

## **Uma cobertura além do campo de jogo: o público e a renda como temas de interesse da mídia na Copa América de 2019**

A Cover Beyond the Playing Field: Audience and Income as Topics of Media Interest at the 2019 America Cup

**Mauro Lúcio Maciel Júnior**

Universidade Federal de Juiz de Fora, Governador Valadares/Brasil  
Doutorando em Estudos do Lazer, UFMG  
maurolmj9@hotmail.com

**Hélder Ferreira Isayama**

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte/Brasil  
Doutor em Educação Física, UNICAMP

**RESUMO:** Tendo em vista a repercussão gerada em torno do público e da renda das partidas da Copa América de 2019, o objetivo do presente artigo foi analisar a cobertura feita pela mídia acerca desse tema. Para tanto, foram analisadas 17 matérias veiculadas entre os dias 14 de junho e 07 de julho de 2019, pelo portal [Globoesporte.com](http://Globoesporte.com), a fim de compreender a forma como notícias específicas sobre essa temática foram pautadas por esse veículo de comunicação. Como resultados, foi possível perceber uma abordagem objetiva sobre o público e a renda dos jogos, com a presença de representações voltadas para o futebol como evento esportivo e sem a abertura de espaços para reflexões sobre a inserção desse esporte como um artefato cultural da sociedade brasileira. Tal constatação pode ser entendida como uma espécie de naturalização do futebol como um elemento de consumo, construída em um cenário político-econômico de expansão da hegemonia de pensamentos neoliberais, muitas das vezes aceitos e reproduzidos pela imprensa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Futebol; Representações; Imprensa; Neoliberalismo.

**ABSTRACT:** Thinking about the repercussions generated around the public and income of the 2019 America Cup matches, the purpose of this paper was to analyze the media coverage about this topic. For this, 17 articles published by the portal [Globoesporte.com](http://Globoesporte.com), between June 14 and July 07, were analyzed in order to understand the way how specific news about this theme was guided by this communication vehicle. As a result, it was possible to perceive an objective approach about the public and income of the matches, with the presence of representations focused on football as a sporting event and without spaces for reflections about the insertion of this sport as a cultural element of Brazilian society. This finding can be understood as a kind of naturalization of football as an element of consumption, built in a political-economic context where is possible to see an increasing of hegemony of neoliberal thoughts, often accepted and reproduced by the press.

**KEYWORDS:** Football; Representations; Press; Neoliberalism.

## INTRODUÇÃO

Ao se pensar em uma competição de futebol, a participação de jogadores em lances decisivos, jogadas plásticas e situações polêmicas são elementos que comumente integram o imaginário dos apreciadores da modalidade. Constantemente reproduzidos pela imprensa, tanto durante, quanto após a realização do evento esportivo, esses aspectos compõem parte das memórias que os torcedores carregam acerca de um torneio. Entretanto, apesar de importantes, eles não são os únicos temas pautados na cobertura midiática.

Dado que o futebol possui uma representatividade social que extrapola o campo de jogo, esse esporte apresenta conexões com diferentes instâncias da vida humana, integrando as tensões e compatibilidades que permeiam a rotina de um contingente significativo de pessoas. Como consequência, exerce papéis que extrapolam as vivências relativas às ações dos atletas ao longo dos jogos, interagindo de forma dinâmica com elementos estruturantes da sociedade como, por exemplo, o trabalho, a família, a educação, a economia, a política e o lazer.

Em meio a esse contexto, a cobertura dos eventos esportivos acaba por trazer elementos que, de forma direta ou indireta, colocam luzes sobre as interseções do futebol com esses e outros aspectos da organização social. A observação das notícias relativas à Copa América de 2019, realizada no Brasil, é um exemplo dessa situação.

Sediada em um país marcado por desigualdades sociais, essa competição movimentou cifras milionárias com a venda de ingressos, o que acabou chamando a atenção das pessoas e dos meios de comunicação. As altas rendas geradas com a comercialização do direito de acessar os estádios mereceram seguidas reportagens em veículos de imprensa, amplificando o interesse do público acerca de questões econômicas sobre o torneio.

Tendo isso em vista, buscamos, por meio desse artigo, identificar e analisar quais foram os temas tratados em reportagens relativas ao público e à renda da Copa América de 2019. Procuramos, também, verificar a existência de problemáticas levantadas sobre o futebol e os contextos econômico, político e social do Brasil. Para tanto, optamos por realizar a pesquisa no site

Globoesporte.com, especializado em coberturas esportivas. Pertencente às Organizações Globo, detentora dos direitos televisivos da Copa América, esse portal foi lançado no ano de 2005 e, na atualidade, se constitui como um dos maiores e mais populares sites esportivos do Brasil, revelando a importância de se compreender a forma como ele pautou as questões mencionadas.

Adicionalmente, por representar um conglomerado do ramo das comunicações, o grupo Globo possui um considerável poder financeiro, que lhe permite desempenhar ações nos âmbitos político e social, selecionando e difundindo conteúdos que atuam na formação da opinião pública.<sup>1</sup> Com isso em mente, buscamos relacionar as abordagens de seu mais importante braço esportivo, com questões relativas ao contexto político-econômico brasileiro, sobretudo no que se refere aos impactos do neoliberalismo nas formas de compreender e vivenciar o futebol.

#### **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A fim de alcançar os objetivos propostos, o presente estudo se materializou através da combinação entre as pesquisas bibliográfica e documental. Em sua realização, desenvolvemos um processo de análise dos “resultados de experiências de pesquisa” e de teorias “desenvolvidas por diferentes autores que possuem proximidade com o tema escolhido”,<sup>2</sup> juntamente com a interpretação de matérias jornalísticas que atuaram como documentos capazes de expressar “leituras particulares” de determinados eventos sociais.<sup>3</sup>

Assim, com o intuito de obter uma base teórica para a fundamentação do artigo, foram consultadas produções que tratam do futebol como um fenômeno social, na medida em que esse é um elemento chave para a investigação proposta. Tendo em vista as relações desse trabalho com a compreensão de uma determinada lógica econômica, manifestada na comercialização do acesso aos jogos, procuramos estruturar um pensamento acerca das implicações da racionalidade neoliberal nas transformações que esse esporte vem passando.

---

<sup>1</sup> MANTOVANELI; MARTINUZZO. A dialógica do Grupo Globo e a territorialidade social.

<sup>2</sup> GOMES; AMARAL. Metodologia da pesquisa aplicada ao lazer, p. 63.

