras alterações com o progresso da tecnologia. Novos mecanismos influenciam a criação de conteúdo no universo digital e não é diferente na área esportiva. A exigência do imediatismo altera a maneira de o jornalista elaborar a matéria, além de seu comportamento. É preciso agilidade para atender às expectativas dos editores e leitores, inclusive de toda a demanda que as plataformas eletrônicas exigem.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O produto é um webdocumentário que investiga sobre a rivalidade, as semelhanças e as aproximações entre as seleções brasileira e argentina e pelos clubes de ambos os países no futebol. O projeto é dividido em três capítulos, que são apresentados em formatos como texto hiperlinkados, vídeo, podcast de entrevista, reportagens, fotos, infográficos e links de apoio complementando a percepção do público no assunto abordado.

Os times brasileiros e argentinos definidos para explorar sua cultura, bastidores, dias de jogos, torcida e que vivenciaram episódios de rivalidade entre os países, foram: Sport Clube Corinthians Paulista, Clube de Regatas do Flamengo e Sociedade Esportiva Palmeiras no Brasil; Club Atlético Boca Juniors, Club Atlético Independiente e Club Atlético River Plate na Argentina.

Para efetuar a escolha dos clubes a se explorar, adotou-se o critério de falar sobre as equipes com as maiores torcidas em seus respectivos países. O motivo da escolha desses times brasileiros se trata da pesquisa CNN Esportes, uma das pesquisas mais abrangentes já realizadas em relação a esse tema no Brasil, realizada no início de 2023. O levantamento ouviu cerca de 6,5 mil fãs de futebol e mostrou que desses torcedores, 24% são flamenguistas, 18% corintianos e 9% palmeirenses, concluindo os três primeiros colocados (SIMÕES, 2023).

Na Argentina, no entanto, de acordo com o censo realizado pelo canal esportivo TyC Sports, em 2022, que entrevistou 9.517 pessoas, Boca Juniors com 42,1%, River Plate com 35,3% e o Independiente com 4,9%, são os clubes com as maiores torcidas no país. Juntos, as equipes argentinas somam 18 conquistas da Copa Libertadores da América, campeonato mais importante da América do Sul (JOGADA10, 2023).

Para apresentar os conteúdos, eles foram adaptados entre os formatos escolhidos. O vídeo foi utilizado para apresentar os materiais do entorno dos estádios em dias de jogo, o pré, durante e o pós da partida, para que o público acompanhe e vivencie um dia de jogo das equipes. O texto traz informações com mais dados e estatísticas, atrelado juntamente com a utilização de infográficos, simplificando e beneficiando o entendimento do leitor. O formato do podcast possibilitou trazer uma entrevista mais profunda com um jornalista esportivo especializado no tema de negócios do esporte. Tudo isso seguindo o tipo de linguagem leve, o que proporcionou trazer as informações de uma maneira simples e direta, com fatos, histórias e opiniões.

Foram feitos conteúdos para apresentar a origem desse antagonismo, que acontece fora do esporte, o desenvolvimento dessa rivalidade dentro do futebol, como ela se mantém, importantes episódios dessa rivalidade em Copas do Mundo e outras competições entre as seleções. Além disso, o estudo apresenta o impacto econômico do futebol na sociedade, na cobertura da mídia, a cultura desses clubes pré-selecionados e aponta disputas em Copas Libertadores entre os clubes argentinos e brasileiros selecionados que fomentam essa concorrência e instigam os torcedores.

O produto tem o futebol como tema principal, e a partir do mesmo é abordado aspectos políticos, econômicos, sociais e culturais em torno do esporte, investigando como a rivalidade se manifesta nas percepções e identidades nacionais, na mídia e na cultura popular, de modo que estes elementos apresentados compõem a estrutura linear de todo webdocumentário.

Cada capítulo tem o intuito de aprofundar em conhecimentos sobre os clubes e seleções dos países apresentados e em todas as três subdivisões existe interatividade com o público, utilizando ferramentas multimidiáticas como textos hiperlinkados, uma aba para comentários logo abaixo dos conteúdos escritos.

Outro diferencial da plataforma é a interação com a página no Instagram, [@canarinhohermano](#), com o intuito de trazer maior personalidade e contato com o leitor. Uma comunicação descontraída, informativa, dinâmica e até mesmo humorística que em alguns conteúdos são os focos principais..

Nas reportagens publicadas no site existem hiperlinks que direcionam para página do Instagram do projeto, sendo postagens, destaques com curiosidades, enquetes e conteúdos relacionados ao tema central proposto. Além desse conteúdo, nos *stories* também são apresentados uma espécie de registro das atividades, a cobertura de alguns momentos de locais visitados no Brasil, entre outras ações feitas no processo da construção do webdocumentário, tornando o produto humanizado e deixando o espectador se sentindo como parte da história.

Jornalistas renomados foram utilizados como fontes para contribuir no conteúdo, visando mais o lado profissional do produto, porém os detalhes mais culturais foram coletados a partir de experiências com professores, cientistas políticos e torcedores locais em diferentes cidades e estádios.

5.1 CONTEÚDO DO SITE

O primeiro capítulo aborda tópicos sobre a conjuntura, como conflitos territoriais, retrospecto de confrontos no futebol e como o antagonismo se desenvolveu entre os dois países ao longo da história. O capítulo fala sobre a identificação da população com suas respectivas seleções, os confrontos diretos em Copas do Mundo e outras competições internacionais e recupera histórias de bastidores entre as duas seleções. Para o embasamento do capítulo, foram realizadas entrevistas com historiadores, cientistas políticos e jornalistas esportivos trazendo opiniões e fatos sobre essa relação.

Ao longo do primeiro capítulo, através de uma reportagem textual foi explorado o desenvolvimento da rivalidade histórica entre esses dois países, bem como suas conexões com guerras, como a da Cisplatina, suas influências nas esferas econômica e cultural, importantes partidas entre as seleções, episódios emblemáticos da rivalidade e craques que já vestiram as camisas dos países. A reportagem é acompanhada por algumas fotos históricas que ilustram esses momentos emblemáticos e é embasada com opiniões de professores e pesquisadores especializados na área desta temática. Após o texto, o capítulo apresenta um vídeo em que os participantes deste projeto foram divididos em dois grupos para irem acompanhar uma partida da Seleção Brasileira e uma da Seleção Argentina em dois locais distintos na cidade de São Paulo. Neste vídeo pudemos conversar com torcedores das diferentes seleções, com o Movimento Verde e Amarelo, torcida organizada da Seleção Brasileira, para entender a opinião deles sobre esta rivalidade, estilo de jogo dos jogadores de ambos os países e acompanhar a torcida destes respectivos adeptos.

