

O padrão tecnoestético do Campeonato Alagoano de futebol masculino de 2023¹

Carla Carolina da Silva MALTA²
Anderson David Gomes dos SANTOS³
Viviane Silva de SOUZA⁴
Matheus Inácio Soares SILVA⁵

Instituto Federal de Alagoas, Maceió, AL
Universidade Federal de Alagoas, Santana do Ipanema, AL

RESUMO

Parte-se de um recorte de pesquisa de iniciação científica que analisa a importância econômica e simbólica da transmissão do Campeonato Alagoano de futebol masculino. Aqui, pretendemos entender os elementos do padrão tecnoestético reproduzidos pela transmissão de um torneio local, ao mesmo tempo em que se tenta verificar o que refletiria o estímulo à identidade alagoana nos elementos estéticos e nas narrações. Da mesma forma, compreender, a partir da opinião de torcedores de clubes locais, como a transmissão de 2023 foi avaliada quanto aos seguintes aspectos: narração; qualidade de imagens; valorização dos clubes locais; e reportagem de campo. Percebe-se no caso de um torneio periférico os efeitos da falta de uma melhor estrutura de transmissão para gerar uma identidade maior com este torneio enquanto programa midiático, algo que reflete as barreiras estético-produtivas estabelecidas.

PALAVRAS-CHAVE: padrão tecnoestético; futebol audiovisual; barreiras de mercado; Campeonato Alagoano 2023; Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura.

INTRODUÇÃO

¹ Trabalho apresentado GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do campus Maceió do Instituto Federal de Alagoas (IFAL). Mestra em Estudos Literários pela Universidade Federal de Alagoas e graduação em Letras com habilitação em Português/Literatura pela mesma instituição, e-mail: carolina.malta@ifal.edu.br.

³ Professor da Unidade Educacional Santana do Ipanema da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), diretor de Relações Internacionais da Socicom (Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas da Comunicação e coordenador do Grupo de Trabalho de Economia Política das Comunicações da ALAIC (Associação Latino-Americana de Investigadores em Comunicação). Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Vice-líder do Grupo de Pesquisa Crítica da Economia Política da Comunicação (Cepcom/UFAL) e pesquisador da Rede Nordeste de Estudos em Mídia e Esporte (ReNEme), e-mail: anderson.gomes@santana.ufal.br.

⁴ Estudante da graduação em Ciências Contábeis da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus Sertão da UFAL. Bolsista de Iniciação Científica do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), edital Pibic-UFAL 2022/2023, email: viviane.souza@delmiro.ufal.br.

⁵ Estudante da graduação em Ciências Contábeis da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus Sertão da UFAL. Bolsista de Iniciação Científica do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), edital Pibic-UFAL 2022/2023, email: matheusinacioareias@gmail.com.

O futebol profissional masculino se difunde a partir de duas possibilidades: acompanhamento dos jogos nos estádios e a partir da sua versão midiática, com transmissão em audiovisual.

Aqui nos interessará a segunda delas, pois é a que demarca uma importante fonte de receitas e de criação de capital simbólico para aglutinação de torcida. Quer dizer, quanto maior a visibilidade midiática sobre o clube – agregado a outros fatores, como o rendimento em campo –, há uma tendência deste conseguir criar mais momentos de identidade para quem é parte da torcida e até para quem ainda não é, assim como, maior investimento.

No caso do futebol brasileiro, a expansão se dá de forma irregular, dada a dimensão territorial do país. A preocupação com torneios nacionais de clubes ocorre apenas em 1959, mas já após o estabelecimento de Rio de Janeiro e São Paulo como centros importantes desta prática esportiva, conforme poderia ser demonstrado nas convocações de atletas para as seleções brasileiras das Copas do Mundo FIFA.

Além disso, especialmente a partir da difusão da Rádio Nacional na então capital do país, os clubes do Rio de Janeiro conseguem se espacializar para outros estados ainda na primeira metade do século XX. Em seguida, conforme Santos (2021), o desenvolvimento de conglomerados midiáticos que se consideram nacionais, ou são nacionalizados, o que será definitivo com o modelo de redes de televisão, cujas matrizes ficavam em Rio de Janeiro e São Paulo. Este processo, por sinal, que reflete o desenvolvimento político-econômico desigual do Brasil da transição do rural para o urbano/industrial e que prossegue depois.