<sup>3</sup> MAY. *Pesquisa social: questões, métodos e processos*, p. 205.

No que se refere aos dados coletados, elegemos o portal [Globoesporte.com](http://globoesporte.com) como fonte básica de consulta, em virtude de sua representatividade na cobertura esportiva nacional, pelo pertencimento ao grupo midiático detentor dos direitos de transmissão do torneio e em razão do volume de matérias publicadas acerca dos públicos e rendas nos jogos da Copa América. Ao todo, foram analisadas 17 reportagens com assuntos correlatos ao nosso objeto de estudo, veiculadas entre os dias 14 de junho e 07 de julho de 2019 (respectivamente a abertura e o encerramento da competição).

Uma vez selecionadas, as notícias foram apreciadas a partir da análise de conteúdo. Em sua realização, desenvolvemos esforços em três fases distintas: a pré-análise, que serviu para efetivar a organização do material; a descrição analítica, que possibilitou um estudo mais detalhado das informações levantadas; e o tratamento dos resultados obtidos, que consistiu em validar e interpretar o que foi coletado.<sup>4</sup>

Assim, no primeiro momento, realizamos o levantamento e a seleção das reportagens no site [Globoesporte.com](http://globoesporte.com), adotando como critério de inclusão a presença de títulos com referências diretas a aspectos relativos ao público e/ou à renda dos jogos da Copa América de 2019. Nesse estágio, todas as matérias foram lidas e agrupadas em ordem cronológica, a fim de preparar o caminho para as análises posteriores.

Na etapa seguinte, para efetivar a descrição analítica, desenvolvemos uma leitura cuidadosa dos dados levantados, com o intuito de identificar elementos que nos permitissem visualizar respostas aos objetivos propostos. A partir da compreensão de regularidades nas formas, nos conteúdos e na organização temporal das matérias, fizemos o agrupamento das reportagens em três momentos distintos, os quais estão explicitados nas seções seguintes desse estudo.

Por fim, no tratamento dos resultados, apresentamos e discutimos as informações obtidas dentro de cada tópico criado. Representando três diferentes períodos da Copa América, essa divisão objetiva guiar a compreensão sobre as

---

<sup>4</sup> TRIVIÑOS. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*.

estratégias utilizadas na cobertura de temas correlatos ao público e à renda da competição, realizada pelo portal Globoesporte.com.

## **O FUTEBOL E A RACIONALIDADE NEOLIBERAL**

Desde sua institucionalização como um esporte moderno, na Inglaterra da segunda metade do século XIX, o futebol experimentou diferentes transformações nos significados, nas apropriações e nas configurações que estabeleceu ao longo de sua história. Inicialmente marcado por características relacionadas ao ideário modernista presente no período pós Revolução Industrial,<sup>5</sup> esse esporte se difundiu por diferentes países do mundo, vindo a se constituir como um artefato cultural presente em diversas sociedades contemporâneas.

Nesse sentido, o futebol pode ser tomado como um componente da cultura dotado de popularidade nos tempos atuais. Muitas vezes compreendido como um negócio, esse esporte se insere nas dinâmicas políticas e econômicas das sociedades em que se faz presente. Compreendemos o neoliberalismo como a política econômica que caracteriza a atual fase do capitalismo (se impôs a partir do início dos anos de 1980) e que defende a diminuição da intervenção estatal e uma maior liberdade do mercado. Nesse contexto, os preceitos que mobilizam essa doutrina interferem diretamente nas formas de vivenciar e interpretar o futebol.

Tendo ganhado destaque na ordem geopolítica mundial a partir do início da década de 1980, em decorrência da crise do modelo Keynesiano de Estado,<sup>6</sup> o modelo neoliberal trouxe consigo uma série de mudanças nas dinâmicas sociais. Como exemplo, é possível dizer que as construções em torno das ideias de bem-estar social foram dando lugar a uma valorização progressiva do individualismo, com a introdução, em diferentes esferas da vida, de pensamentos e ações voltados para atender aos interesses do capital.

Em meio a esse cenário “O neoliberalismo deve ser caracterizado pela transformação da competição em forma geral das atividades de produção,

---

<sup>5</sup> SOUTTO MAYOR; SOUZA NETO. História do futebol.

<sup>6</sup> PEREIRA. Política social do segundo pós-guerra: ascensão e declínio.

especialmente daquelas que produzem serviços não mercantis e até mesmo daquelas atividades sociais fora da esfera produtiva”.<sup>7</sup>

É possível dizer, portanto, que a ótica neoliberal faz com que a vida passe a ser regida por uma lógica competitiva, que se apresenta não apenas nos espaços mercantis e produtivos, mas também penetra outros aspectos das vivências humanas. Mais do que produzir e vender mercadorias, tal racionalidade tem sua ação na dimensão subjetiva dos indivíduos, valendo-se, para isso, de uma inserção em diferentes artefatos e espaços culturais.

Desse modo, o esporte aparece como um aspecto fundamental para a propagação dos “valores dominantes do capitalismo contemporâneo”, sendo notáveis as associações que esse fenômeno exerce com elementos como “velocidade, juventude, competitividade, sucesso e beleza”.<sup>8</sup> Ainda que se manifeste de diferentes formas e por meio de inúmeras modalidades, é possível perceber como esse fenômeno carrega consigo uma espécie de culto a elementos desejados e valorizados em grande parte das organizações sociais da atualidade.

Ao se observar detalhadamente o cenário que envolve o futebol, a situação não é diferente. Na esteira das transformações políticas e econômicas proporcionadas por governos neoliberais, onde há de se fazer um destaque às políticas de Margaret Thatcher<sup>9</sup> no Reino Unido, essa lógica de organização da vida encontrou, na Europa, sua porta de entrada no âmbito desse esporte.

Ao apontar para a necessidade de modernizar e adequar os estádios ingleses o Relatório Taylor abriu a brecha para se introduzir o neoliberalismo e toda a lógica de mercadoria no futebol. As reformas dos estádios passaram pela exclusão das camadas populares e pela implantação do predomínio cultural do consumo dentro deles. O que passou a movimentar uma maior necessidade de receitas dos clubes para empreenderem essas mudanças, passando a se associar com patrocinadores e a venderem seus direitos de transmissão para a televisão muito mais caro.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> DARDOT; LAVAL. Neoliberalismo e subjetivação capitalista, p. 2-3.