Para ilustrar o retrospecto entre as seleções, um infográfico mostra o histórico de confrontos em grandes competições e no geral entre as seleções, além dos principais títulos conquistados abordados. Além disso, o projeto disponibiliza um álbum de fotos selecionadas para ilustrar e trazer a essência de conquistas e momentos icônicos de ambas as seleções. O capítulo oferece uma compreensão ampla e aprofundada da jornada futebolística desses dois países.

Seguindo a mesma linha, o segundo capítulo trata mais sobre os clubes, torcedores, vivências, estádios e como é a paixão dos dois países pelas suas respectivas equipes. Tudo isso dividido em subcapítulos, trazendo conteúdos sobre o entorno dos estádios, comportamento das torcidas pré e durante o jogo, cantos, rotina dos

torcedores em dia de jogo e bastidores dos clubes. Este capítulo mergulha na essência das torcidas dos times brasileiros e argentinos, explorando diferentes aspectos que envolvem o ato de torcer. Ele começa com um teaser de abertura apresentando vídeos das torcidas dos clubes de futebol selecionados desses países, através de imagens capturadas durante a ida de membros do grupo aos estádios dos times selecionados e enviadas pelos torcedores das equipes. O vídeo curto foi montado no formato vertical, também para abastecer a nossa página no Instagram, com trechos das torcidas cantando para o seu time do coração, a festa de torcidas organizadas e a entrada no estádio.

Em seguida, uma reportagem textual detalhada que aborda o significado de torcer, examinando como e por que as pessoas se entregam às emoções do esporte. Ela explora os vínculos afetivos, as tradições e rituais das torcidas, além de destacar a importância de pertencer a uma comunidade de fãs e compartilhar alegrias e frustrações. O capítulo continua com espécies de “cards” com a logo do time, fundação, títulos, apelido, nome do estádio e curiosidades dos clubes brasileiros e argentinos selecionados no projeto. Por meio desses cards, o leitor lembrará de momentos marcantes da história dessas equipes, desde conquistas épicas até personagens icônicos que moldaram a trajetória dos clubes. O capítulo conta também com um vídeo, no qual é apresentado um pouco do clima em um dia de jogo das equipes que foram pré-selecionadas. No vídeo, os apresentadores entrevistam torcedores apaixonados pelas suas respectivas equipes, e traz imagens do caminho para o estádio, pré-jogo, festa da torcida durante a partida e o pós-jogo. Através desse vídeo, o internauta pode vivenciar a grandiosidade das arenas, a atmosfera eletrizante das arquibancadas e a importância desses espaços como palcos de encontros de futebol.

O terceiro capítulo aborda sobre o tópico da indústria do futebol. Nele são apresentadas e debatidas questões de movimentações financeiras, audiência e o consumo de mídia de clubes e atletas. Para isso, foi realizado um podcast com um jornalista especializado no segmento sobre negócios do futebol, em que foi debatido sobre a gestão financeira de alguns clubes, receitas, audiência, desafios enfrentados pelo futebol em termos econômicos, patrocínios, direitos de transmissão e como o futebol pode movimentar o turismo em eventos como a Copa do Mundo.

São utilizados infográficos, para apresentar de forma ilustrativa alguns dados de insights das redes sociais, audiência e o quanto cada equipe movimenta em relação às suas receitas, com seus patrocínios e parcerias. Estes produtos estão acompanhados com um texto para trazer as estatísticas de forma descritiva. Ademais, através de uma

reportagem textual, com entrevistas com um especialista na área do marketing esportivo e em mídias sociais, e com um profissional da área das mídias sociais de um clube de futebol, foi abordado o aumento da relevância das redes sociais e do setor de marketing para o futebol, explorando o impacto das plataformas de mídias sociais para os clubes selecionados e mostrando números expressivos de arrecadação de clubes brasileiros e argentinos.

Além de entrevistas gravadas presencialmente com torcedores de diversos times e pessoas ligadas ao futebol dos dois países, também há trechos de vídeos capturados dentro e no entorno dos estádios e entrevistas por videoconferência. Além disso, foi criado mais um capítulo no site com o objetivo de divulgar uma seleção de fotos dos bastidores com base no conteúdo correspondente.

5.2 PÚBLICO ALVO

O produto é direcionado à faixa etária de 18 a 30 anos, para as classes A, B e C, conectados na internet e que são fãs de futebol, podendo, claro, chamar a atenção de outros diferentes públicos.

O foco do projeto visa levar para o público brasileiro interessado em futebol uma visão mais ampliada, bem explicada e detalhada sobre a origem, episódios, paixão e rivalidade entre brasileiros e argentinos no futebol.

De acordo com a Tic Domicílios (2021), empatados em primeiro lugar como a faixa etária que mais acessa a internet são os jovens de 16 a 24 anos, e adultos de 25 a 34 anos. Observando as classes sociais do público que mais acessa a internet, o destaque vai para as classes mais privilegiadas A, B e C, com 99%, 95% e 90%, respectivamente. Quando é observado quais tipos de aparelhos são os mais utilizados por essas classes para se conectar, temos o celular em primeiro lugar em ambas as faixas com 99% e 100%, respectivamente. Portanto, no Webdocumentário, como mencionado na linha editorial do projeto, os formatos de vídeo na vertical foram explorados para atrair a atenção desse público que utiliza o aparelho celular. Vale destacar que o site é responsivo, o que permite ser acessado através de um celular.

Segundo pesquisa desenvolvida pela Kantar IBOPE Media (2022), 68% dos brasileiros que estão conectados na internet, são apaixonados por futebol. Um aumento de 12% entre os anos de 2013 e 2021. Isso mostra uma adição dos fãs de futebol ao longo dos anos.

5.3 LINHA EDITORIAL

Para o desenvolvimento do produto em geral, foi adotado um estilo de abordagem informativa e explicativa, podendo em alguns momentos se fazer presente a abordagem opinativa. Como foram apresentados fatos históricos, dados, retrospectos, entrevistas com jornalistas e especialistas no assunto, foram destacadas as linguagens informativa e explicativa. Tendo em conta o público alvo estabelecido, fãs de futebol e com uma faixa etária de 18 a 30 anos, a linguagem foi empregada de uma forma mais leve, informal e descontraída, como o próprio esporte demanda. Também visamos apresentar conteúdos que expliquem o amor que brasileiros e argentinos sentem por seus clubes e seleções.

Exemplificando mais sobre a linha editorial, tom e voz que usamos no audiovisual, nos inspiramos em modelos de canais digitais de esportes como o “Desimpedidos”, “Peleja”, e “Última Divisão”¹. Todos eles abordam o futebol de uma maneira recreativa e leve, o que vai ao encontro com o público alvo selecionado, bem como trazer curiosidades dos bastidores do mundo da bola que é pouco falado e que merecem mais destaque.