No que interessa a este artigo, conseguimos perceber que quando as transmissões audiovisuais dos jogos de futebol ganham a regularidade enquanto programa midiático pertencente às grades de programação, desde os anos 1980, eram as equipes de Rio de Janeiro e São Paulo as exibidas em rede nacional. O que, conforme Santos, Borges e Figueiredo Sobrinho (2021), fez com que clubes desses dois estados tivessem ainda maior visibilidade nos noticiários esportivos que os de outros locais.

Tal cenário serviu como justificativa para o desenvolvimento do projeto de iniciação científica da Universidade Federal de Alagoas (edital Pibic-UFAL 2022-2023) “A importância da transmissão audiovisual do Campeonato Alagoano de futebol masculino (2007-2023) – padrões tecnoestéticos e incentivo ao torcer a times locais”.

A opção pelo estadual de Alagoas se deu por se tratar de um Estado com dados socioeconômicos dentre os piores do Brasil, mesmo após os programas de distribuição de renda dos governos do Partido dos Trabalhadores (Gomes, 2014). Além de o primeiro Campeonato Alagoano de futebol masculino totalmente transmitido ter ocorrido apenas em 2007.

Este artigo tratará de um recorte desta pesquisa, de maneira a analisar o padrão tecnoestético da transmissão do Campeonato Alagoano de 2023, considerando ainda resultado de pesquisa de opinião realizada de forma virtual depois da realização do torneio.

Assim, pretendemos entender, por um lado, os elementos do padrão tecnoestético reproduzidos pela transmissão de um torneio local, ao mesmo tempo em que se busca verificar o que refletiria o estímulo à identidade alagoana nos elementos estéticos e nas narrações. Por outro, compreender, a partir da opinião de torcedores de clubes locais, como o cenário de transmissão de 2023 foi recebido pelo público espectador quanto aos seguintes aspectos: narração; qualidade de imagens; valorização dos clubes locais; e reportagem de campo.

Considerando que a transmissão pela transmissão não é suficiente, gostaríamos de entender os pontos de maior crítica e elogio frente a um cenário que, no caso de 2023, contou com transmissão multiplataforma: Band (TV aberta) – com TV UFAL, afiliada da TV Brasil, exibindo o último jogo do torneio; Nosso Futebol (*pay-per-view* de Claro, Sky e DirecTVGo); Canal FAF (YouTube); e DAZN (*streaming*).

O presente artigo, além desta introdução que teve caráter de apresentação e justificativa do tema, conta com as seguintes partes: descrição do método aplicado para os dois elementos analisados no Campeonato Alagoano 2023; descrição e análise do padrão tecnoestético da competição; apresentação gráfica de dados numéricos e interpretação de parte da pesquisa de opinião realizada com torcedoras e torcedores de clubes alagoanos; e, por fim, as considerações finais.

Metodologia

O tema será discutido e apresentado a partir de investigação qualiquantitativa que usa os métodos bibliográfico, estatístico e descritivo. Apresentaremos aqui os dados e resultados dos dois planos de trabalho, com recorte temporal sendo a edição de 2023 do

Campeonato Alagoano: análise do padrão tecnoestético e opinião de torcedoras e torcedores de clubes locais.

A amostra para a análise do padrão tecnoestético contou com 10 jogos da competição em 2023, entre melhores momentos e jogos completos, conforme disponibilidade no YouTube, sendo 6 jogos da primeira fase, os 2 decisivos de cada semifinal e as duas finais.

Os critérios estabelecidos para o caso de jogos de futebol transmitidos em audiovisual consideram elementos de padrão histórico à busca por especificidades quanto à identidade local: quantidade de câmeras e direção de imagem; variações no estilo de transmissão na direção de uma cobertura esportiva ao vivo pelo infotretenimento – em que a informação pode ser sobreposta ao entretenimento (Figueiredo Sobrinho; Santos, 2020); e, marcadores locais na narração, na reportagem e/ou nos comentários.

Dentre os objetivos do projeto de iniciação científica estava a formulação de “Pesquisa de opinião sobre a transmissão do Campeonato Alagoano de futebol em 2023”. As questões foram elaboradas em maio de 2023, com um teste com nove respondentes realizadas inicialmente. A difusão final do link na ferramenta “Forms” do Google ocorreu de 29 de maio a 9 junho de 2023.

