

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

TAUANE WAGNER DO NASCIMENTO

**A Repercussão Midiática Envolvendo a Contratação de Luis Suárez no Grêmio
Foot-Ball Porto-Alegrense**

Porto Alegre

Agosto, 2023.

TAUANE WAGNER DO NASCIMENTO

**A Repercussão Midiática Envolvendo a Contratação de Luis Suárez no Grêmio
Foot-Ball Porto-Alegrense**

Trabalho de conclusão de curso (TCC) apresentado ao Departamento de Comunicação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como parte dos requisitos necessários para à obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

Orientador (a): Prof^a. Dra. Helenice Carvalho

Porto Alegre

Agosto, 2023.

CIP - Catalogação na Publicação

Nascimento, Tauane Wagner do
A Repercussão Midiática Envolvendo a Contratação de
Luis Suárez no Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense /
Tauane Wagner do Nascimento. -- 2023.
89 f.
Orientadora: Helenice Carvalho.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Relações
Públicas, Porto Alegre, BR-RS, 2023.

1. Midiatização. 2. Futebol. 3. Grêmio. 4. Luis
Suárez. I. Carvalho, Helenice, orient. II. Título.

TAUANE WAGNER DO NASCIMENTO

**A Repercussão Midiática Envolvendo a Contratação de Luis Suárez no Grêmio
Foot-Ball Porto-Alegrense**

Trabalho de conclusão de curso (TCC) apresentado ao Departamento de Comunicação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como parte dos requisitos necessários para à obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Helenice Carvalho - UFRGS

Orientadora

Prof^a. Dr^a. Ana Karin Nunes - UFRGS

Examinadora

Prof. Dr. José Guibson Delgado Dantas - UFRGS

Examinador

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, quero expressar minha profunda gratidão a Deus por sempre iluminar meu caminho e por colocar pessoas excepcionais ao meu lado. Em especial, a minha família, que merece meu apreço eterno, pois o apoio e carinho que generosamente me proporcionaram ao longo do tempo, não têm medida.

Ao meu querido pai João e minha mãe Enayara, que desempenharam um papel fundamental me ensinando desde cedo a importância dos estudos, não consigo encontrar palavras suficientes para descrever a magnitude da minha admiração. Sou verdadeiramente abençoada por ter nascido como filha de indivíduos tão fortes e bondosos, vocês são minha inspiração e força.

Também agradeço de coração aos amigos de infância, Marcelo e Bianca, cujo apoio inabalável, cada conversa compartilhada e os anos que trilhamos juntos os tornam, sem dúvida, parte integrante da minha família.

A minha namorada e melhor amiga, Mariana, toda minha admiração. Ela merece um lugar especial em meu coração não só por ser a fonte de meu amor, mas também pela gratidão e lealdade que sinto. A jornada até este ponto teria sido desprovida de significado e alegria se não fosse pela luminosidade que ela traz para os meus dias. Obrigada por acreditar em mim constantemente e por me oferecer suporte incondicional.

Aos amigos extraordinários que a faculdade me proporcionou, Bruno Gomes e Geovanne Flores, quero dedicar todo o meu carinho e agradecimento por sua amizade e apoio ao longo desses anos. Sem a presença de vocês, minha trajetória até aqui teria sido consideravelmente mais difícil.

Por fim, expresso também, minha sincera gratidão à minha orientadora, professora Helenice Carvalho, por sua paciência inesgotável e carinho constante. Suas orientações foram inestimáveis para o meu crescimento acadêmico e pessoal.

RESUMO

Neste estudo, investigamos a interligação entre a mídia e o futebol, com foco na destacada espetacularização midiática e seu impacto na construção de ídolos esportivos. Utilizando a obra de Stuart Hall (2003) como suporte, nossa análise também incorpora a conexão cultural e esportiva entre o Grêmio e o Uruguai. Além disso, enriquecemos nossa perspectiva ao considerar as contribuições de autores como Telles (2013) e Debord (1997) para uma compreensão mais ampla do processo de midiatização que permeia o universo do futebol. Para ilustrar esses conceitos, realizamos um estudo de caso, explorando a trajetória de Luis Suárez, desde sua chegada ao Grêmio até o impacto gerado pela sua presença nos meios de comunicação. Ao analisar o efeito da participação de Suárez no clube, oferecemos uma interpretação de sua influência no Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense. Finalmente, nas reflexões finais, resumimos as principais descobertas deste estudo.

Palavras-chave: Futebol; Mídia; Comunicação; Grêmio, Luis Suárez.

ABSTRACT

In this study, we investigate the interplay between media and football, focusing on the pronounced media spectacularization and its impact on the construction of sports idols. Utilizing Stuart Hall's work (2003) as a foundation, our analysis also incorporates the cultural and sporting connection between Grêmio and Uruguay. Furthermore, we enrich our perspective by considering the contributions of authors such as Telles (2013) and Debord (1997) for a broader understanding of the mediatization process that permeates the world of football. To illustrate these concepts, we conducted a case study, exploring the trajectory of Luis Suárez, from his arrival at Grêmio to the impact generated by his presence in the media. By analyzing the effect of Suárez's involvement with the club, we offer an interpretation of his influence on Grêmio Football Porto-Alegrense. Finally, in the concluding reflections, we summarize the main findings of this study.