No canal “Desimpedidos”, que soma mais de 9,4 milhões de inscritos, o esporte é tratado de uma forma bem leve, utilizando uma linguagem mais “informal”, mas existe uma equipe muito qualificada para trazer informações concretas e informar o seu público. Para trazer um exemplo mais específico, dentro do canal existe o quadro “Toppen viagem”, que um apresentador é acompanhado de uma equipe para trazer imagens *in loco* de um grande evento futebolístico, como uma partida da UEFA Champions League, campeonatos europeus e Libertadores. O apresentador do canal também produz imagens através de uma câmera GoPro, o que passa a sensação ao público de estar dentro do estádio. Dentro do conteúdo audiovisual é mostrado a rotina da equipe para chegar à cidade designada do jogo, desde o embarque no aeroporto, a ida para o estádio, o seu entorno, bastidores, imagens de dentro do campo, dos torcedores, entrevista com jogadores e adeptos. Logo, foi utilizado esse formato como referência para o projeto.

¹ Links dos canais citados:
<https://www.youtube.com/@UltimaDivisao>
<https://www.youtube.com/@PELEJA>
<https://www.youtube.com/desimpedidos/videos>

O “Última Divisão” soma cerca de 174 mil inscritos e trata o futebol de uma maneira mais explicativa, simplificada, com temas mais diretos e algumas curiosidades. O canal traz assuntos do futebol que são pouco comentados pela grande mídia como as equipes de menor expressão, conteúdos opinativos sobre novas tendências do futebol, como as SAFs no Brasil, mercado de transferência de times menores e fatos históricos sobre clubes e seleções. O projeto, em alguns âmbitos, explorou esse método.

O canal “Peleja”, conta com mais de um milhão de inscritos e tem um estilo semelhante ao da “Última Divisão”. Faz do seu conteúdo um produto transmídia, um formato que será realizado pelo projeto, e realiza postagens em diferentes redes sociais, como o *Instagram*, *Twitter* e *Tik Tok*. Com quadros chamados “RadarPeleja”, “PontoaPonto” e “PelejaDocs”, o canal oferece pautas interessantes como, histórias de países africanos em Copa do Mundo, bastidores de competições, o lado da torcida, racismo, histórias recuperadas de jogadores, de clubes e outras curiosidades. Todos esses conteúdos muito bem trabalhados com uma ótima produção, trazendo imagens, áudios, entrevistas de personalidades do esporte e fatos, com uma boa edição e narração. Ferramenta que empregamos para facilitar a explicação de conteúdos sobre os clubes, seleções e a rivalidade.

Para referência de formato e visual, o projeto também se inspirou nas reportagens especiais produzidas semanalmente pelo *Uol*. Denominada *Tab Uol*, o site traz inúmeras opções interativas conforme a navegação do usuário e sempre trazendo novas informações para os leitores. O portal, além de trazer o material escrito, conta com gráficos, imagens, ilustrações, vídeos e conteúdos animados.

Para ter um embasamento sobre o assunto, entrevistamos torcedores comuns dos dois países, de organizadas de clubes brasileiros, torcedores de longa data dos times, especialistas, acadêmicos, comentaristas e jornalistas esportivos especializados na história desses países. Além disso, falamos com os jogadores, para obter a visão e opinião deles sobre a paixão da torcida.

5.4 FONTES

Capítulo 1 -

Pauta - Reportagem: Brasil e Argentina: uma relação de proximidade e distanciamento gerada pelo futebol.

Conteúdo: Apresentar a rivalidade histórica entre esses dois países, discorrendo sobre partidas emblemáticas, conflitos territoriais, suas influências nas esferas econômica e cultural, além de pontos importantes desse antagonismo.

Fontes:

Ronaldo Helal - Professor titular da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Doutor em Sociologia, pela New York University, em 1994, Pesquisador 1-C do CNPq, Pós-Doutor em Ciências Sociais pela Universidad de Buenos Aires (2006). Graduado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

Participação: O professor Ronaldo Helal, uma das referências no tema, trouxe sua visão sobre confrontos emblemáticos entre as duas seleções e falou um pouco sobre a questão do racismo.

João Manuel Casquinha Malaia Santos - Professor Adjunto do Departamento de História da Universidade Federal de Santa Maria, além de atuar no Programa de Pós-Graduação em História e no Mestrado Profissional em Ensino de História. É coordenador do Stadium – Grupo de Estudos de História do Esporte e das Práticas Lúdicas. Doutor em História Econômica pela USP. Tem experiência na área de História, com ênfase em História da América e da África Contemporânea.

Participação: Através de seu conhecimento da história da América, mais precisamente a partir do séc XX e por ser coordenador do Stadium, o professor João Casquinha falou com propriedade de diferentes períodos dessa rivalidade tanto na questão fora do futebol, quanto dentro das quatro linhas. Além disso, o professor falou sobre a “intensidade” dessa rivalidade, que varia ao longo dos anos.

Pablo Alabarces - Professor de Cultura Popular da Universidade de Buenos Aires, na Argentina, pesquisa música popular, cultura jovem e as culturas futebolísticas. É PhD em Sociologia pela Universidade de Brighton, na Inglaterra.

Participação: Através de seu conhecimento, o sociólogo pôde falar com

propriedade sobre o que acha da rivalidade e a diferença da idolatria entre os principais jogadores de suas respectivas seleções.

José Paulo Florenzano - Graduado em Ciências Sociais, mestrado em Antropologia pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, da PUC-SP (1997), doutorado em Antropologia pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, da PUC-SP (2003), e pós-doutorado em Antropologia pelo Programa de Pós-Doutorado da Universidade de São Paulo (2012). Atualmente é coordenador do curso de Ciências Sociais e professor do departamento de antropologia da PUC-SP, membro do Conselho Consultivo, do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) e do Museu do Futebol, em São Paulo.

Participação: Com o seu conhecimento, o professor opinou sobre sua visão do tema rivalidade e sobre episódios da mesma.

Francisco Doratioto - Doutor em História e Ciências Sociais pela Universidade de Brasília. Membro da Academia Nacional de História Argentina e integra o Instituto de Geografia e História Militar do Brasil. Desenvolve pesquisas sobre História das Relações Internacionais do Brasil, com ênfase nas relações com os países da América Meridional; História do Rio da Prata e com História Militar do Brasil.

Participação: O professor Doratioto, com sua experiência de estudo da área e pesquisas realizadas no assunto, falou um pouco sobre a relação diplomática, militar e conflitos que envolvem estes dois países.