<sup>8</sup> ALVITO. A parte que te cabe neste latifúndio: o futebol brasileiro e a globalização, p. 454.

<sup>9</sup> Margaret Thatcher ocupou o cargo de Primeira-Ministra do Reino Unido entre os anos de 1979 e 1990. Representante do Partido Conservador, ela foi, juntamente com o presidente estadunidense Ronald Reagan, um dos principais expoentes mundiais na implantação de políticas neoliberais.

<sup>10</sup> HAAG. Futebol e o giro neoliberal: apontamentos e o caso brasileiro, p. 65.

Representando um documento publicado no ano de 1990, sob o comando do Lorde Taylor de Gosforth, o Relatório Taylor foi resultado de uma investigação da justiça inglesa para apurar o desastre de Hillsborough, ocorrido em um jogo entre Liverpool x Nottingham Forest, pela semifinal da Taça da Inglaterra, no ano de 1989. Nessa ocasião, morreram 96 torcedores esmagados contra as grades de segurança do Estádio Hillsborough, situado na cidade de Sheffield (Inglaterra), graças à precariedade da estrutura desse espaço, à sobrelotação e ao despreparo e truculência da polícia britânica.<sup>11</sup>

Passado esse acontecimento, o futebol inglês tomou frente em um movimento de renovação das práticas relativas à organização e à gestão desse esporte. Para tanto, o Relatório Taylor foi fundamental, posto que estabeleceu diretrizes acerca da utilização dessa modalidade como um bem de consumo.

Em meio a esse cenário, os organizadores dos grandes torneios de futebol começaram a ampliar de forma significativa seus rendimentos, impulsionados, sobretudo, pela elevação das receitas vindas da venda dos direitos de transmissão e da ampliação dos acordos com patrocinadores. Uma vez apropriado pela lógica neoliberal, esse esporte acabou se estabelecendo como parte de um contexto de autonomização e extensão da concorrência.

Imbuídos de discursos de profissionalização e modernização da gestão, os dirigentes esportivos passaram a traçar estratégias para que as organizações sob sua responsabilidade ampliassem seus rendimentos e se sobressaíssem sobre as demais. Para tanto, buscaram e continuam a buscar soluções em “práticas, técnicas, discursos que generalizam aquilo que no jargão gerencial é chamado de ‘melhores práticas’”, vindo homogeneizar, para toda a sociedade, “certas maneiras de fazer e de ser”.<sup>12</sup>

A visualização dos torcedores como consumidores é, nesse contexto, uma característica notável da referida homogeneização. “Após a inserção do contexto mercadológico no âmbito esportivo, os torcedores tornaram-se altamente valorizados”,<sup>13</sup> na medida em que os dirigentes passaram a reconhecê-los como uma das principais fontes de receita direta para os clubes. Logo, iniciou-se uma

---

<sup>11</sup> HAAG. Futebol e o giro neoliberal: apontamentos e o caso brasileiro.

<sup>12</sup> DARDOT; LAVAL. Neoliberalismo e subjetivação capitalista, p. 3.

<sup>13</sup> DIAS; MONTEIRO; COSTA. Marketing esportivo e valor percebido: uma aplicação da análise conjunta nos programas sócio torcedor de clubes de futebol, p. 3.

corrida para fidelizar e extrair os maiores ganhos possíveis a partir da relação com esses indivíduos.

Tal fato é evidente quando se observa os movimentos desencadeados pela escolha do Brasil para ser o país sede da Copa do Mundo de 2014. Representando um marco importante no cenário da cultura nacional, esse evento trouxe transformações importantes para o futebol brasileiro, dando um novo fôlego para a expansão do ideário que aproxima o futebol e o mercado de consumo.

Em decorrência das necessidades de adequar as conformações administrativas e estruturais desse esporte ao chamado “padrão FIFA”, tal evento fortaleceu os discursos que pregavam a necessidade de uma maior profissionalização e modernização nas formas de gerir o futebol no Brasil. Em meio a esse contexto, as reformas e construções de estádios para a Copa do Mundo de 2014 revelam uma das faces mais evidentes desse cenário, conforme mostrado no excerto a seguir:

O processo de reforma dos estádios almeja trocar a figura do “torcedor” (emocional, intenso, excitado, agressivo, viril) pelo “consumidor”, geralmente de média ou alta renda, mais sereno, que aporta nos estádios em família, disposto a assistir passiva e confortavelmente a um “espetáculo” repleto de “astros” midiáticos. (...) O consumidor, solitário ou imerso em seu pequeno e “fechado” grupo, contempla, aplaude, filma e fotografa o cenário. Uma experiência sem riscos, sem incertezas, adequada e altamente lucrativa para os donos do espetáculo.<sup>14</sup>

Ainda que generalista, essa definição mostra que a reforma promovida nos estádios, para além de proporcionar equipamentos mais confortáveis e seguros ao público, tem uma dimensão cultural, no que se refere à implantação de um novo modo de usufruir do futebol. Nesse modelo, a figura do torcedor como um consumidor faz parte do imaginário de muitos daqueles que detêm o poder de decisão sobre a organização do esporte.

Tendo o lucro como objetivo principal da indústria esportiva, as proclamadas “boas práticas empresariais”, aliadas às promessas de maior conforto e segurança àqueles que podem pagar para ir os jogos, aparecem como justificativas para a exclusão de uma parcela significativa da sociedade da possibilidade de experimentar

---

<sup>14</sup> MASCARENHAS. “Não vai ter arena”: futebol e o direito à cidade, p. 32.

esses momentos de lazer. Como em outras esferas da vida, o acesso ao futebol passa a ser mediado, cada vez mais, pelas condições econômicas dos indivíduos.

Apesar de ter se iniciado como uma prática das elites, no Brasil, o futebol se desenvolveu como uma modalidade cuja apropriação foi se expandindo para a população como um todo,<sup>15</sup> de modo que restringir as condições de acesso às partidas a um contingente minoritário de pessoas, pode ser entendido como uma violência àqueles que são privados dessas vivências. Não por acaso, diversos movimentos de torcedores têm emergido com posicionamentos contrários a essa situação, com pautas que vão desde a oposição à elitização do futebol, até a manifestação de posicionamentos com contestações a aspectos políticos e econômicos atuais do país.<sup>16</sup>

É em meio a esse contexto que a mídia possui um papel central para a construção das narrativas que irão circular na sociedade. Dotada de meios para transmitir os jogos e informar o público acerca dos acontecimentos que marcam o dia a dia do futebol, ela atua como protagonista no desenvolvimento da opinião pública sobre esse esporte. Com o objetivo de compreender melhor essa participação, apresentamos, a seguir, os dados obtidos a partir da análise de reportagens veiculadas pelo portal Globoesporte.com, durante o período de realização da Copa América de 2019.