Keywords: Football; Media; Communication; Grêmio, Luis Suárez.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Imagem do primeiro time gremista em dezembro de 1903.....	26
Figura 2 - Hugo de León ergue a taça da Libertadores de 1983.....	31
Figura 3 – Grafite representando Hugo de León.....	32
Figura 4 – Foto.....	35
Figura 5 – Imagem.....	40
Figura 6 – Imagem.....	41
Figura 7 – Imagem.....	42
Figura 8 - Gaúcha ZH.....	44
Figura 9 - Site Globo Esporte.....	45
Figura 10 - Site Globo Esporte.....	46
Figura 11 - Gaúcha ZH.....	47
Figura 12 - Twitter Grêmio FBPA.....	52
Figura 13 - Luís Suárez novo camisa 9 do Grêmio em 2023.....	53
Figura 14 - Jornal Marca repercute contratação de Suárez no Grêmio.....	54
Figura 15 – Olé, da Argentina, destaca a contratação do uruguaio.....	55
Figura 16 – Jornal Ovación, do Uruguai.....	55
Figura 17 – A Bola, de Portugal, repercute a chegada de Suárez ao Grêmio.....	56
Figura 18 – Jornal inglês valoriza contratação do Grêmio.....	56
Figura 19 – Jornal Francês L'Equipe, repercute sobre Suárez no Grêmio.....	57
Figura 20 – Jornal Mexicano repercute acerto de Suárez com o Grêmio.....	57
Figura 21 – La Tercera, do Chile, repercute a contratação do uruguaio.....	58
Figura 22 – Days Sport da Bulgária repercutem sobre Suárez no Grêmio.....	58
Figura 23 – Jornal italiano Corriere dello Sport.....	59
Figura 24 – Jornal alemão TZ.....	59
Figura 25 – Jornal Arryadia, do Marrocos.....	60
Figura 26 – Jornal online Gaúcha ZH.....	61
Figura 27 – Jornal Correio do Povo.....	61
Figura 28 – Jornal do Comércio.....	62
Figura 29 – Jornal de Gramado.....	62
Figura 30 – ESPN Brasil, anuncia a contratação de Luis Suárez no Grêmio.....	63
Figura 31 – CNN Brasil, destaca a chegada de Suárez no Grêmio.....	63
Figura 32 – Jornal O Globo, anuncia a contratação de Suárez no Grêmio.....	64
Figura 33 – Jornal Folha de S.Paulo.....	64

LISTA DE FIGURAS

Figura 34 – Jornal Estadão destaca o anuncio de Suárez no Grêmio.....	65
Figura 35 – Revista ISTOÉ Esportes.....	65
Figura 36 – Foto.....	67
Figura 37 – Suárez sendo recepcionado pela torcida do Grêmio.....	68
Figura 38 – Torcida do Grêmio recepcionando Suárez.....	69
Figura 39 – Detalhes da camisa celeste do Grêmio 2022-2023.....	71
Figura 40 – Luis Suárez se emociona em sua apresentação.....	72
Figura 41 – Publicação do Grêmio para campanha “O Grêmio te Convoca”.....	75
Figura 42 – Jornal Online Gaúcha ZH.....	76
Figura 43 – Twitter Grêmio FBPA.....	77
Figura 44 – Imagem.....	79

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 FUTEBOL E MÍDIA	11
2.1 O futebol midiaticizado.....	11
2.2 Jogadores de futebol como estrelas representativas.....	14
2.2.1 O torcedor como público consumidor	17
3 FUTEBOL GAÚCHO.....	21
3.1 O surgimento do futebol no Rio Grande do Sul	21
3.2 O Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense.....	24
3.3 A identificação do Grêmio com o Uruguai	29
4 A Repercussão Midiática Envolvendo a Contratação de Luis Suárez no Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense.....	37
4.1 Percorso Metodológico	37
4.2 O jogador Luis Suárez.....	39
4.3 A contratação de Luis Suárez pelo Grêmio	43
4.4 A repercussão da contratação de Suárez.....	51
4.5 Efeito Suárez.....	73
4.6 Análise Interpretativa dos dados obtidos com a pesquisa	78
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
REFERÊNCIAS	85

1. INTRODUÇÃO

O futebol ocupa uma posição importante na cultura brasileira, desempenhando um papel na formação da identidade nacional e estando profundamente enraizado no cotidiano das pessoas, transcendendo sua dimensão esportiva e tornando-se um elemento sociocultural. É inegável que o esporte ganhou uma base significativa de seguidores no Brasil ao longo dos anos. Introduzido pelos ingleses, o futebol chegou ao país através deles e rapidamente ganhou destaque e popularidade entre a população.

De norte a sul do Brasil, seja nas transmissões de rádio, televisão ou plataformas digitais, é possível observar milhões de pessoas acompanhando os mais diversos campeonatos durante todo o ano. Essa paixão pelo futebol vai além de ser apenas um esporte, alcançando um status de manifestação cultural.