Pauta - Vídeo torcida das Seleções

Conteúdo: Vídeo em que nos dividimos em dois grupos para acompanhar e sentir o clima de uma partida da Seleção Brasileira e uma da Seleção Argentina em dois locais temáticos distintos na cidade de São Paulo.

Fontes:

Rodrigo Ferraz Olimpio - Embaixador Estadual do estado de São Paulo do Movimento Verde e Amarelo, torcida organizada da Seleção Brasileira.

Participação: Rodrigo Ferraz Olimpio, mais conhecido como o Rodrigão do MVA, conversou com a equipe e nos contou um pouco sobre a fundação do MVA, planos futuros para o projeto, feitos alcançados pelo MVA, principais objetivos, jeito de

torcer do brasileiro e rivalidade entre Brasil e Argentina.

Fontes variadas: Fala Povo

Pauta - Infográfico Seleções Brasileira e Argentina

Conteúdo: Infográfico com dados sobre o retrospecto de confrontos entre Brasil e Argentina em Copas do Mundo, Copas América, amistosos, partidas em geral e títulos conquistados.

Fontes:

<https://www.lance.com.br/copa-do-mundo/brasil-x-argentina-saiba-quem-e-fregues-no-confronto.html>

<https://ge.globo.com/futebol/selecoes/argentina/noticia/2022/12/20/argentina-se-isola-como-a-selecao-com-mais-titulos-oficiais-no-mundo.ghtml>

Pauta - Álbum de fotos de Brasil e Argentina

Conteúdo: Álbum de fotos de momentos icônicos e conquistas de ambas as seleções.

Fontes: Acervos do Estadão, Folha de São Paulo e Getty Images. Reprodução das redes sociais da AFP, FIFA, Diario.olé, Pelé, Ronaldinho e Seleção Argentina.

Capítulo 2 -

Pauta - Teaser Canarinho Hermano

Conteúdo: Teaser de momentos de festa nas arquibancadas das torcidas dos seis clubes selecionados pelo grupo.

Fontes: Vídeo montado com imagens coletadas durante a ida de membros do grupo aos estádios dos times selecionados e cedidas por torcedores.

Pauta - Reportagem: Um sentimento que não se explica, nem se entende, apenas “se sente”

Conteúdo: A reportagem explora o lado do torcedor, apresentando sua paixão pelo clube, suas tradições, vínculos afetivos, além de mostrar a relevância de pertencer a um grupo de fãs.

Fontes:

José Paulo Florenzano - Graduado em Ciências Sociais, mestrado em Antropologia pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, da PUC-SP (1997), doutorado em Antropologia pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, da PUC-SP (2003), e pós-doutorado em Antropologia pelo Programa de Pós-Doutorado da Universidade de São Paulo (2012). Atualmente é coordenador do curso de Ciências Sociais e professor do departamento de antropologia da PUC-SP, membro do Conselho Consultivo, do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) e do Museu do Futebol, em São Paulo.

Participação: Através de seus conhecimentos como sociólogo, Florenzano trouxe a sua visão sobre a motivação de um torcedor de futebol e sobre a mudança do perfil do torcedor de futebol atual.

Alejandro Bonutto - Torcedor do Club Atlético Independiente.

Participação: Argentino, torcedor fanático pelo Club Atlético Independiente, equipe da cidade de Avellaneda. Através de sua paixão pelo Independiente e suas experiências no estádio argentino, Libertadores da América, casa do Independiente, podemos trazer detalhes dessa atmosfera, entender sobre sua paixão de torcedor e como começou a gostar de futebol.

Eneias Ribeiro - Líder da Estopim da região da baixa mogiana, torcida organizada do Corinthians.

Participação: O Presidente de uma das torcidas organizadas do Corinthians da região da baixa mogiana, Eneias Ribeiro organiza caravanas semanalmente para jogos da equipe e provou o seu amor pelo clube quando viajou para o Japão para torcer pelo Corinthians no Mundial de Clubes de 2012.

Celso Unzelte - Jornalista, professor, e Mestre em Comunicação, na Faculdade

Cásper Líbero, de São Paulo. Apresentador e comentarista na ESPN. Pesquisador do futebol, é consultor do Museu do Futebol e do Memorial do Corinthians, autor do Almanaque do Timão entre outras dezenas de trabalhos.

Participação: O jornalista e professor Celso Unzelte comenta sobre os clubes e as partidas dos times brasileiros e também de competições sul-americanas, como a Copa Libertadores, no canal ESPN. Além de de suas vivências como comentarista e apresentador, o professor tem inúmeras obras sobre futebol, como: “82, uma copa para sempre”, “20 jogos eternos do Corinthians”, “Derby 100 anos de rivalidade entre Corinthians x Palmeiras” e muitos outros, o que mostra um amplo conhecimento sobre o tema que estamos trabalhando. Assim, Unzelte teve propriedade para falar sobre a paixão de um torcedor pelo futebol, o tamanho de um dérbi, seja ele paulista ou qualquer outro, para os torcedores, histórias de bastidores no futebol e muito mais.

Claudio Giglioni - Jornalista argentino dos veículos Estádio 3, Cadena 3 Ros, Cadena3 Arg. Cablevisión Rosario DX3, Diretor Técnico Nacional De Fútbol ATFA, colunista Buen día Rosario por TELEFE Rosario.

Participação: O jornalista argentino do veículo Cadena 3 acompanha a rotina e dias das partidas de várias equipes argentinas em competições nacionais e da sulamérica, como o Boca Juniors, River Plate, Independiente, Rosário, Barracas e Newell 's Old Boys. A partir disso, trouxemos a sua visão sobre os clássicos do futebol e da paixão pelo futebol.

George Kalil - Torcedor do Flamengo e membro da torcida organizada Raça Rubro Negra.

Participação: O torcedor e membro da organizada Raça Rubro Negra do Flamengo, George Kalil frequenta o Maracanã e conhece o clima que a torcida do Flamengo constrói dentro da sua casa. Através de suas vivências podemos trazer detalhes dessa atmosfera, entender a sua visão sobre a paixão do torcedor, como começou a gostar de futebol e conhecer suas histórias sobre o Flamengo.

Pauta - Vídeos: Clima e atmosfera dos estádios

Conteúdo: No vídeo, os apresentadores vivem um pouco do clima e atmosfera de um dia de jogo nos respectivos estádios das seis equipes selecionadas de Brasil e Argentina.

Fontes:

Danilo Soto - Formado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Anhembi Morumbi. Apresentador, produtor e cenógrafo no canal Desimpedidos e repórter na rádio Energia 97.

Participação: Encontramos Danilo Soto durante nossa ida ao estádio do Corinthians, na partida entre Corinthians x América MG. Conforme toda a sua experiência como repórter esportivo e seu trabalho diário envolvido com o futebol, entrevistamos o Danilo, que falou sobre a rivalidade e a paixão dos torcedores de clubes brasileiros e argentinos.