#### **“FRACASSO DE PÚBLICO, SUCESSO DE RENDA”: A COBERTURA NOS CINCO PRIMEIROS DIAS DE COMPETIÇÃO**

Iniciada no dia 14 de junho de 2019, com a partida inaugural entre Brasil e Bolívia no estádio Morumbi, em São Paulo, a 46ª edição da Copa América de futebol, para além das questões internas ao campo de jogo, chamou atenção, desde seus momentos iniciais, por temas relativos ao público e à renda registrados nas arquibancadas. Marcada pelo contraste de confrontos com boa presença da torcida e rendas milionárias, concomitantes a jogos com baixa ocupação dos estádios, o referido torneio teve, como ponto comum, os elevados valores médios dos ingressos para assistir aos embates entre seleções.

---

<sup>15</sup> SOUTTO MAYOR; SOUZA NETO. História do futebol.

<sup>16</sup> MENEZES, 2018. O mapa do antifascismo nas arquibancadas.

Considerando esse cenário, é no dia da partida de estreia que verificamos a primeira reportagem dando destaque a esses temas. Com o título “Brasil x Bolívia tem a maior renda já divulgada na história do futebol brasileiro: mais de R\$ 22 milhões”,<sup>17</sup> a notícia enfatiza três elementos principais: a arrecadação total, o público pagante e o valor do tíquete médio (quociente entre renda e público pagante). Focando na expressiva quantia de dinheiro gerada com o jogo – R\$ 22.476.630,00 –, a notícia veiculada no site Globoesporte.com fala, também, de um público inferior às expectativas e do alto preço cobrado pelos ingressos.

Tomando o total de 46.342 pagantes e 47.260 presentes, a matéria pontua que quantidade de pessoas que compareceu à estreia do Brasil na Copa América, foi consideravelmente inferior à capacidade total do Morumbi, que comporta cerca de 60.000 torcedores. Paralelamente a isso, traz a comparação dos valores arrecadados nessa partida com rendas obtidas pelas equipes do campeonato brasileiro, o que acaba remetendo ao elevado preço do tíquete médio na estreia da competição continental, que ficou na ordem dos R\$ 485,01.

Em um país onde o salário mínimo é de R\$ 998,00<sup>18</sup> e a renda média do trabalhador é de R\$ 2.234,00,<sup>19</sup> a observação do preço dos ingressos, mostra que as condições socioeconômicas do público presente no estádio, eram significativamente distintas daquelas apresentadas pela maior parte da população nacional. Ainda que possivelmente interessantes para uma reflexão crítica sobre o evento reportado, elementos com essa perspectiva não foram mencionados pela notícia veiculada no portal Globoesporte.com, situação que se repetiu na observação do noticiário dos dias seguintes.

Assim, em 17 de junho, três novas reportagens voltaram a abordar o público e a renda dos jogos da Copa América, dessa vez, trazendo reflexões acerca da relação entre a ocupação dos estádios e os valores obtidos no conjunto das partidas da rodada inaugural. Intitulada “Fracasso de público, sucesso de renda:

---

<sup>17</sup> GLOBOESPORTE.COM. Brasil x Bolívia tem maior renda já divulgada na história do futebol brasileiro: mais de R\$ 22 milhões.

<sup>18</sup> Valor do salário mínimo no ano de 2019.

<sup>19</sup> IBGE. Rendimento de todas as fontes 2018.

venda de ingressos abre primeira crise na Copa América”,<sup>20</sup> a primeira matéria fazia um apanhado a partir dos números registrados após os cinco primeiros jogos da competição.

Dando ênfase à baixa presença dos torcedores e nos altos valores arrecadados, a notícia trazia uma tabela contendo dados sobre o público pagante, o público presente, a renda bruta, o tíquete médio e a taxa de ocupação em cada uma dessas partidas. Feito isso, entrou em uma discussão que mostrava o contraste das situações observadas no jogo entre Brasil e Bolívia – bom público e renda recorde –, com o cenário presente na Arena do Grêmio, no Mineirão e no Maracanã, onde o público total e a taxa de ocupação não passaram de 19.162 e 28,9%, respectivamente.

De modo complementar, o texto intitulado “Organização da Copa América explica renda recorde e lugares vazios em Brasil x Bolívia”<sup>21</sup> apareceu com explicações do Comitê Organizador Local (COL) para a renda recorde e lugares vazios na partida de estreia, entre Brasil e Bolívia. Nesse sentido, considerado o cenário de interesse pelas questões envolvendo o público e a renda da competição, foi divulgada uma explicação para o fato de o estádio se encontrar com lugares vazios após ter sido anunciado que todos os ingressos haviam se esgotado. Em decorrência da repercussão envolvendo o preço do tíquete médio, foi colocado que, junto ao valor divulgado, estavam agregadas as quantias arrecadadas com a venda de camarotes, os quais possuíam “preços muito mais altos do que os ingressos ‘comuns’”.

Por fim, às 21h53 do dia 17 de junho, foi publicada uma reportagem que comparava a média de público da Copa América no Brasil, com os números obtidos nas duas edições anteriores da competição. Sob o título “Primeira rodada da Copa América no Brasil tem média de público 40% inferior do que a de 2016”<sup>22</sup>, a notícia trazia dados que mostravam uma queda de 40.453 para 24.738 pagantes, quando se comparava os números referentes à presença de torcedores nos jogos da primeira rodada da competição em 2016 e 2019. Entretanto, foi ressaltado que os índices da 46ª edição eram melhores do que aqueles observados em 2015 e voltou

---

<sup>20</sup> FERNANDEZ. Fracasso de público, sucesso de renda: venda de ingressos abre primeira crise na Copa América.

<sup>21</sup> FERNANDEZ. Organização da Copa América explica renda recorde e lugares vazios em Brasil x Bolívia.

<sup>22</sup> MUNDIM; CARVALHO; MALESON. Primeira rodada da Copa América no Brasil tem média de público 40% inferior do que a de 2016.

à tona a questão da renda recorde do jogo de estreia, ainda que sem estabelecer comparações com os montantes gerados nos torneios anteriores.