Os torcedores também têm utilizado cada vez mais as mídias para se informar sobre seus times e esportes favoritos. Com o advento da internet e das redes sociais, o acesso à informação se tornou mais fácil e rápido, permitindo que os torcedores acompanhem as últimas notícias, resultados de jogos, transferências de jogadores e outros eventos relacionados ao seu clube.

As mídias tradicionais, como jornais, rádio e televisão, continuam sendo fontes importantes de informações para os torcedores. Os programas esportivos, os debates e as transmissões ao vivo dos jogos desempenham um papel fundamental na atualização dos torcedores sobre as atividades do clube. O uso das mídias para se informar permite que os torcedores estejam atualizados sobre as últimas novidades do seu time, contribuindo para a formação de uma identidade e pertencimento a uma comunidade de fãs.

A ampla visibilidade do esporte na mídia desempenha um papel fundamental ao mantê-lo presente no dia a dia das pessoas, criando ídolos e aumentando o número de entusiastas do esporte. Essa crescente popularidade acaba atraindo um número cada vez maior de empresas e patrocinadores que desejam anunciar suas marcas, seja por meio de associações à programação televisiva, competições esportivas, estádios, jogadores ou, principalmente, clubes.

A importância deste trabalho ao analisar a relação entre a mídia e o futebol para uma estudante de Relações Públicas é evidente ao identificarmos os benefícios que esse fenômeno traz para os envolvidos nessa relação.

No caso específico do presente estudo, a análise da relação entre o Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense e o renomado atleta Luis Suárez revela como a divulgação intermediada pela mídia, pode impactar a imagem e o engajamento de ambos os atores nessa parceria esportiva e institucional.

Desde cedo, enquanto acompanhava os jogos do Grêmio ao lado do meu pai, ouvia-o mencionar os renomados nomes que já haviam passado pelo clube tricolor. No entanto, ao longo de todos os anos em que acompanhei o time, jamais testemunhei uma comoção, alegria e engajamento tão intensos por qualquer outro jogador como aconteceu com a chegada de Luis Suárez. Sua presença gerou um entusiasmo sem precedentes, unindo torcedores de todas as idades em uma verdadeira celebração em torno de sua contratação.

Diante dessa intensa euforia em torno da chegada da estrela uruguaia no clube gaúcho, surgiram duas indagações que me intrigaram: (1) Por que o Grêmio e sua torcida têm tanta admiração e identificação com jogadores uruguaiois? E (2) Qual seria o impacto e os benefícios que essa grande repercussão em torno da contratação da estrela uruguaia traria para o clube gaúcho?

Com o intuito de aprofundar minha compreensão das questões que me intrigavam, decidi buscar informações sobre a relação entre o mundo do futebol e a mídia. Isso me levou a formular os seguintes objetivos de pesquisa:

Objetivo geral: Investigar as razões históricas e culturais que explicam a forte admiração e identificação dos torcedores do Grêmio com jogadores uruguaiois.

Objetivo específico: Analisar o impacto e os benefícios que a ampla cobertura midiática em torno da contratação de Suárez pode trazer para o Grêmio, tanto em termos de vendas, quanto de associações.

Ao trazer as contribuições de autores como Telles (2013) e Debord (1997), foi possível obter uma visão mais abrangente sobre a midiática que envolve o futebol e como a espetacularização midiática é uma característica presente no esporte há muitos anos. Esses estudos permitiram compreender como a mídia desempenha um papel fundamental na construção e ampliação do espetáculo esportivo, influenciando a forma como o futebol é percebido e vivenciado tanto pelos torcedores quanto pelo público em geral. Os autores Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972) também argumentam sobre como os meios de comunicação têm o poder de influenciar a agenda pública, decidindo o que deve ser destaque ou não.

Além de considerar as contribuições dos renomados autores mencionados, também analisamos como a midiaticização influencia na criação de jogadores como estrelas na sociedade e como esses heróis esportivos são moldados e projetados pela mídia. Nossa análise apresenta como a exposição midiática e a espetacularização contribuem para elevar determinados atletas ao status de ídolos e figuras de destaque no cenário esportivo e na cultura popular. Ao incorporar os pensamentos de Melo Neto (2013), seremos capazes também de obter uma compreensão mais abrangente e clara sobre a relevância desses ídolos do esporte no contexto financeiro dos clubes de futebol.

No terceiro capítulo deste trabalho, aprofundamos nossa análise em conjunto com as obras de Rigo (2004) e Bueno (2005), explorando a história da chegada do futebol no Rio Grande do Sul, o surgimento dos primeiros clubes gaúchos e a criação do Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense. Será abordada a trajetória do esporte na região, desde seus primórdios até a fundação do clube, a fim de compreender o contexto histórico e as raízes que moldaram a identidade e a importância do Grêmio na cultura esportiva do estado.