Estabelecemos nela oito seções: 1- Corte; 2- “Como alagoana/o acompanha o futebol?”; 3- “Como assistiu o Alagoano 2023?”; 4- “Influência da transmissão”; 5- Uma pergunta da seção 3; 6- “Dificuldades”; 7- “Mídia do Alagoano 2023”; e, 8- “Obrigado pela participação”. Algumas delas repetiram perguntas por terem alguns caminhos possíveis de acordo com respostas de seções anteriores.

Aqui, apresentaremos a partir de gráficos e discutiremos os resultados relativos ao ponto 7, sobre a seguinte pergunta: “Como você avalia os seguintes aspectos da transmissão do Campeonato Alagoano de 2023?” – narração, qualidade de imagens, reportagem de campo e valorização dos clubes locais.

Padrão tecnoestético enquanto barreira à entrada

Antes de apresentar o estudo de caso relativo ao Campeonato Alagoano 2023, é importante situar a pesquisa de iniciação científica a qual este trabalho faz parte nos estudos da Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura (EPC).

Iniciaremos em como ela dialoga com os marcos teórico-conceituais deste subcampo para, em seguida, destacar uma das categorias de análise que nos interessa especialmente.

Conforme Bolaño e Bastos (2020, p. 177-178), a EPC trata-se do:

[...] estudo das relações de produção capitalistas relativas à estrutura dos sistemas de mediação social, tendo por pressuposto o desenvolvimento das forças produtivas. Em outros termos, trata-se em essência da ampliação do ferramental crítico da economia política para a compreensão das estruturas de mediação social características do modo de produção capitalista, especialmente aquelas desenvolvidas a partir das transformações sistêmicas que se traduziram na constituição do chamado capitalismo monopolista, na virada do século XX.

O projeto que este artigo é um dos produtos parte desta perspectiva para realizar a análise crítica do futebol profissional transmitido em audiovisual. Compreende-se a possibilidade de estudo dos processos capitalistas nas relações sociais que marcam este esporte como elemento sociocultural importante, de maneira a entender os efeitos da extensão da mercantilização sobre o jogo e a forma de o fruir, o que reproduz as transformações do capitalismo monopolista.

Desta forma, a transmissão do futebol a partir da indústria infocomunicacional trata diversos tipos de relações, como afirmam A. Santos e I. Santos (2016, p. 64):

Temos, neste trajeto, dois pontos cruciais: de um lado, o entendimento do futebol enquanto uma indústria cultural à parte e, ao mesmo tempo, um programa midiático privilegiado e localizado dentre os prioritários, por estar dentre os mais rentáveis para a comunicação de massa; do outro lado, o público torcedor dos estádios enquanto subcampo dessa indústria do futebol. Avalia-se que na medida em que o desenvolvimento das tecnologias de transmissão do jogo do futebol a pontos distintos do globo passa-se a demandar o próprio “evento jogo de futebol” enquanto nova fonte de renda, um mercado em potencial que deve ser trabalhado minuciosamente a partir, principalmente, da mudança do público espectador das partidas.

As novas possibilidades de transmissão alcançaram campeonatos como o de Alagoas, que até 2007 não tinha transmissão de jogos de todas as etapas da competição e, a partir de 2015, se mantém com exibição de jogos via internet, seja em plataformas de *streaming* como o EIPlus, Eleven Sports ou com canal da Federação Alagoana de Futebol (FAF) no YouTube.

Entretanto, é preciso considerar também como essas transmissões são realizadas. A EPC brasileira trabalha com o conceito de barreiras de mercado como relevantes para a análise de estruturas e estratégias de agentes envolvidos com a produção infocomunicacional.

Brittos (2001) define duas barreiras à entrada como tipologia mínima ao se considerar os mercados de informação e comunicação: político-institucional e estético produtiva. Aqui, não nos interessaremos pela primeira, delimitada pela ação direta ou indireta do Estado enquanto agente regulador que, conforme estudos anteriores sobre futebol na EPC (caso de Santos, 2019), consideramos ainda para as relações estabelecidas entre agentes de mercado no processo de compra e venda de direitos de transmissão. Mas, de forma geral:

[...] na conquista e manutenção das posições principais, as organizações devem conjugar elementos de diferentes ordens, aliando pontos de domínio mais técnico, aquilo que é popularmente conhecido como competência, com outros de perfil político, ou seja, de relacionamento privilegiado com organismos pretensamente públicos (Brittos, 2004, p. 38).