No dia seguinte, a questão de público e renda permaneceu como tema de interesse de reportagens do [Globoesporte.com](http://Globoesporte.com), fato notado a partir da observação de uma matéria veiculada para falar do lucro líquido gerado pela partida inaugural da competição. Com uma chamada com os dizeres “Jogo de abertura da Copa América rende R\$ 16 milhões de lucro”,<sup>23</sup> a renda recorde obtida na estreia do Brasil continuou em foco, dessa vez em uma notícia que utilizou o borderô da partida para anunciar o rendimento líquido obtido com o jogo. Para além disso, foram mencionados os destinatários desse dinheiro: “COL fica com R\$ 10 milhões, enquanto grupo que comercializou os camarotes fica com R\$ 6 milhões”.

Posteriormente, ainda nesse dia, após o segundo jogo da Seleção Brasileira no torneio, os temas público e renda voltaram a ser lembrados. Na partida contra a Venezuela, que terminou empatada em 0 a 0, assim como havia ocorrido no jogo de estreia, houve uma informação errada falando sobre o esgotamento dos ingressos disponíveis para a partida. A notícia veiculada pelo site [Globoesporte.com](http://Globoesporte.com) mencionou que, após o COL afirmar que todos os bilhetes estavam vendidos, o público pagante foi de 39.622 pessoas, em um estádio com capacidade para 48.435 espectadores. A situação serviu para retomar a problemática dos estádios vazios observados na primeira rodada e da busca por soluções para esse problema. Entretanto, o site disse que, apesar das expectativas frustradas em relação ao público, a renda foi alta mais uma vez. Assim, “mesmo com espaços vazios nas arquibancadas, a arrecadação bateu R\$ 8.734.480,00”.<sup>24</sup>

Com seis matérias especificamente voltadas para o público e/ou a renda da Copa América ao longo dos cinco primeiros dias de competição, essa situação mostra o quanto essas questões chamaram a atenção das pessoas e da mídia no início do torneio – ou como foram usadas para trazer visibilidade a uma competição que não empolgava pelos acontecimentos dentro de campo. Motivadas pela renda recorde da partida inaugural, pelo alto preço dos ingressos e pelas

---

<sup>23</sup> LOURENÇO. Jogo de abertura da Copa América rende R\$ 16 milhões de lucro.

<sup>24</sup> GLOBOESPORTE.COM. Brasil x Venezuela: após informação de ingressos esgotados, Fonte Nova não lota.

baixas taxas de ocupação dos estádios, várias reportagens foram feitas versando sobre esses assuntos.

Entretanto, é importante observar que nenhuma delas procurou tecer reflexões extrapolando os aspectos objetivos mostrados pelos números gerados no torneio. Com interesses econômicos e comerciais no futebol, os veículos de comunicação parecem agir em consonância aos movimentos de mercantilização da modalidade, tornando naturalizada a construção social desse esporte como um bem de consumo. Atuando na produção e distribuição de conteúdos seguindo os imperativos do entretenimento e do espetáculo,<sup>25</sup> esses meios raramente se aprofundam em temas que possam representar alguma contestação à ordem vigente.

Dessa forma, quando as notícias analisadas tocaram em questões externas à Copa América de 2019, se propuseram, no máximo, a mostrar possibilidades de comparação de seu público e renda com aqueles obtidos em edições anteriores da competição, ou em outras partidas disputadas no Brasil. Ainda que o futebol possa ser entendido como um elemento que interage com diferentes dimensões da vida humana, ao trabalhar com o material empírico desse estudo foi possível notar uma abordagem estreita acerca da modalidade.

A partir desses apontamentos, abre-se espaço para refletir sobre as representações e os interesses do portal Globoesporte.com ao noticiar a Copa América de 2019. Combinando reportagens relativas aos acontecimentos dentro de campo, com temas que extrapolavam os limites do gramado, esse veículo desenvolveu estratégias para manter o referido torneio sempre em evidência. Tomado como um produto cujos direitos de transmissão se encontravam vinculados às Organizações Globo, o site esportivo do grupo teve importante papel na produção de uma “teia de valores, símbolos e significados”<sup>26</sup> no sentido de manter e ampliar a atratividade da competição.

Sem buscar a apresentação de questionamentos sobre quem eram as pessoas que compunham o público pagante dos jogos, ou sobre as possíveis influências do cenário socioeconômico nas baixas taxas de ocupação dos estádios,

---

<sup>25</sup> COSTA. Quem matou o futebol brasileiro? A novela da copa do mundo de 2014 na cobertura do jornalismo esportivo.

<sup>26</sup> SANTOS; MEZZARROBA; SOUZA. Jornalismo Esportivo e Infotainment: a (possível) sobreposição do entretenimento à informação no conteúdo jornalístico do esporte, p. 94.

o futebol foi colocado como um elemento que parecia ter uma lógica própria de funcionamento. Descontextualizado da realidade mais ampla do país, a sensação sugerida pela abordagem do veículo analisado foi de passividade, frente à hipermercantilização de um importante artefato cultural da sociedade brasileira.

#### **A SEQUÊNCIA DE UMA TRAMA: DIVERSIFICAÇÃO E ALARGAMENTO DAS ABORDAGENS SOBRE OS NÚMEROS GERADOS NOS JOGOS**

Passado o período de abertura da Copa América, em que as matérias sobre público e renda serviram para dar luz à observação de fatos que chamaram a atenção acerca do torneio, reportagens com esses temas seguiram sendo feitas pelo portal Globoesporte.com. Se no momento inicial notamos a presença de seis notícias nos cinco primeiros dias de disputa, observamos agora a presença de oito textos escritos entre 20 de junho e 01 de julho.

Com a superação do primeiro impacto relativo à grandeza e às assimetrias dos números gerados nos jogos, houve alterações nas abordagens do site no tratamento dado a esse assunto. Ocorreu, então, a diminuição do foco sobre o público e a renda em partidas individuais, em prol de uma maior ênfase em análises gerais acerca de um apanhado de jogos. Em um esforço que sugere uma tentativa de alargar os entendimentos acerca do problema identificado, diversas foram as temáticas abordadas no intervalo de tempo descrito.

Assim, observamos a presença de matérias sobre as seleções que faziam os embates mais lucrativos do torneio (“Copa América só dá lucro quando jogam Brasil ou Argentina; veja números”,<sup>27</sup> veiculada no dia 20 de junho); sobre os estádios que acumulavam os melhores e os piores resultados financeiros (“Mineirão tem pior público pagante da Copa América; mineiros “acolhem” a Venezuela contra a Bolívia”,<sup>28</sup> veiculada no dia 22 de junho, e “Morumbi é estádio com maior lucro da Copa América; Mineirão é o único com prejuízo; veja

---

<sup>27</sup> LOURENÇO; FERNANDEZ. Copa América só dá lucro quando jogam Brasil ou Argentina; veja números.