Além disso, nossa investigação analisa a rica identificação do clube gaúcho com o Uruguai e os atletas provenientes desse país vizinho, com base nas obras do teórico Stuart Hall (2003), foi explorado como essa conexão cultural e esportiva se manifesta no contexto do Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense e como as ideias do autor podem fornecer insights valiosos sobre essa relação de identidade e paixão entre o clube e o futebol uruguaio.

A quarta parte deste trabalho se concentra em um estudo de caso que aborda a carreira da estrela uruguaia Luis Suárez, as negociações envolvendo sua contratação pelo Grêmio, bem como a intensa repercussão midiática que cercou esse processo, tema central deste estudo.

Também foi analisado o impacto que a chegada de Suárez teve no clube tricolor, explorando os resultados e consequências decorrentes dessa contratação. Essa seção oferecerá uma análise interpretativa abrangente e clara sobre a trajetória do jogador e sua influência no contexto do Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense. Por fim, as conclusões finais encerraram o conteúdo deste estudo.

2. FUTEBOL E MIDIA

O futebol midiaticizado representa uma faceta fundamental e significativa do esporte mais popular do mundo, transformando-se em um espetáculo amplamente transmitido e consumido globalmente. A seguir, iremos explorar como o futebol tem sido cada vez mais influenciado e moldado pela mídia.

2.1 O futebol midiaticizado

A interação entre o esporte e os meios de comunicação desempenha um papel crucial na sociedade contemporânea, especialmente quando se trata da fusão do futebol com a mídia. O futebol é vastamente reconhecido como o esporte mais popular mundialmente, e sua presença nos meios de comunicação tem se intensificado consideravelmente nas últimas décadas. A inquestionável importância do futebol permeia todas as esferas sociais e classes.

A influência do futebol nas mídias brasileiras é notável, seja nas transmissões de rádio ou na televisão, onde programas exclusivamente focados em esportes ganham cada vez mais destaque. Nas redes sociais, a quantidade de conteúdo disponível relacionado ao futebol é praticamente incontável, seja em blogs, sites ou nas próprias plataformas sociais. Márcio Telles (2013) destaca dados que acentuam ainda mais essa presença midiática do futebol, conforme suas palavras:

No Brasil, quase mil partidas das duas principais divisões do Campeonato Nacional são exibidas na televisão a cada ano, espalhando-se pelas emissoras abertas, pelas segmentadas e, cada vez mais, pelo pay-per-view. Se somados os campeonatos internacionais, as copas continentais e nacionais, os torneios regionais, as eliminatórias, etc. O número de horas dedicadas ao futebol na televisão ultrapassa as dez mil ao ano. (TELLES, 2013, p.24).

O futebol midiaticizado é um fenômeno complexo que envolve a interseção entre o esporte e a mídia. Debord (1997), argumenta que o espetáculo se tornou uma forma dominante de comunicação na sociedade contemporânea, e o futebol é um dos principais exemplos dessa lógica. O futebol midiaticizado é caracterizado pela produção de eventos esportivos altamente espetaculares, nos quais a emoção, a narrativa e o entretenimento desempenham papéis centrais.

Além disso, a teoria da sociedade do espetáculo de Debord também é relevante para compreender a fusão entre o futebol e a mídia. O espetáculo não se resume apenas a um conjunto de imagens postadas e compartilhadas nas plataformas de mídia social; ele está enraizado no contexto das relações sociais contemporâneas, atuando como um intercessor entre as pessoas por meio de imagens, narrativas e enquadramentos. De acordo com Debord (1997), "o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens" (DEBORD, 1997 p. 14).

Essa teoria argumenta que a sociedade contemporânea é dominada pela cultura do espetáculo, na qual a imagem, a aparência e o entretenimento são valorizados. No contexto do futebol midiático, a busca por audiência e engajamento resulta na produção de eventos esportivos espetaculares, nos quais a emoção, a rivalidade e a dramatização são amplificadas. A teoria de Debord (1997) nos permite compreender que a fusão entre o futebol e a mídia vai além de uma simples cobertura jornalística. O espetáculo midiático do futebol envolve uma construção cuidadosa de narrativas, imagens e emoções, com o objetivo de cativar e envolver o público.

A teoria apresentada por Debord (1997), também nos alerta para os aspectos alienantes e ilusórios do espetáculo midiático. Ele argumenta que o espetáculo cria uma realidade falsa, uma vez que as imagens e narrativas transmitidas pela mídia muitas vezes distorcem a verdadeira essência do esporte. No caso do futebol, Debord nos faz refletir sobre como a mediação midiática pode obscurecer questões mais profundas relacionadas ao esporte, como aspectos sociais, políticos e econômicos.

Nesse contexto, os meios de comunicação desempenham um papel essencial na construção desse espetáculo, transmitindo os jogos, fornecendo análises, comentários e uma ampla cobertura em diversas plataformas. As novas tecnologias multiplicaram o acesso a essa narrativa de vida, envolvendo um número crescente de pessoas que participam das plataformas de mídia social. O futebol midiático busca criar um ambiente de entretenimento, capturando a atenção do público e gerando audiência para os meios de comunicação.