Eric Bracamonte: Torcedor e sócio-torcedor do Club Atlético Boca Juniors.

Ramiro: Torcedor do Club Atlético River Plate

Alejandro Bonutto - Torcedor do Club Atlético Independiente.

Fontes variadas: Fala Povo

Pauta - Cards

Conteúdo: Cards com informações sobre fundação, nome do estádio, apelido e títulos conquistados sobre os seis clubes determinados pelo grupo.

Fontes:

<https://www.flamengo.com.br/titulosdoflamengo>

<https://www.corinthians.com.br/clube/historia>

<https://www.palmeiras.com.br/historia/>

<https://clubaindependiente.com.ar/institucion/historia>

<https://clubaindependiente.com.ar/futbol/titulos>

<https://www.bocajuniors.com.ar/el-club/historia>

<https://www.bocajuniors.com.ar/el-club/titulos-internacionales>

<https://www.bocajuniors.com.ar/futbol/titulos-nacionales>

<https://www.cariverplate.com.ar/historiav>

Outras entrevistas:

Cássio Ramos - Goleiro da equipe profissional do Sport Club Corinthians Paulista.

Participação: O goleiro do Corinthians nos concedeu uma entrevista e foi um dos jogadores que trouxe a visão de alguém que vivencia essa pressão por resultados diariamente dentro de um clube grande do futebol.

Luiz Antônio Venker Menezes (Mano Menezes) - Técnico da equipe profissional do Sport Club Corinthians Paulista.

Participação: O técnico do Corinthians nos concedeu uma entrevista e foi um dos personagens do futebol que trouxe a visão de alguém que vivencia essa pressão por resultados diariamente dentro de um clube grande do futebol.

Capítulo 3 -

Pauta - Reportagem: A indústria do futebol além das quatro linhas: bilhões de reais, marketing poderoso e o impacto das redes sociais.

Conteúdo: Reportagem sobre a relevância do marketing esportivo e das redes sociais para os clubes e seleções de futebol. A reportagem apresenta números de destaque de receitas dessas equipes e de suas mídias sociais.

Fontes:

Nicolas Caballero - Mestre em Marketing Esportivo, Doutor em Inteligência Organizacional - Patrocínio Esportivo e Pós-doutorado em Comunicação e Marketing Esportivo. Experiência de mais de 25 anos nas áreas de Marketing Esportivo e Publicidade. Coordenador de Curso e Docente em nível de graduação, especialização e mestrado nas áreas de Publicidade, Gestão, Marketing e Marketing Esportivo. Atuou em assessorias de marketing esportivo, agências de publicidade, departamentos de marketing e empresas patrocinadoras no Brasil e exterior. Coordenador do MBA em Gestão e Marketing Esportivo da Trevisan Escola de Negócios | Doutor em Inteligência

Organizacional | Marketing Esportivo.

Participação: Com seu amplo conhecimento na área do marketing esportivo, o professor Nicolas Caballero falou sobre a importância do marketing esportivo para os clubes de futebol, aproximação e envolvimento do público com o produto, no caso os torcedores com o futebol, e sobre as diversas fontes de receitas de uma equipe de futebol.

Ricardo Cardoso - Head de Redes Sociais do Santos Futebol Clube. Ensino Superior em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda na Universidade Santa Cecília (Santos/SP)

Participação: Através de sua especialidade e vivência da área dentro de um grande clube do futebol brasileiro, o Santos Futebol Clube, Cardoso falou sobre a importância das redes sociais, do marketing e dos patrocínios para um clube de futebol. Além disso, o profissional nos explicou a relevância da aproximação dos torcedores com o clube, através das redes sociais.

Pauta - Podcast: Gestão financeira, receitas, marketing e turismo no futebol.

Conteúdo: Podcast sobre o segmento da gestão financeira dos clubes de futebol do Brasil e da Argentina, principais receitas, audiência, outros desafios enfrentados pelo futebol em termos econômicos e grandes eventos da modalidade, como a Copa do Mundo.

Fonte:

Rodrigo Capelo - Jornalista especializado em negócios do esporte no @ge.globo e no @sportv. Autor do livro "O futebol como ele é", publicado pela @editoragrandearea.

Participação: O jornalista do Globo Esporte, Rodrigo Capelo, jornalista especializado em negócios no esporte, foi o entrevistado do nosso podcast. A escolha se deu devido ao seu amplo conhecimento no segmento financeiro dos clubes, como a gestão financeira, desafios diários, SAFs, balanços de clubes, contratação de jogadores, modelos de negócio, entre outros.

Fontes:

<https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/levantamento-mostra-ranking-de-faturamento-d>

[os-clubes-brasileiros-veja-lista/](#)

<https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-ingles/noticia/2022/09/21/clubes-da-premier-league-recebem-r-146-bilhoes-em-cotas-de-tv-veja-divisao-dos-valores.ghtml>

<https://static.poder360.com.br/2023/05/financas-clubes-futebol-2022.pdf>

<https://www.lance.com.br/lancebiz/mercado-do-esporte/quanto-valem-os-direitos-de-transmissao-do-brasileirao-compare-com-premier-league-e-outras-ligas.html>

<https://ge.globo.com/negocios-do-esporte/noticia/2023/07/07/as-financas-do-flamengo-em-2022-com-mais-de-r-1-bilhao-em-receita-e-divida-sob-controle-dinheiro-nao-e-problema-na-gavea.ghtml>

<https://ge.globo.com/negocios-do-esporte/noticia/2023/07/07/as-financas-do-corinthians-em-2022-mesmo-com-alta-na-receita-divida-acima-de-r-1-bilhao-continua-a-acirrar-crise-alvinegra.ghtml>

<https://ge.globo.com/negocios-do-esporte/noticia/2023/07/19/as-financas-do-palmeiras-em-2022-futebol-vitorioso-e-carro-sem-perder-juizo-financeiro-marca-estreia-de-leila-pereira-na-presidencia.ghtml>

https://www.espn.com.br/futebol/palmeiras/artigo/_/id/11828024/palmeiras-tem-mais-r-220-milhoes-receber-clubes-exterior-veja-cada-um

<https://www.terra.com.br/esportes/palmeiras/palmeiras-faturou-mais-que-o-dobro-do-boca-juniors-em-2022-veja-numeros,fe616211d10ba3f140fd59ad4b85c4a8fi1ze4u1.html>

<https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/2021/07/12/copa-america-sbt-bate-recorde-de-media-de-audiencia-com-argentina-x-brasil.htm>