Na segunda barreira, é importante considerar conceito desenvolvido por Bolaño (2000), o “padrão tecnoestético”. Este é extremamente relevante para a concorrência entre grupos midiáticos, pois trata-se de produção e distribuição de conteúdo como o elemento fundamental a ser construído, desde que garanta identidade e boa reputação à empresa, de maneira a conquistar o consumidor. Este padrão representa:

[...] uma configuração de técnicas, de formas estéticas, de estratégias, de determinações estruturais, que definem as normas de produção cultural historicamente determinadas de uma empresa ou de um produtor cultural particular para quem esse padrão é fonte de barreiras à entrada no sentido aqui definido (Bolaño, 2000, p. 235).

Dentre as técnicas indicadas por Brittos (2005, p. 83) nos produtos diante dos seus consumidores no mercado audiovisual, estão: “relação entre conteúdo e realidade, excelência nos aspectos formais, relevância temática, impacto no público, ética na relação com o telespectador, sucesso econômico, identidade e maneiras de representação dos gêneros e da violência”.

Na produção audiovisual brasileira, este padrão se configura especialmente a partir da constituição do “Padrão Globo de Qualidade” para distintos produtos e plataformas, como reflexo da liderança de 5 décadas do Grupo Globo neste mercado. Este também se constituiu como barreira de mercado no jogo de futebol transmitido ao vivo, pois o Grupo Globo deteve há muito tempo a transmissão dos principais campeonatos do país interclubes e entre seleções, de maneira que, conforme Brittos (2022, p. 80):

Esses modelos acabam recebendo a adesão dos consumidores, desencadeando uma relação difícil de ser rompida, embora isso sempre seja viável. Esse processo traduz-se no próprio produto, reunindo ainda

técnicas de marketing e publicidade, bem como criando vinhetas ou embalagens, que servem para o reconhecimento do público e para estimular sua preferência.

Assim, um dos desafios para qualquer outro agente de mercado para atuar na transmissão de futebol no Brasil, mesmo que tenha condição econômica de adquirir os direitos de transmissão de importantes torneios, é enfrentar a identidade criada pela Globo quanto a este programa midiático. Isso se reflete até mesmo quando se tem a centralização da geração de imagens pela organizadora da competição, pois o conglomerado nacional era quem a realizava costumeiramente – e faz ainda em torneios nacionais como a Série A do Campeonato Brasileiro de futebol masculino e a Copa do Brasil.

Para o caso do futebol, pensamos em critérios que unissem características mais técnicas de transmissão e outras estéticas e narrativas, de maneira a combinar elementos que possibilitem maior variedade de imagens ao mesmo tempo em que os elementos ligados à identidade do torcedor são fundamentais para atrair um público-alvo local.

Considera-se que o modelo tecno-estético constituído serve como “interface entre barreiras à entrada e poder simbólico e explica a fidelização de uma parte significativa dos telespectadores, transformada em audiência passível de ser transacionada no mercado publicitário” (Brittos, 2001, p. 86), tendo o potencial de reduzir o caráter aleatório da produção de mercadorias culturais (Bolaño, 2000).

Análise do padrão tecnoestético do Campeonato Alagoano 2023

A edição de 2023 do estadual contava com diferentes espaços para transmissão, mas que seguiam um padrão da geração da FAF, o que repete modelos de outros torneios, como os estaduais de Rio de Janeiro e São Paulo.

Conseguimos perceber o padrão histórico para este tipo de programa quanto à utilização de câmeras e a edição de imagens: câmera central como a principal em boa parte da transmissão, com as demais (na altura do gramado ou com foco em cada área) sendo alternativas para *replays* e imagens da torcida.

Algo semelhante ocorre quanto às representações gráficas na tela, com placar no canto superior esquerdo e vinhetas com cartões, gols e substituições aparecendo no canto inferior esquerdo. O que diferencia, conforme Figura 1 a seguir, é a utilização das cores

da bandeira de Alagoas (vermelho, branco e azul, nesta ordem), exatamente abaixo dos números de gols.

Figura 1- Transmissão da FAFTV do Alagoano de 2023



Fonte: Print do canal da FAFTV no YouTube

De acordo com Santos e Silva (2023), em observação de jogos da primeira rodada, a transmissão no YouTube contava apenas com uma imagem central, enquanto as partidas em outras plataformas tiveram pelo menos duas, uma segunda para *replays* e closes, ao lado do campo.