Uma das principais formas pelas quais a mídia influencia o futebol é através das transmissões televisivas. As emissoras investem consideravelmente nos direitos de transmissão dos jogos, resultando em uma exposição massiva do futebol para uma audiência global. As partidas são transmitidas ao vivo, acompanhadas por análises

pré e pós-jogo, replays e comentários especializados, proporcionando uma experiência completa para os telespectadores. Atualmente, os fãs têm acesso a uma ampla gama de conteúdos relacionados ao esporte, incluindo vídeos de jogadas, entrevistas com jogadores, análises táticas e notícias em tempo real.

A teoria do gatekeeping, proposta por Kurt Lewin (1947), é relevante nesse contexto. Segundo o autor, mencionado por Traquina (*apud* TRAQUINA, 1993, p. 142), essa teoria sugere que os meios de comunicação desempenham o papel de "porteiros" na seleção e no controle da informação que chega ao público, onde os "portões" são regidos por regras imparciais ou por um grupo no poder responsável por decidir o que aprovar e o que rejeitar.

No caso do futebol midiaticizado, os meios de comunicação e diferentes plataformas, têm o poder de decidir quais eventos esportivos serão transmitidos, quais histórias serão contadas e como o esporte será retratado. Essa seleção e controle da informação podem influenciar a forma como o público percebe e compreende o futebol, assim como moldar as narrativas em torno dos jogadores, times e competições.

Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972) argumentam que os meios de comunicação têm o poder de influenciar a agenda pública, determinando quais assuntos são considerados importantes pela sociedade. A Hipótese de Agenda-Setting, que fundamenta essa perspectiva, foi publicada em 1972 pelos professores norte-americanos. No entanto, vários autores já haviam apontado para essa ideia anos antes, como Lippmann em 1922, Park, Ernest e Roderik em 1925, Lazarsfeld et al. em 1944, Cohen em 1963 e Lang & Lang em 1966. (CASTRO, 2014, p. 199).

No contexto do futebol midiático, os meios de comunicação desempenham um papel fundamental na seleção e na cobertura dos eventos esportivos. Eles decidem quais jogos serão transmitidos, quais jogadores e times receberão destaque e quais histórias serão contadas. Dessa forma, os meios de comunicação têm a capacidade de moldar a percepção e a importância do futebol na sociedade, determinando quais aspectos do esporte são enfatizados e quais são deixados de lado.

McCombs (2004) explica que os membros da audiência não são seres autômatos à espera de serem programados pelos veículos de notícia. O papel central atribuído à hipótese pelos veículos noticiosos se justifica, então, pela capacidade que eles têm de definir os itens da agenda pública.

O fato do esporte ter se tornado um dos principais interesses da mídia pode ser explicados por Gastaldo (2011), que afirma que as condições tecnológicas foram importantes para o desenvolvimento de ambos: mídia e esporte, elementos essenciais da cultura de massa. De acordo com o autor, a interação entre essas duas esferas foi impulsionada pelo avanço tecnológico, resultando em transformações significativas na forma como o esporte é produzido, transmitido e consumido.

Gastaldo (2011), argumenta que as condições tecnológicas desempenharam um papel fundamental na expansão da mídia e do esporte como elementos centrais da cultura de massa. Ele destaca que o desenvolvimento de meios de comunicação cada vez mais avançados, como a televisão, a internet e as redes sociais, proporcionou uma ampla disseminação e acessibilidade aos eventos esportivos, permitindo que um número maior de pessoas participasse e se engajasse nessa prática cultural.

Ainda, segundo Gastaldo (2011), a mídia e o esporte se ligaram de tal forma que não há mais como concebê-los dissociados. O autor também enfatiza que as condições tecnológicas permitiram uma maior interatividade e participação dos torcedores, rompendo com o modelo tradicional de consumo passivo. Dessa forma, a teoria do autor sustenta o desenvolvimento da mídia e do esporte como elementos essenciais da cultura de massa, que foi fortemente influenciado pelas condições tecnológicas.

A expansão da televisão, da internet e das redes sociais proporcionou novas formas de produção, consumo e interação no contexto esportivo, transformando a experiência do torcedor e ampliando o alcance e o impacto do esporte na sociedade contemporânea. O autor demonstra como a mídia se tornou uma aliada indispensável para a promoção e divulgação do esporte, desempenhando um papel central na construção da identidade esportiva e na formação de ídolos e referências para os torcedores. A seguir, iremos abordar como a crescente influência do futebol na mídia afeta diretamente na formação de figuras esportivas que se tornam ídolos e estrelas de grande representatividade na sociedade.

2.2 Jogadores de futebol como estrelas representativas

Grandes nomes esportivos costumam ter espaço de destaque na sociedade, principalmente quando se diz respeito a jogadores de futebol. A ascensão destes jogadores como estrelas representativas envolve uma complexa interação entre jogador, os meios de comunicação e a torcida.

A mídia contribui para a construção de ídolos e celebridades no futebol uma vez que, jogadores de destaque recebem uma ampla cobertura midiática, sendo apresentados como estrelas heroicas e figuras influentes dentro e fora do campo.