<https://labsnews.com/pt-br/artigos/sociedade/copa-america-como-o-futebol-movimenta-o-turismo-e-aquece-o-mercado-na-america-latina-e-no-mundo/>

<https://www.monitordooriente.com/2022/12/19-catar-recebeu-mais-de-1-4-milhao-de-turistas-durante-a-copa-do-mundo-de-2022/>

<https://tribunahoje.com/index.php/noticias/turismo/2022/11/17/112153-bares-e-restaurantes-devem-contratar-mais-de-77-mil-pessoas-durante-a-copa-do-mundo>

<https://midianinja.org/news/despesas-de-turistas-brasileiros-na-copa-do-catar-atinge-marca-historica-mesmo-com-proibicoes-e-regras/#:~:text=Neste%20ano%2C%20o%20fatramento%20chegou%20a%2040%20milh%C3%B5es%20de%20d%C3%B3lares.&text=Ao%20todo%2C%20cerca%20de%202,2mil%20brasileiros%20foram%20ao%20Catar.>

Pauta - Infográfico das seleções

Conteúdo: Um infográfico que apresenta informações sobre números expressivos de patrocínios, audiência, números de seguidores em redes sociais e outras informações financeiras.

Fontes:

Redes sociais dos clubes

<https://www.mktesportivo.com/2023/10/afinal-quanto-a-cbf-ganha-de-seus-patrocinadores/>

https://www.espn.com.br/futebol/selecao-brasileira/artigo/_/id/10742491/camisa-nova-copa-cbf-renovacao-nike-travar-clausula-anticorrupcao-veja-valores-contrato

<https://www.cbf.com.br/selecao-brasileira>

<https://www.mundodomarketing.com.br/o-que-o-marketing-tem-a-ver-com-a-selecao-brasileira-de-futebol/>

<https://www.umdoisesportes.com.br/futebol/brasil-bolivia-resultado-gols-ficha-tecnica/>

<https://exame.com/esporte/brasil-e-a-selecao-da-copa-do-catar-com-mais-seguidores-nas-redes-sociais/>

<https://ge.globo.com/futebol/copa-america/noticia/renda-de-brasil-x-bolivia-ultrapassar-22-milhoes-tiquete-medio-e-de-r-485-no-morumbi.ghtml>

<https://ge.globo.com/pa/futebol/noticia/2023/08/21/brasil-x-bolivia-veja-os-valores-e-como-adquirir-o-ingresso-para-a-estreia-nas-eliminadoras.ghtml>

https://www.metropoles.com/colunas/futebol_etc/quanto-galvao-pagara-a-globo-para-transmitir-o-jogo-da-selecao

<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2022/08/cbf-soma-19-patrocinadores-e-mais-do-que-dobra-numero-de-parceiros-para-copa-do-mundo.html>

<https://www.a24.com/ovacion/futbol/el-negocio-la-scaloneta-cuanto-dinero-recauda-la-seleccion-argentina-n1048214>

https://www.espn.com.br/futebol/copa-do-mundo/artigo/_/id/11497424/fifa-divulga-1-5-bilhao-pessoas-redor-do-mundo-assistiram-final-copa-do-mundo

<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/copa-2022/globo-registra-contraservia-a-melhor-audiencia-em-estreias-do-brasil-nas-copas-desde-2006,3eea91a204116cc07d883c0a492d1d22to043r7d.html#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20Kantar,no%20anal%20durante%20o%20evento&text=Torcedores%20assistem%20ao%20jogo%20da%20FanFest%20no%20Rio%20de%20Janeiro.>

Pauta - Infográfico dos clubes

Conteúdo: Um infográfico que apresenta informações sobre a arrecadação e gastos com o departamento de futebol profissional, uma audiência destaque e os números de seguidores das redes sociais dos clubes selecionados.

Fontes:

Balancos financeiros dos seis clubes

<https://www.corinthians.com.br/noticias/corinthians-e-lider-de-crescimento-de-receita-em-2022-entre-clubes-brasileiros>

<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/08/04/quanto-vale-a-camisa-diretoria-do-corinthians-comemora-salto-dos-valores-de-patrocinio-desde-2020.ghtml>

<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/10/11/quanto-vale-a-camisa-corinthians-fecha-patrocinios-de-uniforme-e-arrecada-50percent-a-mais-do-que-rival.ghtml>

<https://www.lance.com.br/fora-de-campo/com-boca-x-palmeiras-espn-atropela-sportv-em-audiencia-veja-numeros.html>

<https://www.tycsports.com/river-plate/river-boca-ingresos-conmebol-copa-libertadores-ranking-id521916.html>

<https://salarysport.com/pt-br/football/super-liga/boca/>

<https://www.sportsvalue.com.br/wp-content/uploads/2023/05/Financas-clubes-2022-Sports-Value-maio-2023-1.pdf>

<https://www.mktesportivo.com/2019/11/titulo-do-flamengo-da-libertadores-gera-audiencia-historica-para-a-globo/>

<https://uolesportevetv.blogosfera.uol.com.br/2017/12/07/no-rio-final-da-sul-americana-da-2a-maior-audiencia-do-ano-a-globo/>

6 ORÇAMENTO

Considerando que se trata de uma modalidade Webdocumentário, que exigiu uma pesquisa de campo, gastamos um total de cerca de R\$2.500,00 (dois mil e quinhentos reais). Conforme descrito abaixo, os gastos são de acordo com as produções realizadas ao longo do 1º e 2º semestre:

- Edição e captação de vídeo - R\$ 1200,00;
- Edição do podcast - R\$ 175,00
- Registro de domínio web + produção do site - R\$ 515,00
- Ingressos para as partidas de futebol no Brasil - R\$ 260,00;

- Alimentação - R\$ 100,00
- Transporte: (Uber + Passagem de ônibus + Caronas) - R\$250,00.