<sup>28</sup> ARAÚJO. Mineirão tem pior público pagante da Copa América; mineiros “acolhem” a Venezuela contra a Bolívia.

números”,<sup>29</sup> veiculada no dia 26 de junho); comparações dos resultados financeiros da Copa América com os obtidos por outros times e/ou competições (“Renda nos Jogos da Copa América chega a R\$ 77 mi e quase iguala bilheteria do Palmeiras em 2018”,<sup>30</sup> veiculada no dia 22 de junho, “Renda de jogos da Copa América tem dobro da receita do Brasileiro: cifras passam de R\$ 100 milhões”,<sup>31</sup> veiculada no dia 24 de junho); e, por fim, comentários sobre as críticas acerca do baixo público do torneio (“Presidente da Conmebol rebate críticas a público baixo na Copa América: ‘É um sucesso’”,<sup>32</sup> veiculada no dia 22 de junho).

Em outra direção, mesmo que em menor quantidade, também foram noticiados fatos relativos a eventos específicos sobre o público e/ou à renda de determinados jogos, conforme notado nas manchetes: “Equador x Japão registra pior público do Mineirão desde a remodelação”<sup>33</sup> e “Em Chile x Uruguai, Maracanã tem clima de Copa América pela 1ª vez e vê o melhor público do torneio”,<sup>34</sup> ambas veiculadas no dia 24 de junho.

Cabe destacar que, nesse período, a Seleção Brasileira entrou em campo por duas vezes, as quais acabaram passando sem menções específicas quanto ao público e à renda registrados. Ao analisarmos as circunstâncias esportivas envolvendo esses embates, é compreensível que tais questões tenham ficado em segundo plano, no que se refere ao noticiário específico do selecionado nacional. No primeiro desses jogos, realizado no dia 22 de junho, o Brasil goleou o Peru pelo placar de 5 a 0. Logo, a euforia pela vitória elástica pode explicar a ausência de questões relativas a temas extracampos no noticiário da Seleção.

No dia 27 de junho, por sua vez, o Brasil enfrentou o Paraguai pelas quartas de final do torneio continental. Tendo se classificado com vitória nos pênaltis, em

---

<sup>29</sup> MALESON. Morumbi é estádio com maior lucro da Copa América; Mineirão é único com prejuízo; veja números.

<sup>30</sup> MALESON. Renda nos jogos da Copa América chega a R\$ 77 mi e quase iguala bilheteria do Palmeiras em 2018.

<sup>31</sup> MALESON. Renda de jogos da Copa América tem dobro de receita do Brasileiro: cifras passam de R\$ 100 milhões.

<sup>32</sup> LOURENÇO. Presidente da Conmebol rebate críticas a público baixo na Copa América “É um sucesso”.

<sup>33</sup> DUARTE. Equador x Japão registra pior público pagante do Mineirão desde a remodelação do estádio.

<sup>34</sup> BENEVENUTTE. Em Chile x Uruguai, Maracanã tem clima de Copa América pela 1ª vez e vê o melhor público do torneio.

partida com alta carga de dramaticidade, que lhe garantiu a oportunidade de enfrentar a Argentina nas semifinais, reuniu-se um contingente significativo de fatores para pautar o noticiário esportivo da Seleção, sem necessidade de mencionar aspectos dos públicos e rendas desses jogos.

De modo complementar, cabe dizer que também não houve, nesse segundo momento, reflexões acerca das relações entre as altas rendas e os baixos públicos dos jogos, com as situações políticas, econômicas e sociais do Brasil. Sendo assim, o alargamento das abordagens sobre os números gerados pelas partidas, pode ser visto como uma forma de manter o interesse despertado anteriormente, de modo que as narrativas ora analisadas integrem um enredo pseudo literário, capaz de “criar uma trama que relaciona os personagens em uma história”.<sup>35</sup>

#### **RECORDES DE PÚBLICO E DE RENDA: AS NARRATIVAS SOBRE A FASE FINAL DA COMPETIÇÃO**

Com o maior intervalo entre os jogos, em decorrência do estreitamento do torneio, apenas no dia 02 de julho, após a vitória de 2 a 0 do Brasil em cima da Seleção Argentina, a cobertura do Globoesporte.com voltou a trazer informações acerca dos públicos e rendas registrados na Copa América. Em uma partida com 52.235 pagantes, o Mineirão teve sua renda recorde em partidas de futebol, fato que mereceu a seguinte chamada: “Brasil e Argentina: Mineirão tem maior renda da história com clássico sul-americano”.<sup>36</sup> Com uma receita bruta de R\$ 18.744.445,00, a reportagem ressaltou o fato de o estádio ter tido sua antiga marca quebrada, além destacar a existência de uma participação ativa da torcida durante todo o jogo.

No dia 04 de julho, por sua vez, outra notícia foi veiculada tratando de questões econômicas da competição. Com a ausência de jogos no período, em virtude do tempo respeitado entre as semifinais e a final, foi realizado um apanhado sobre partidas

---

<sup>35</sup> MOTTA. As relações entre o real e o simbólico, p. 314.

<sup>36</sup> DUARTE; FROSSARD; ARAÚJO. Brasil x Argentina: Mineirão tem maior renda da história com clássico sul-americano.

anteriores, com o encaminhamento do seguinte destaque: “Fases finais da Copa América geram renda de R\$ 58 milhões e igualam receita do Brasileirão”.<sup>37</sup>

Comparando as cifras obtidas em seis jogos do torneio continental, com aquelas alcançadas em oitenta e nove confrontos da competição nacional, nota-se a dimensão dos valores arrecadados e, conseqüentemente, dos ingressos cobrados para se ter acesso às partidas da Copa América. Apesar disso, mais uma vez nada foi falado no sentido de problematizar essa questão com o contexto social do Brasil.

Por fim, no dia 07 de julho, data em que foi disputada a decisão da Copa América, com a partida entre Brasil e Peru, foi feita a última matéria sobre o público e a renda envolvendo a competição. Com o título “Final entre Brasil e Peru tem maior renda divulgada na história do futebol do país: R\$ 38 milhões”,<sup>38</sup> essa notícia veio representar o fechamento de uma competição marcada, além das jogadas dentro de campo, por um interesse incessante pelos registros de público e renda vindos das arquibancadas.

