

# A Transmissão Audiovisual e a Importância do Padrão Tecno-Estético: Fundamentação para a Copa do Nordeste<sup>1</sup>

Débora Alexandre da Silva CÂNDIDO<sup>2</sup>; Anderson David Gomes dos SANTOS<sup>3</sup>

1 PIBIC/UFAL 2023-2024) “Estruturação, mercantilização e espacialização nos primeiros 10 anos da fase contemporânea da Copa do Nordeste (2013-2022)

2 Estudante do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas, debora.candido@ichca.ufal.br

3 Professor Adjunto da Unidade Educacional Santana do Ipanema/Campus Sertão UFAL, anderson.gomes@santana.ufal.br

## RESUMO

Este trabalho promove a discussão sobre o padrão tecnoestético e a ligação com as transmissões da Copa do Nordeste, no período de 2013 a 2022. Este material é resultado do projeto de pesquisa de iniciação científica (PIBIC/UFAL 2023-2024) intitulado “Estruturação, mercantilização e espacialização nos primeiros 10 anos da fase contemporânea da Copa do Nordeste (2013-2022)”. O objetivo é analisar e entender como as transmissões esportivas do Nordeste, como também é conhecida a Copa do Nordeste, foram se desenvolvendo, com a meta de construir uma identidade para alavancar a competição a nível nacional. As obras que baseiam a análise são: “Um Pensamento Materialista em Comunicação (Bolaño; Bastos, 2020), ; “As barreiras à entrada dos processos televisivos” (Brittos, 2005); Padrão tecno-estético: hegemonia e alternativas” (Brittos; Rosa, 2010); “Futebol e Economia Política da Comunicação: revisão de literatura e propostas de pesquisa” (A. Santos; I. Santos, 2015); e “Pesquisas do Futebol Nordestino” (Araújo; Santos, 2023). Entender as transmissões dos anos de 2016 a 2022, é um caminho para compreender o desenvolvimento socioeconômico da Copa do Nordeste no decorrer deste período, através da união da tecnologia e estética. O futebol é uma modalidade esportiva que mobiliza uma gigantesca quantidade de torcedores apaixonados, movimentando as dinâmicas sociais com competições, trazendo o olhar de empresas que estão interessadas nesse meio que atrai tantos olhares e consumo. Um dos pontos que permite que estes aficionados sejam tão fiéis e alimentem essa paixão cotidiana é o ato de seguir os clubes, para garantir a sensação de pertencimento, de conquistas. Para incentivar e manter este sentimento são realizadas transmissões, que permitem que o torcedor apaixonado consiga acompanhar o desenvolvimento e desempenho do seu clube, principalmente para aqueles que não dispõem da possibilidade de se deslocar ao estádio para acompanhar as partidas in loco. As plataformas audiovisuais precisam ser muito bem construídas e estruturadas para garantir que o torcedor - além de interessados e curiosos pelo esporte - possam apreciar a experiência de acompanhar o time, o que requer investimento e exige o crescimento das competições no interesse nacional. Clubes com maior investimento conseguem mais momentos de destaque, canais de comunicação fazem maior cobertura deles, mantendo a disputa do capital esportivo em clubes específicos. Quanto maior a visibilidade para o telespectador/torcedor, mais se gera movimentação de receitas. A importância de se analisar o capital midiático se dá porque o sucesso esportivo e econômico de um clube, vem por meio de uma grande torcida. Através do engajamento dessa torcida, o capital se torna relevante para adquirir mais receitas. Entendendo este processo, é possível compreender como a Copa do Nordeste precisou se reestruturar em sua volta, no ano de 2013, para trazer o olhar público para si e, conseqüentemente, obter mais investimentos. Para cumprir os objetivos, a metodologia foi dividida em fases, contando com períodos de leitura de artigos, análise de sites oficiais e das transmissões das finais de cada ano do período recortado (2013-2022).

Cumprindo a metodologia, os resultados foram coletados e organizados de maneira estruturada e eficiente.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BOLAÑO, C.; BASTOS, M. D. Um pensamento materialista em Comunicação. In: BIANCO, N. R. Del; LOPES, R. S. (Orgs.). **O campo da comunicação**: epistemologia e contribuições científicas. São Paulo: Socicom Livros, 2020. p. 165-187.

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

BRITTOS, V. C.; ROSA, A. M. O. Padrão tecno-estético: hegemonia e alternativas. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 11., 2010, Novo Hamburgo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2010.

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**, Sevilha, n. 19, p. 379-395, 2015.