O único exibidor com diferença em grafismo foi o “Nosso Futebol”, canal criado em 2023 pelas distribuidoras de TV por assinatura Claro e Sky, como pode ser verificado na Figura 2 a seguir.

Figura 2- Transmissão do Nosso Futebol do Alagoano de 2023



Fonte: Print de melhores momentos do jogo no canal Nosso Futebol no YouTube

Conseguimos observar que, neste caso, segue-se um padrão genérico, com o placar no lado superior esquerdo e vinhetas com especificidades na parte inferior. A

adaptação está na inclusão da cor das camisas dos clubes num retângulo ao lado da sigla das equipes em campo.

Quanto à narração dos jogos, previamente identificamos que a equipe dependeu da mídia, com FAFTV, Band e DAZN trabalhando mais com profissionais alagoanos, normalmente oriundos do rádio e da cobertura esportiva anual das equipes locais, enquanto o “Nosso Futebol” optando por profissionais de outros estados.

A opção por equipes da cobertura esportiva no rádio local, trazendo elementos narrativos adaptados à TV, é um processo natural dado o fato de a transmissão regular em TV ser principalmente no estadual, com os jogos nacionais sendo narrados em TV cada vez mais por equipes de outros estados – só com um/a repórter local. Da mesma forma, o Nosso Futebol mantém determinadas equipes de trabalho para os torneios, não ampliando as contratações específicas para um jogo, seja em qualquer Estado – mesmo contando com trabalhadoras e trabalhadores nordestinos.

Conseguimos observar no recorte de jogos para a análise, porém, que algumas partidas no YouTube não contaram com repórter de campo. Em CSE 1X0 CSA, o problema foi técnico, com o repórter participando apenas nos minutos finais. Já em ASA 1X1 CSE, não houve envio de profissional para isso, com o melhor jogador em campo recebendo o troféu ao final do jogo, mas sem dar entrevista, como pode ser visto na Figura 3 a seguir.

Figura 3- Sem repórter para o final de partida no Alagoano de 2023



Fonte: Print de ASA 1X1 CSE do canal da FAF no YouTube

Como detalhe de narração, Santos e Silva (2023) descrevem um jogo em Palmeira dos Índios, CSE 1X0 CSA. O narrador Wellyton Martins, oriundo do rádio local, trouxe elementos vistos como pitorescos para a exibição, caso das brincadeiras da torcida do

time da casa, CSE: “É bacana ouvir o torcedor”; “torcedor é bacana, já grita olé”; “olha o torcedor do CSE... É uma festa”; e “Torcedor é uma graça, né?”.

O “pitoresco” é um dos elementos que I. Santos e A. Santos (2020) identificaram como características da cobertura esportiva do *Jornal dos Sports* para o futebol nordestino nas décadas de 1960 e 1970. Podemos pensar numa construção narrativa que segue de forma semelhante nos espaços de hegemonia a partir de cada limitação territorial. Aqui, capital e interior de Alagoas. Ao mesmo tempo em que auxilia a trazer outros elementos de entretenimento ao factual da partida.

Avaliação da torcida sobre a transmissão do Campeonato Alagoano 2023

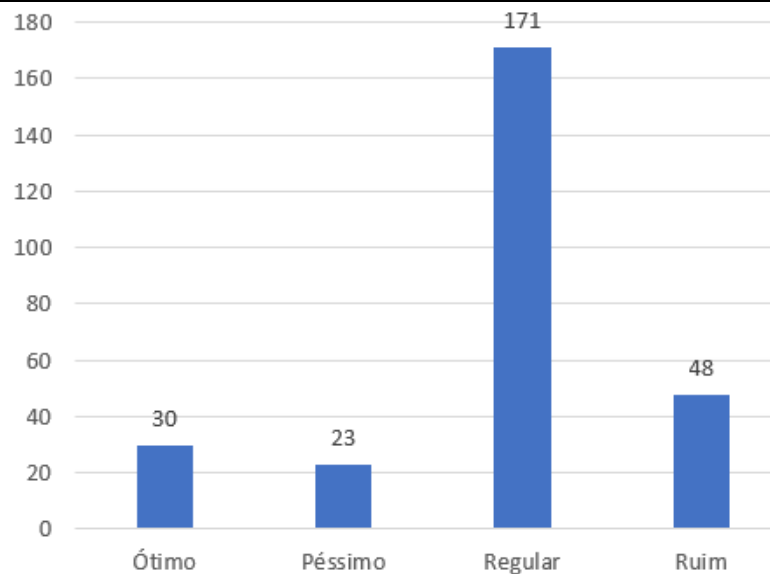
Entendemos ser importante para os estudos da EPC desenvolver mecanismos de interpretação sobre as informações analisadas a partir de quem consome ou constrói socialmente determinado conteúdo. Assim, em paralelo à análise da transmissão, buscou-se observar como a torcida de clubes alagoanos avaliava alguns aspectos do padrão tecnoestético na edição de 2023.