Em outras palavras, pode-se dizer que a vitória do Brasil não deteve um espaço exclusivo nas representações sobre o torneio em questão, na medida em que esteve acompanhada de diversas construções acerca das movimentações financeiras e de público ao longo da competição. Tendo marcado seu nome como detentora das três maiores rendas da história do futebol nacional, a Copa América de 2019 entrou para a história do esporte brasileiro, também, em decorrência de acontecimentos vindos das arquibancadas, o que pode ser atestado pelo acompanhamento da cobertura midiática do torneio.

Entendidos como agentes que participam das sociedades contemporâneas como vetores de transformações de “modos de socialização, formas de atuação política, processos de subjetivação, produção de identidades e diferenças, sistemas simbólicos e experiências do real, do espaço e do tempo”,<sup>39</sup> os meios de comunicação desempenham papel relevante na formação de opinião sobre diferentes assuntos. Ao tratar com aparente objetividade uma situação que é histórica e socialmente

---

<sup>37</sup> MALESON. Fases finais da Copa América geram renda de R\$ 58 milhões e igualam receita do Brasileirão.

<sup>38</sup> LOZETTI *et al.* Final entre Brasil e Peru tem maior renda divulgada na história do futebol do país: R\$ 38 milhões.

<sup>39</sup> SACRAMENTO. Saúde, estilo de vida e cultura de consumo num contexto neoliberal, p. 1.

construída, o veículo midiático analisado normaliza a transformação do futebol em um produto acessível a um contingente restrito de pessoas.

Nesse sentido, é possível dizer que as notícias estudadas acabaram por reproduzir e reforçar uma lógica neoliberal, posto que reportaram, predominantemente, questões relativas ao evento esportivo a partir de uma ótica aparentemente objetiva, materializada pela exclusão do contexto social que envolve o torneio. Sendo o esporte um direito social do cidadão brasileiro<sup>40</sup> e o futebol uma parte importante da cultura nacional, a pertinência de uma abordagem mais crítica dos meios de comunicação, não pode ser desconsiderada. Nesse cenário, entendemos que a presença de uma cobertura que levantasse questões amplas sobre o tema, seria fundamental para o estabelecimento de possibilidades plurais de interpretação do fenômeno reportado.

#### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao chegar ao término desse artigo, acreditamos ter sido possível perceber o destaque dado pela mídia às questões relativas ao público e à renda dos jogos da Copa América de 2019. Por meio de uma análise materializada a partir de reportagens veiculadas pelo portal Globoesporte.com, as notícias específicas sobre esses temas se avolumaram ao longo da cobertura do torneio, mostrando a relevância que tais assuntos receberam na pauta acerca da referida competição.

Com destaque dado às contradições entre os baixos índices médios de público e os recordes de renda obtidos em partidas pontuais, diferentes notícias e questionamentos foram produzidos sobre a presença dos torcedores nas arquibancadas e os valores arrecadados nos jogos. Com tíquetes médios que atingiram a marca aproximada de R\$ 661 na final da competição (ou R\$ 507,31 para o público geral), a presença nos jogos era matematicamente inacessível a grande parte da população brasileira, fato que, em nenhum momento foi objeto de reflexão por parte da cobertura jornalística.

Com os olhares voltados a apresentar de forma “objetiva” as informações referentes ao público e à renda nos estádios, a cobertura do site Globoesporte.com

---

<sup>40</sup> BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

não buscou trabalhar com compreensões envolvendo toda a complexidade do fenômeno reportado. Como consequência, podemos apontar que, uma vez que o futebol é um artefato cultural presente em um contexto de hegemonia do capitalismo neoliberal, seu entendimento como um negócio destinado a dar lucro àqueles que detêm seu controle é algo que parece ser naturalizado pelos meios de comunicação.

Inserido na lógica comercial que envolve a cobertura dessa modalidade, o veículo investigado não se coloca no papel de um ator que contesta a ordem estabelecida. Em sentido oposto, o que ele faz é produzir, reproduzir e reforçar o modelo vigente, onde o futebol é compreendido como um produto cujo acesso é delimitado pela condição individual de ser ou não capaz de pagar pelo seu usufruto.

\* \* \*

## REFERÊNCIAS

ALVITO, Marcos. A parte que te cabe neste latifúndio: o futebol brasileiro e a globalização. **Análise Social**, v. 41, n. 179, 2006, p. 471-474.

ARAÚJO, Rafael. Mineirão tem pior público pagante da Copa América; mineiros “acolhem” a Venezuela contra a Bolívia. 2019. **Globoesporte.com**, Belo Horizonte, 22 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/3hgNuZ2>. Acesso em: 21 out. 2019.

BENEVENUTTE, Thiago. Em Chile x Uruguai, Maracanã tem clima de Copa América pela 1ª vez e vê o melhor público do torneio. 2019. **Globoesporte.com**, Rio de Janeiro, 24 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/32Oc6Vd>. Acesso em: 21 out. 2019.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República [2016]. Disponível em: <https://bit.ly/32HM0Df>. Acesso em: 29 out. 2019.

COSTA, Leda Maria da. Quem matou o futebol brasileiro? A novela da copa do mundo de 2014 na cobertura do jornalismo esportivo. **Revista Eptic**, v. 18, n. 1, jan.-abr. 2016.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. Neoliberalismo e subjetivação capitalista. **Revista o olho da história**, v. 1, n. 22, abril. 2016.

DIAS, Pâmela de Souza; MONTEIRO, Plínio Rafael; COSTA, Américo Pierangeli. Marketing esportivo e valor percebido: uma aplicação da análise conjunta nos programas sócio torcedor de clubes de futebol. **XX SemeAd: seminários em Administração**, nov. 2017.

DUARTE, Gabriel. Equador x Japão registra pior público pagante do Mineirão desde a remodelação do estádio. 2019. **Globoesporte.com**, Belo Horizonte, 24 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/2CxczQB>. Acesso em: 21 out. 2019.

DUARTE, Gabriel; FROSSARD, Guilherme; ARAÚJO, Rafael. Brasil x Argentina: Mineirão tem maior renda da história com clássico sul-americano. 2019. **Globoesporte.com**, Belo Horizonte, 03 jul. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/3eGkwT>. Acesso em: 21 out. 2019.