Logo que aparece um novo talento esportivo, a imprensa se empenha em transformá-lo num ídolo, publicando diariamente reportagens que, tratam não apenas de seu desempenho nas competições, mas que falam também sobre a sua vida privada, alimentando o interesse do público e gerando uma cultura de celebridade em torno do futebol.

De acordo com Gastaldo (2002), futebol e comunicação cruzam um mesmo território, ou seja, não existe futebol sem comunicação e sem a mídia para divulgar e “vender” o esporte. Cada reportagem, artigo e matéria veiculada na mídia, fazem parte de uma longa e lenta construção da idolatria da estrela esportiva na imprensa.

Na sociedade da espetacularização, os sujeitos presentes no conteúdo da mídia se tornam espelhos, e a admiração da audiência, é proporcional ao desejo dos anônimos de ocupar o mesmo lugar daqueles que são admirados. Mas cuidar e manter a imagem de um jogador de futebol de alto rendimento, nem sempre pode ser fácil. Ter uma boa imagem gera lucro para o atleta e para a empresa que está patrocinando ele, pois como afirma Melo Neto (2000), “tudo o que está associado à imagem desses super astros vende, e vende muito”.

Sabendo que os meios de comunicação podem tanto favorecer quanto prejudicar uma carreira ou algum projeto, é importante ser bem assessorado, para que a imagem seja forte, passe confiança e credibilidade. Contudo, o assessorado também precisa ter autonomia e iniciativa para atender satisfatoriamente os questionamentos dos jornalistas e ter um bom desempenho, mesmo diante das perguntas mais embaraçosas que possam surgir.

Para entendermos o papel de relações públicas no assessoramento dessas estrelas Kunsch (1997) destaca que, “as relações públicas devem sintonizar-se com a modernidade e assimilar uma nova cultura, atualizando seus conceitos e revendo os paradigmas vigentes” (KUNSCH, 1997, p. 145).

Conforme destacado por Fábio França (2007), trabalhar as Relações Públicas pessoais de uma pessoa, pode ser qualificada como uma atividade que exige dedicação total, 24 horas, que demanda um comprometimento contínuo, sendo uma tarefa que necessita de atenção integral e constante.

Trata-se de planejar minúcias na vida e todo o envolvimento pessoal da pessoa. Isso inclui sua agenda completa, do dia-a-dia, contato, locais que deve ou não frequentar, entrevistas a quem dar ou não dar, em que veículos deve aparecer ou não, etc. Inclui o marketing pessoal, linguagem corporal, vocabulário, ou seja, todo relacionamento social e cultural da pessoa com todas as recomendações do que pode ou não pode fazer. (FRANÇA *apud* MOURA; FUSTINONI; HATAMURA, 2007, p. 29).

A torcida também é um ator central na criação e manutenção da fama dos jogadores, pois sua admiração, apoio e identificação contribuem para elevar um jogador ao status de estrela representativa. O desempenho em campo, a paixão demonstrada, a entrega e os momentos de glória são elementos que geram uma conexão emocional com a torcida, fortalecendo a imagem do jogador.

Hall (2000), diz que as pessoas tendem a se identificar com aqueles que compartilham características ou valores semelhantes. Uma das ideias-chave do autor é a de que a identidade não é uma característica universal e estável, mas sim um produto das diferenças culturais e das relações de poder presentes em determinado contexto. No contexto do futebol, os torcedores podem se identificar com jogadores que representam suas equipes favoritas ou que possuam trajetórias de vida semelhantes. A identificação com esses jogadores cria uma conexão emocional e motiva os fãs a seguirem seus exemplos.

A mídia também é responsável por fornecer informações e criar narrativas em torno dos jogadores. Através de entrevistas, reportagens e programas, os jogadores têm a oportunidade de se expressar, contar suas histórias e se conectar com o público. A mídia pode ajudar a construir uma imagem positiva, destacando características como profissionalismo, liderança, humildade ou comprometimento.

E é graças a essa mídia que os jogadores se tornam conhecidos e admirados no mundo todo. De acordo com Bracht (2005), o processo de espetacularização do esporte de alto rendimento via mídia, está diretamente relacionado à construção da imagem dos heróis esportivos, que são capazes de feitos não explicáveis, mas admiráveis. O autor explica que: “Esses feitos são trazidos e vivenciados pelos espectadores no âmbito de uma linguagem que constrói um mundo que é ao mesmo tempo real e irreal”. (BRACHT, 2005, p. 118).

Segundo o autor, é uma experiência que ocorre na junção entre elementos ficcionais e não-ficcionais, situada no campo da imaginação. A realidade é reestruturada de uma maneira inovadora; aspectos reais se mesclam com elementos não reais, como fantasias, sonhos e ficções.

É nessa dissolução dos limites da realidade no contexto do consumo esportivo que o esporte se transforma em um universo imaginário. De acordo com Gebauer (*apud* BRACHT, 2005), no mundo imaginário, não devemos buscar racionalidade e lógica, pois ele se manifesta de forma suspensa, transcendendo esses conceitos. Os ídolos esportivos são criados através de uma linguagem mítica, que desafia o mundo racional, e a relação entre os jogadores de futebol e seus torcedores desempenha um papel fundamental nesse processo.