Como afirmado na seção de metodologia, tivemos como filtro inicial quem torcia para clubes locais, saindo de 3 respostas para 272 para a análise na pesquisa de iniciação científica. Destes, separamos para este artigo os resultados relativos à pergunta: “Como você avalia os seguintes aspectos da transmissão do Campeonato Alagoano de 2023?”.

Os elementos estabelecidos servem como parâmetro para a avaliação do padrão tecnoestético das transmissões. Tentaremos a partir da seguinte gradação: péssimo, ruim, regular e péssimo. De antemão, verificamos que havia mais opções negativas que positivas, algo a ser aprimorado em pesquisas de opinião semelhantes. De toda forma, buscaremos descrever e apresentar possíveis justificativas para o que foi apontado pelos dados.

Para início, quisemos saber a avaliação de torcedoras e torcedores de clubes alagoanos sobre a narração dos jogos no estadual de 2023. O Gráfico 1 a seguir apresenta os resultados.

Gráfico 1 – Avaliação da narração do Campeonato Alagoano 2023



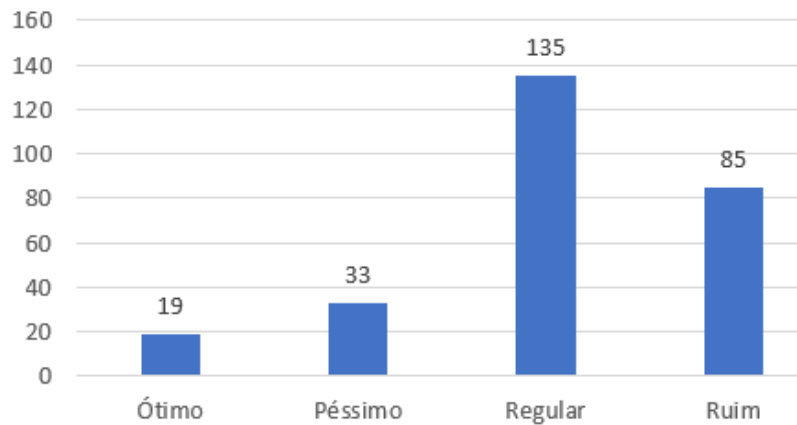
Fonte: elaboração dos autores

Como visto, a maior parte avalia a narração do torneio como “regular”, com 171 respostas (62,87%). Ainda que, como citamos antes, não tenhamos colocado uma opção “bom”, percebe-se que a maior parte de quem respondeu não se agradou plenamente com os narradores – no masculino, por terem sido todos homens – da competição. A junção de “ruim” com “péssimo”, respectivamente 17,6% e 8,45%, nos ajuda a chegar a tal interpretação. Apenas 11% indicaram a opção “ótimo”.

É importante considerar nesse aspecto que a maior parte das plataformas de transmissão contou com narradores mais adaptados ao rádio enquanto mídia, ou seja, com menor prática para a transmissão televisiva. Além disso, não são trabalhadores que atuam em empresas hegemônicas quanto ao programa midiático futebol, com toda uma possibilidade de preparação e técnica distintas.

O segundo critério tecnoestético avaliado foi a qualidade de imagens das transmissões, cujo resultado pode ser verificado no Gráfico 2 a seguir.