7 CRONOGRAMA

Cronograma TCC Esporte - 2023

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Arthur Cunha de. As mulheres no jornalismo esportivo. 2018. 17 f. Faculdades Integradas Hélio Alonso, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<https://www.colegiohelioalonso.com.br/pdf/monografias/20151696.pdf>> Acesso em: 17 nov. 2023

ÁLVAREZ, J. P. Quanto os países da América Latina contribuem para a economia mundial?. **Bloomberg Línea**, 2022. Disponível em: <<https://www.bloomberglinea.com.br/2022/09/25/quanto-os-paises-da-america-latina-contribuem-para-a-economia-mundial/#:~:text=PIB%20por%20pa%C3%ADs>> Acesso em: 3 abr 2023;

ARNAUT, Rodrigo Dias et al. **Era transmídia**. Revista GEMINIS, v. 2, n. 2, p. 259-275, 2011;

BRASIL, BBC News. **A origem da rixa entre Brasil e Argentina e como ela vem mudando**. YouTube, 2022. Disponível em: <<https://youtu.be/qWjXUaM1Xm0>> Acesso em: 15 de abr de 2023;

BRASIL, BBC News. **Entenda Em 4 Minutos a Guerra Do Paraguai, a Mais Sangrenta Da História Do Continente**. YouTube, 2021. Disponível em: <<https://youtu.be/f6Oc4fKO1qw>> Acesso em: 13 de abr. 2023;

BREITKREITZ, Luciano Anderson. **BRASIL E ARGENTINA: analisando a rivalidade entre os dois países**. Revista Semina, V. 15, N. 1, 2016 – ISSN 1677-1001, 2016;

BRINATI, Francisco Ângelo; HELAL, Ronaldo George. **Caxirolas, Fuleco e Brazuca: Uma análise da cultura brasileira nos símbolos da Copa do Mundo FIFA 2014 - Comunicação e Esporte: Copa do Mundo 2014 - Ary José Rocco Júnior (Org.)**– São Paulo : INTERCOM, vol 13, p.138-156, 2014;

CANAVILHAS, João. **Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas**. WEBJORNALISMO: as 7 características que marcam a diferença - João Canavilhas (Org.), LABCOM, s/l, cap. 1, p. 3-24, 2014;

CARMO, Marcia. De onde vem a rivalidade entre brasileiros e argentinos?. **BBC News Brasil**, 2016. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-37065570>> Acesso em: 6 de abr de 2023;

CARMO, Marcia. Qual a origem da rivalidade entre Brasil e Argentina — e o que está mudando nessa rixa. **BBC News Brasil**, 2022. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-64008317>> Acesso em: 6 de abr de 2023;

CASTILHO, César Teixeira; JÚNIOR, Wanderley Marchi. **Esporte e sociedade: um olhar a partir da globalização**. Marco Bettine e Gustavo Luiz Gutierrez (Org.), São Paulo: IEA-USP, 2019;

CBF. Fundação da Federação Brasileira de Sports completa 106 anos. 2020. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/a-cbf/informes/index/fundacao-da-federacao-brasileira-de-sports-completa-106-anos>>. Acesso em: 15 de nov. 2023;

CETIC.BR. **Tic Domicílios**, 2021 - indivíduos. Disponível em: <<https://cetic.br/pt/tics/domicilios/2021/individuos/C1/>> Acesso em: 05 de abr. de 2023;

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. 1ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

DANTAS, José Guibson. **Espetáculo para além das quatro linhas: as interfaces entre futebol, propaganda e autoritarismo nas copas do mundo**. Comunicação e Esporte: Copa do Mundo 2014 - Org: Ary José Rocco Júnior – São Paulo : INTERCOM, vol 13, p.34-78, 2014;

DE ALMEIDA, Paulo Roberto. **Brasil e Argentina: um ensaio de história comparada**. Resenha Meridiano 47 - ISSN 1518-1219, junho - 2005;

EDO, Concha. **El lenguaje y los géneros periodísticos en la narrativa digital** - Organizador: Suzana Barbosa, cap. 1, p.7-23, 2007;

ESPORTE, MÍDIA, IDENTIDADES LOCAIS E GLOBAIS. **Futebol e território: particularidades e distinções da origem futebolística no Brasil e na Argentina origem do futebol no Brasil**. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/1pcc0TrtuzFELIPlfEzwtg7nLCvcG1GmI/view?usp=sharing>> Acesso em: 30 de maio de 2023;

FERREIRA, Caio. **A história e a evolução do jornalismo esportivo no Brasil e no mundo**. 2023. Jornalzt. Disponível em: <<https://jornalzt.com/a-historia-e-a-evolucao-do-jornalismo-esportivo-no-brasil-e-no-mundo/>>. Acesso em: 17 nov. 2023.

FERREIRA, Elizângela Fernandes; KOWALSKI, Marizabel. **BRASIL E ARGENTINA: rivalidade ou identidade? envolvimento e distanciamentos dos vizinhos distantes no campo de futebol**. Recife, 2009;

FRANCO, Giullya. História do Futebol. **Brasil Escola**, [s.d]. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/educacao-fisica/historia-do-futebol.htm>>. Acesso em 30 de maio de 2023;

FRANGE, Marcelo Bechara S. N.. **A Produção do Jornalismo Esportivo Digital na Atualidade**. 2016. 16 f. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1106-1.pdf>> Acesso em: 17 nov. 2023.

GUEDES, Simoni Lahud. **De criollos e capoeiras: notas sobre futebol e identidade nacional na Argentina e no Brasil**. ANPOCS - Caxambu, 2002;

GUTIERREZ, Gustavo Luis *et. al.* **Esporte: um fenômeno heterogêneo: estudo sobre o esporte e suas manifestações na sociedade contemporânea**. Movimento, vol. 13, núm. 3, setembro-diciembre, 2007, pp. 225-242 - Rio Grande do Sul, Brasil;

HELAL, Ronaldo George. **Futebol, Cultura e Cidade**, v. 3, n.2 - 1996;

HIGA, Carlos César. Guerra Da Cisplatina: contexto, motivo, resumo. **Mundo Educação**, [s.d]. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/historiadobrasil/guerra-cisplatina.htm>> Acesso em: 2 abr. 2023;

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, .428 pp. ISBN 978-85-7657-084-4, 2006;

JOGADA10. Conheça as 10 maiores torcidas da Argentina. 2023. Disponível em: <<https://jogada10.com.br/galerias/conheca-as-10-maiores-torcidas-da-argentina/#foto=26>> Acesso em 10 de maio 2023;

LANCE! Brasil x Argentina? Saiba quem é freguês no confronto. 2022. Disponível em: <<https://www.lance.com.br/copa-do-mundo/brasil-x-argentina-saiba-quem-e-fregues-no-confronto.html>> Acesso em: 03 de abr. 2023;

LANCE! Qual e quando foi fundado o primeiro clube de futebol do Brasil?. 2023. Disponível em: <<https://www.lance.com.br/futebol-nacional/qual-foi-e-quando-foi-fundado-o-primeiro-clube-de-futebol-do-brasil.html>>. Acesso em: 14 de nov. 2023;

LANCE! Quem são os maiores campeões da Libertadores? Veja lista de títulos. 2023. Disponível em: <www.goal.com/br/not%C3%ADcias/os-maiores-campeoes-da-copa-libertadores-quais-times-ganharam-mais-titulos/s9pvwnmfkosm13r6n4kz9zslt> Acesso em: 12 nov de 2023;

LIMONDRE, Letícia; BRAZ, Vânia; SORIANO, Filipe. Infotainment (informação e entretenimento) no jornalismo. In: congresso brasileiro de ciências da comunicação, 34., 2011, Pernambuco.. **Infotainment (informação e entretenimento) no jornalismo**. Univap, 2011. p. 1-5. Disponível em:

<https://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2011/anais/arquivos/0143_0922_01.pdf>.
Acesso em: 17 nov. 2023.