Vale ressaltarmos que determinados atletas ou personagens do meio esportivo tem muito mais propensão e até mesmo vocação para se tornar ídolo do que outros. Não basta um jogador ser um craque dentro de campo e não ser midiático, não causar a empatia do público.

Às vezes um jogador carismático, mas sem tanto talento pode cair nas graças do público e, por conseguinte, da imprensa. Algumas questões subjetivas devem ser levadas em conta também: carisma, uma boa história e uma boa fase em campo ajudam. Em suma, a representatividade dos jogadores de futebol vai além do esporte em si. Eles têm a capacidade de inspirar e influenciar, e ao se tornarem modelos a serem seguidos, desempenham um papel crucial na sociedade.

Para Morin (1989), as estrelas se transformam em mais do que um objeto de admiração. Elas passam a ser cultuadas e imitadas, como uma religião onde o que estimula a fé são elementos como fotografias, fofocas, entrevistas e etc. E hoje em dia com a possibilidade eminente de ter contato com os ídolos, os fãs, torcedores e público em geral, percebe que podem ter acesso não só a vida destas estrelas, mas também podem usufruir de roupas, acessórios e demais objetos que destaquem sua devoção e admiração. A seguir, abordaremos o papel fundamental do torcedor como público consumidor.

2.2.1 O torcedor como público consumidor

Os torcedores desempenham um papel fundamental no mundo do esporte, especialmente no futebol. Segundo Melo Neto (2013), a intensidade do vínculo dos torcedores com o esporte pode ser mensurada a partir de quatro níveis, sendo eles: conhecimento, acompanhamento pela mídia, comparecimento a eventos e adesão ao esporte. No qual são medidos por escala de nível: Alto, médio e baixo.

De acordo com o autor, os níveis são relacionados ao conhecimento do torcedor para com as regras, funcionamento e estrutura do esporte. Seguido pelo nível de acompanhamento, no qual é relacionado ao torcedor o grau que o mesmo acompanha notícias do esporte preferido na mídia e nos meios de comunicação sobre o seu clube. Após, o terceiro nível é referente a comparecimento em eventos, no qual o torcedor se faz presente em locais de competição, estádio, festas do clube, entre outros. E por fim, o quarto nível é referente a adesão ao esporte, no qual indica à medida que o esporte é parte da vida desse torcedor.

Neste sentido, os torcedores não apenas assistem aos jogos, mas também se envolvem ativamente com o esporte, comprando ingressos, camisas de times, produtos licenciados e até mesmo consumindo conteúdo relacionado, como programas de TV, revistas e mídias sociais.

Para entender essa relação entre torcedores e o consumo no contexto do futebol, podemos recorrer a Stuart Hall, conhecido por seu trabalho na área dos estudos culturais. Hall (2000), defende a ideia de que a identidade de uma pessoa está fortemente ligada às suas preferências culturais e aos grupos aos quais ela se identifica. No contexto do futebol, os torcedores são parte de uma cultura de fãs, que compartilham interesses, valores e símbolos relacionados ao esporte e aos clubes que apoiam. Essa identificação com um clube específico cria um vínculo emocional e afetivo entre o torcedor e a equipe, o que influencia diretamente seu comportamento como consumidor.

Além disso, a identidade de torcedor é influenciada pela cultura de fãs que se desenvolve em torno do futebol. Os torcedores se envolvem em práticas culturais como cantar hinos, criar coreografias em arquibancadas, formar grupos organizados, entre outras manifestações. Essas práticas reforçam os laços de identificação e pertencimento ao grupo de torcedores e criam um senso de comunidade.

Logo, o consumo no contexto do futebol vai além da transação comercial. É uma forma de expressão cultural, de conexão emocional e de construção de identidade. Segundo Baudrillard, não consumimos um objeto, mas uma modelização (uma ideia ou sistema) que vem junto com ele. Nesse caso, o consumo não é algo individual, mas uma instituição social, “sistema de valores que assegura a ordenação dos signos e a integração do grupo”. (BAUDRILLARD, 2008, p. 91).

Os torcedores não são apenas consumidores passivos, mas também agentes ativos na criação e reprodução da cultura futebolística, eles contribuem para a formação da identidade do clube. Jean Baudrillard (2008), aborda o consumo como uma forma de simbolismo e significado. Para o autor os objetos de consumo não são apenas utilitários, mas também carregam um valor simbólico e representativo.

No contexto do futebol, os produtos relacionados aos clubes, como camisas, bonés e bandeiras, não são apenas itens materiais, mas também símbolos de identificação e pertencimento. Os torcedores veem esses produtos como uma forma de expressar sua lealdade, de se destacar como fãs e de demonstrar seu amor pelo clube. Nesse sentido, o consumo desses produtos se torna uma maneira de construir e fortalecer a identidade do torcedor. Conforme destaca Jean Baudrillard (2008).