Gráfico 2– Avaliação da qualidade de imagens do Campeonato Alagoano 2023



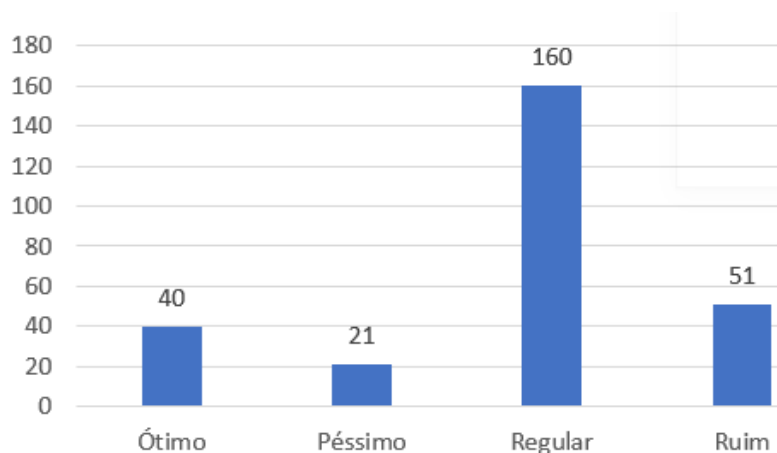
Fonte: elaboração dos autores

Conforme descrição no tópico anterior, especialmente quando a transmissão era no YouTube, havia restrição estrutural de forma geral, ou seja, em quantidade de câmeras, *replays* e problemas pontuais com vinhetas incluídas na tela. Assim, não nos é estranho que 31,25% tenham marcado a opção “ruim” e 12,1%, péssimo, mais perto da metade da nossa amostra. Quase 50% (49,6%) optou pelo “regular” e apenas 7% definiram como “ótimo”.

Se a barreira estético-produtiva é elemento fundamental para gerar diferenças entre agentes de um mesmo mercado, refletindo também elementos de ordem econômica que possibilitam melhores condições para atrair o simbólico, este resultado ajuda a demonstrar isso.

O próximo ponto de análise foi quanto à reportagem de campo, elemento tradicional na transmissão de futebol desde o rádio, reproduzida para a televisão mesmo quando não é possível estar no campo – caso dos megaeventos do futebol, como a Copa do Mundo FIFA. O Gráfico 3 a seguir apresenta os dados da nossa amostra.

Gráfico 3 – Avaliação da reportagem de campo do Campeonato Alagoano 2023

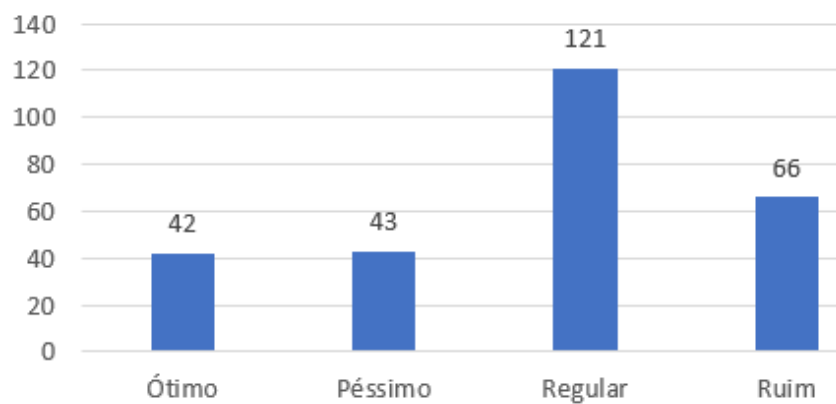


Fonte: elaboração dos autores

Neste caso, importante destacar que nem todas as partidas contaram com reportagem de campo para limitar os custos de jogos que eram exibidos apenas no YouTube, como vimos na Figura 3 na seção anterior. Segue-se o padrão de maior quantidade de resposta ao “regular”, com 58,8%. “Ruim” ficou com 18,75%, enquanto “péssimo” ficou com 7,7%. Já “ótimo” teve 14,7% das respostas.

Por fim, pedimos para que indicassem se a transmissão auxiliou na valorização dos clubes locais. O resultado pode ser visto no Gráfico 4 a seguir.

Gráfico 4 – Avaliação da valorização dos clubes locais na transmissão do Campeonato Alagoano 2023



Fonte: elaboração dos autores

Este foi o critério que teve mais respostas ótimas, 15,44%. Entretanto, o número de ruins e péssimos foi, respectivamente, de 24,25% e 15,8%; com o regular seguindo com mais respostas, com 44,5%. Um dos argumentos possíveis, percebidos já em comentário de um dos respondentes no teste, é que não haveria maior cuidado na narração para esse elemento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreende-se que um desafio de qualquer transmissão audiovisual é enfrentar modelos construídos historicamente como padrão tecnoestético, que possuem melhores condições técnicas para a criação do programa midiático. As restrições do desenvolvimento desigual socioeconômico que atravessa a mídia e os clubes afeta também este aspecto no caso do Campeonato Alagoano de futebol masculino.