LOIS, Rodrigo. Argentina aumenta distância como a seleção com mais títulos oficiais no mundo. **Globo Esporte**, 2022. Disponível em:
<<https://ge.globo.com/futebol/selecoes/argentina/noticia/2022/12/20/argentina-se-isola-como-a-selecao-com-mais-titulos-oficiais-no-mundo.ghtml>> Acesso em: 03 de abril, 2023;

MEDIA, Kantar Ibope. Dados de audiência nas 15 praças regulares com base no ranking consolidado – 11/01 a 17/01/2021. Disponível em:
<<https://kantaribopemedia.com/conteudo/dados-rankings/dados-de-audiencia-nas-15-pracas-regulares-com-base-no-ranking-consolidado-11-01-a-17-01-2021/>> Acesso em: 11 de maio de 2023;

MEDIA, Kantar Ibope. Dados de audiência PNT TOP 10 com base no ranking consolidado – 08/08 a 14/08/2022. Disponível em:
<<https://kantaribopemedia.com/conteudo/dados-rankings/dados-de-audiencia-pnt-top-10-com-base-no-ranking-consolidado-08-08-a-14-08-2022/>> Acesso em: 11 de maio de 2023;

MEDIA, Kantar Ibope. Dados de audiência PNT TOP 10 com base no ranking consolidado – 04/07 a 10/07/2022. Disponível em:
<<https://kantaribopemedia.com/conteudo/dados-rankings/dados-de-audiencia-pnt-top-10-com-base-no-ranking-consolidado-04-07-a-10-07-2022/>> Acesso em: 11 de maio de 2023;

MÉDIA, Kantar Ibope. Marcas Em Campo! O Futebol E a Mídia Dentro E Fora Das 4 Linhas. **My.visme.co**, 2022. Disponível em:
<<https://my.visme.co/view/90rplg96-data-stories-ed-22-marcas-em-campo-o-futebol-e-a-midia-dentro-e-fora-das-4-linhas>> Acesso em: 05 de abr. 2023;

MORGAN, Melissa Johnson; SUMMERS, Jane. **Marketing Esportivo**. Tradução: Vertice Translate. Revisão técnica: João Candido Gomes Saraiva. São Paulo: Thomson, 2008;

MOSTARO, Felipe Fernandes Ribeiro. et. al. **A camisa pesa**: a construção da identidade do uniforme amarelo da Seleção Brasileira nas Copas do Mundo. Comunicação e Esporte: Copa do Mundo 2014 - Ary José Rocco Júnior (Org.) – São Paulo: INTERCOM, vol 13, p.60-88, 2014;

OLIVEIRA, Diego Roberto de. **JORNALISMO ESPORTIVO NA INTERNET: CONQUISTANDO ESPAÇO**. 2010. 50 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo., Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, Assis, 2010. Disponível em:
<<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0611220246.pdf>> Acesso em: 17 nov. 2023.

OLIVEIRA, Laura. Credibilidade, desinformação e isenção: como a Internet mudou o jornalismo?. **Jornal da USP**, 2022. Disponível em:

<[PALACIOS, Ariel & CHACRA, Guga. **Os Hermanos e Nós**. São Paulo: Contexto, 2014;](https://jornal.usp.br/campus-ribeirao-preto/jornalismo-digital-traz-reflexoes-sobre-credibilidade-desinformacao-e-isencao-na-comunicacao/#:~:text=Apesar%20de%20pôr%20em%20xeque,transmitida%20ao%20consumidor%20da%20not%C3%ADCIA.> Acesso em: 29 de maio de 2023;</p></div><div data-bbox=)

PLACAR. Brasil venceu 8 vezes o prêmio da Fifa: lembre todos os ganhadores. 2022. Disponível em: <<https://placar.abril.com.br/placar/brasil-venceu-8-vezes-o-premio-da-fifa-relembre-todos-os-ganhadores>> Acesso em: 8 de maio. 2023;

SALAVERRÍA, Ramón. **Multimedialidade**: informar para cinco sentidos. WEBJORNALISMO: 7 características que marcam a diferença - João Canavilhas (Org.), LABCOM, s/l, cap. 2, p. 25-51, 2014;

SAMPAIO, Rodrigo. Saiba Como Surgiu a Rivalidade Entre Brasil E Argentina No Futebol. **CNN Brasil**, 2022. Disponível em: <www.cnnbrasil.com.br/esportes/saiba-como-surgiu-a-rivalidade-entre-brasil-e-argentina-no-futebol/amp/>. Acesso em: 15 de abr. 2023;

SIMÕES, Alexandre. Pesquisa CNN Esportes/Itatiaia/Quaest: Flamengo, Corinthians e Palmeiras têm as maiores torcidas do país. **CNN Brasil**, 2023. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/pesquisa-cnn-esportes-itatiaia-quaest-flamengo-corinthians-e-palmeiras-tem-as-maiores-torcidas-do-pais/>> Acesso em: 9 de maio de 2023;

Sitio Oficial de la Asociación del Fútbol Argentino. Disponível em: <<https://www.afa.com.ar/es/pages/historia>> Acesso em: 9 de abr. 2023;

TRANSFERMARKT. Brasil. Disponível em: <<https://www.transfermarkt.com.br/brasilien/erfolge/verein/3439>> Acesso em: 10 de abr. 2023;

UNZELTE, Celso. **Jornalismo Esportivo**: Relatos de uma paixão: Editora Saraiva, 2009.

UOL. Com Brasil x Argentina, Copa América no SBT supera Globo em quase todo o país. 2021. Notícias.. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/com-brasil-x-argentina-copa-america-vence-globo-em-quase-todo-o-pais-veja-61220#:~:texto=Segundo%20dados%20prévios%20de%20audiência,rolando%2C%20das%2021h%20às%2022h51.?cpid=txt>> Acesso em: 16 de maio. 2023;

VENTURA, Mauro. Hipertexto, noticiabilidade e teoria do jornalismo na web. *Cáspere Líbero* - São Paulo, v. 12, n. 23, p.75-84, 2009.

ANEXOS

- **Relatório de Acompanhamento.docx .pdf**
- **Termo de Autorização de Divulgação do TCC - Gabriel Henrique Tei...**
- **Termo de Autorização de Divulgação do TCC - Manuel Nardi.pdf**
- **Termo de Autorização de Divulgação do TCC - Monise Almeida.pdf**