FERNANDEZ, Martín. Fracasso de público, sucesso de renda: venda de ingressos abre primeira crise na Copa América. 2019. **Globoesporte.com**, Rio de Janeiro, 17 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/39hk76e>. Acesso em: 21 out. 2019.

FERNANDEZ, Martín. Organização da Copa América explica renda recorde e lugares vazios em Brasil x Bolívia. 2019. **Globoesporte.com**, Rio de Janeiro, 17 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/2ZHS5NZ>. Acesso em: 21 out. 2019.

GLOBOESPORTE.COM. Brasil x Bolívia tem maior renda já divulgada na história do futebol brasileiro: mais de R\$ 22 milhões, 2019. **Globoesporte.com**, São Paulo, 14 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/2WTRgQv>. Acesso em: 21 out. 2019.

GLOBOESPORTE.COM. Brasil x Venezuela: após informação de ingressos esgotados, Fonte Nova não lota. 2019. **Globoesporte.com**, Salvador, 18 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/3fMyMse>. Acesso em: 21 out. 2019.

GOMES, Christianne Luce; AMARAL, Maria Teresa M. **Lazer e Cultura: Metodologia da Pesquisa Aplicada ao Lazer**. Brasília: UniSesi, 2005.

HAAG, Fernanda R. Futebol e o giro neoliberal: apontamentos e o caso brasileiro. **Podium: Sport, Leisure and Tourism Review**. São Paulo, v. 2, n. 1, p. 57-80, jan.-jun., 2013.

IBGE. Rendimento de todas as fontes 2018. IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Rio de Janeiro: IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento, 2019, p. 1-12.

LOURENÇO, Leonardo; FERNANDEZ, Martín. Copa América só dá lucro quando jogam Brasil ou Argentina; veja números. 2019. **Globoesporte.com**, 20 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/30nWFQA>. Acesso em: 21 out. 2019.

LOURENÇO, Leonardo. Jogo de abertura da Copa América rende R\$ 16 milhões de lucro. 2019. **Globoesporte.com**, São Paulo, 18 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/2ODDYmz>. Acesso em: 21 out. 2019.

LOURENÇO, Leonardo. Presidente da Conmebol rebate críticas a público baixo na Copa América “É um sucesso”. 2019. **Globoesporte.com**, São Paulo, 22 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/3fYbwbb>. Acesso em: 21 out. 2019.

LOZETTI, Alexandre; CALDAS, Allan; NATAN, Jorge; FERNANDEZ, Martín; ZARKO, Raphael; CERQUEIRA, Rodrigo; SCHIMIDT, Tébaro; BENEVENUTTE, Thiago. Final entre Brasil e Peru tem maior renda divulgada na história do futebol do país: R\$ 38 milhões. 2019. **Globoesporte.com**, Rio de Janeiro, 07 jul. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/2BdPfqj>. Acesso em: 21 out. 2019.

MALESON, Roberto. Fases finais da Copa América geram renda de R\$ 58 milhões e igualam receita do Brasileirão. 2019. **Globoesporte.com**, Rio de Janeiro, 04 jul. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/2ZLHZeZ>. Acesso em: 21 out. 2019.

MALESON, Roberto. Morumbi é estádio com maior lucro da Copa América; Mineirão é único com prejuízo; veja números. 2019. **Globoesporte.com**, Rio de Janeiro, 26 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/3fNdbzV>. Acesso em: 21 out. 2019.

MALESON, Roberto. Renda de jogos da Copa América tem dobro de receita do Brasileiro: cifras passam de R\$ 100 milhões. 2019. **Globoesporte.com**, Rio de Janeiro, 24 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/30Aa5Jw>. Acesso em: 21 out. 2019.

MALESON, Roberto. Renda nos jogos da Copa América chega a R\$ 77 mi e quase iguala bilheteria do Palmeiras em 2018. 2019. **Globoesporte.com**, Rio de Janeiro, 22 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/32wl5ZM>. Acesso em: 21 out. 2019.

MANTOVANELI, Wagner P.; MARTINUZZO, José Antonio. A dialógica do Grupo Globo e a territorialidade social. **Revista Eptic**, v. 18, n. 3, p. 95-111, set.-dez. 2016.

MASCARENHAS, Gilmar. “Não vai ter arena”: futebol e direito à cidade. **Revista Advir**, Associação dos Docentes da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, n. 32, jul. 2014, p. 24-38.

MENEZES, Arthur (2018). O mapa do antifascismo nas arquibancadas. **Medium**, 07 maio 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3eOv3sW>. Acesso em: 15 jul. 2020.

MOTTA, Luiz Gonzaga. As relações entre o real e o simbólico. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Dayrell Maurice. **O jornal**. Da forma ao sentido. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

MAY, Tim. **Pesquisa social**: questões, métodos e processos. Trad.: Carlos Alberto Silveira Netto Soares. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

MUNDIM, Daniel; CARVALHO, Paula; MALESON, Roberto. Primeira rodada da Copa América no Brasil tem média de público 40% inferior do que a de 2016. 2019. **Globoesporte.com**, Rio de Janeiro, 17 jun. 2019. Disponível em: <https://glo.bo/3fKQhcL>. Acesso em: 21 out. 2019.

PEREIRA, Potyara Amazoneida. Política social do segundo pós-guerra: ascensão e declínio. **Revista Serviço Social & Saúde**, Unicamp, Campinas/SP, v. 9, n. 10, Unicamp, dez. 2010, p. 1-21.

SACRAMENTO, Igor. Saúde, estilo de vida e cultura de consumo num contexto neoliberal. **RECIIS**, online, p. 1-5, out.-dez. 2016.

SANTOS, Silvan Menezes do. MEZZARROBA, Cristiano; SOUZA, Doralice Lange de. Jornalismo Esportivo e Infotainment: a (possível) sobreposição do entretenimento à informação no conteúdo jornalístico do esporte. **Corpoconsciência**, Cuiabá, v. 21, n. 2, p. 93-106, maio-ago., 2017.

SOUTTO MAYOR, Sarah Teixeira; SOUZA NETO, Georgino Jorge de. História do futebol. In: SILVA, Silvio Ricardo da; CORDEIRO, Leandro Batista; CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira. (Orgs.). **O ensino do futebol**: para além da bola rolando. I ed. Rio de Janeiro: Jaguatirica, 2016, p. 25-48.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

\* \* \*

Recebido para publicação em: 30 out. 2019.  
Aprovado em: 07 jul. 2020.