A descrição do padrão tecnoestético, ainda que limitada aqui pelo espaço; e, especialmente, o que foi analisado a partir das respostas de torcedoras e torcedores, auxilia na demonstração desses elementos.

Ainda que, no segundo caso, percebamos que teria sido necessário criar uma alternativa “boa” entre “regular” e “ótimo”, é perceptível que a maior parte dos respondentes avalia a transmissão como de nível médio, com destaque negativo para a qualidade de imagens, onde recebemos 118 respostas entre ruim e péssimo.

Entende-se ainda que este artigo aposta em caminhos que podem ser interessantes para novos projetos e pesquisas da EPC. Por um lado, a criação de critérios de avaliação de padrão tecnoestético. Aqui, de um programa midiático popular, de grande interesse sociocultural, mas partindo de um estado periférico. Por outro, a preocupação em consulta a partir de pesquisa de opinião sobre o aspecto do “consumo”, um elemento que normalmente não é preenchido na maior parte das nossas pesquisas, restritas à produção, distribuição e discussão sobre efeitos presumidos.

REFERÊNCIAS

BOLAÑO, C. R. S. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

BOLAÑO, C.; BASTOS, M. D. Um pensamento materialista em Comunicação. *In*: BIANCO, N. Del; LOPES, R. S. (Orgs.). **O campo da comunicação: epistemologia e contribuições científicas**. São Paulo: Socicom Livros, 2020.

BRITTOS, V. C. As barreiras à entrada dos processos televisivos. **Revista Diálogos Possíveis**, v. 4, n. 1. p. 75-88, 2005.

BRITTOS, V. C. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional**. 2001. 425f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia – UFBA, Salvador, BA, 2001.

BRITTOS, V. C. **Estudos Culturais, Economia Política da Comunicação e o Mercado Brasileiro de Televisão**. Buenos Aires: Clacso, 2022.

FIGUEIREDO SOBRINHO, C. P.; SANTOS, A. D. G. dos. Do jornalismo esportivo ao infotretenimento: o caso do contrato entre Neymar Jr. e Globo como paradigma. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 17, p. 322-343, maio/ago. 2020.

GOMES, F. G. **Ensaio sobre o subdesenvolvimento e a economia política contemporânea**. São Paulo: Hucitec Editora, 2014.

SANTOS, A. D. G. dos. A identidade torcedora alagoana no século XXI: CSA, CRB e ASA na tela, no campo e nas pesquisas. *In: HELAL, Ronaldo; COSTA, L.; FONTENELLE, C. (Orgs.). **Esporte, mídia, identidades locais e globais**: uma produção do Seminário Copa América.* Rio de Janeiro: Autorale; Faperj, 2021. p. 238-251.

SANTOS, A. D. G. dos. **Os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol.** Curitiba: Appris, 2019.

SANTOS, A. D. G. dos; BORGES, M. A. R. dos S.; FIGUEIREDO SOBRINHO, C. P. Quando um treinador substitui o nome do clube: uma análise do “Time de Ceni” como exemplo da lógica do clickbait na cobertura esportiva do Brasil. **Fulia**, v. 5, n.1, p. 119-138, jan./abr. 2020.

SANTOS, A. D. G. dos; SANTOS, I. S. da C. Futebol e Economia Política da Comunicação: revisão de literatura e propostas de pesquisa. **Redes.com**, n. 12, p. 378-395, 2016.

SANTOS, Anderson David Gomes dos; SILVA, Matheus Inácio Soares. Observações iniciais da transmissão do Campeonato Alagoano 2023. **Ludopédio**, São Paulo, v. 164, n. 14, 2023.

SANTOS, Irlan Simões da Cruz; SANTOS, Anderson David Gomes dos. A invenção do "Nordestão" e o futebol-arte: Investigações a partir do Jornal dos Sports. *In: HELAL, Ronaldo; MOSTARO, Filipe (Orgs.). **Narrativas do Esporte na Mídia**: Reflexões e Pesquisas do Leme.* Curitiba: Appris, 2020. p. 115-130.