O consumo não se alicerça sobre o princípio da realidade, a sua lógica é inteiramente abstrata, “tudo é signo, signo puro. Nada possui presença ou história [...]” (BAUDRILLARD, 2008, p. 208).

Slater (2002), também ressalta que nas sociedades em que imperam o marketing e a publicidade, não compramos apenas um objeto, mas um estilo de vida, que evoca todo um sistema de significados. Os produtos e os serviços oferecidos aos consumidores expressam conceitos de modos de vida plenos, valores “que dão tanto ao consumidor quanto ao bem de consumo uma sólida identidade social no interior de um universo significativo” (SLATER, 2002, p. 144).

Nessa situação a vivência do torcedor é imersa em uma dinâmica de simulação, em que a realidade do esporte é substituída por uma representação hiper-real, meticulosamente construída e mediada pela mídia, pelo marketing esportivo e pelas estratégias de branding das equipes. Segundo Baudrillard (2008), o ato de consumir não se restringe apenas a uma atividade econômica, mas transcende para se tornar um fenômeno cultural e social.

O autor argumenta que estamos inseridos em uma sociedade de consumo, na qual os objetos e as experiências não são valorizados apenas por sua utilidade intrínseca, mas também pelo seu significado simbólico e pela imagem que projetam. A hiper-realidade, conceito fundamental na teoria de Baudrillard (2001), refere-se à substituição da realidade pelo simulacro, ou seja, a cópia da realidade que se torna mais real do que a própria realidade.

No ambiente dos torcedores, isso pode ser entendido como a construção de uma narrativa esportiva em que os resultados, rivalidades, ídolos e emoções são amplificadas, superando muitas vezes a realidade do jogo em si. A mídia desempenha um papel central na construção dessa hiper-realidade, ao transmitir e amplificar essas narrativas, criando um ciclo de consumo e entretenimento, isso fica ainda mais destacado nos tempos atuais, onde as mídias sociais são cada vez mais valorizadas.

Nessa conjuntura, podemos explorar a perspectiva de Henry Jenkins, que cunhou o termo "cultura da convergência". Segundo Jenkins (2008), a convergência tecnológica e a participação ativa dos consumidores estão redefinindo a relação entre mídia, fãs e indústria. Conforme o autor, a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros. (JENKINS, 2008, p. 28).

No cenário do futebol, os torcedores não são mais meros espectadores passivos, mas também contribuem ativamente para a produção e circulação de conteúdo relacionado ao esporte. Eles criam blogs, canais no YouTube, grupos em redes sociais e até mesmo produzem vídeos e podcasts dedicados ao seu clube ou jogador favorito. Isso gera uma comunidade de fãs engajados, que consomem e produzem conteúdo em uma cultura participativa e colaborativa.

Dessa forma, a cultura de convergência não apenas impacta a indústria esportiva, mas também exerce influência significativa sobre a mídia tradicional. As organizações esportivas e os veículos de comunicação se veem obrigados a se adaptar a essa nova realidade, buscando maneiras de interagir e envolver os torcedores por meio das plataformas digitais.

Os clubes esportivos, por exemplo, investem na produção de conteúdo exclusivo para as redes sociais, transmitindo ao vivo treinos e eventos, e promovendo uma interação direta com os torcedores, com o objetivo de estabelecer uma conexão mais próxima e duradoura.

Além disso, é importante destacar a influência das redes sociais no comportamento dos torcedores como consumidores. As redes sociais se tornaram um espaço propício para a comercialização de produtos relacionados ao esporte. Os torcedores agora têm a possibilidade de adquirir camisas, bonés, souvenirs e outros itens oficiais dos clubes por meio das plataformas de e-commerce integradas às redes sociais.

Os clubes utilizam essas plataformas como meio de promoção de suas mercadorias, lançamento de produtos exclusivos e oferta de benefícios especiais para os torcedores que seguem suas páginas e interagem com o conteúdo disponibilizado.

Com a ascensão das plataformas digitais, os torcedores têm a capacidade de interagir diretamente com os clubes, jogadores e outros torcedores. Eles compartilham suas experiências, opiniões, fotos e vídeos relacionados aos jogos e ao seu envolvimento com o futebol. Isso cria uma atmosfera de engajamento contínuo e ajuda a fortalecer ainda mais esse vínculo de consumo entre a torcida e o clube.

No próximo capítulo, exploraremos a história da introdução do futebol no estado do Rio Grande do Sul, abordando o momento em que o esporte chegou à região e os eventos que culminaram no surgimento dos primeiros clubes de futebol do estado. Além disso, discutiremos a realização do primeiro campeonato gaúcho, marco importante na consolidação do futebol como uma atividade esportiva popular e organizada na região.

3. FUTEBOL GAÚCHO

3.1 O surgimento do futebol no Rio Grande do Sul

A história do futebol no Brasil é amplamente conhecida no eixo Rio-São Paulo, em grande parte devido às figuras de Oscar Cox e Charles Miller, frequentemente considerados os criadores do futebol no país, de acordo com a versão histórica "oficial". A história remonta ao final do século XIX, quando o esporte foi introduzido por imigrantes britânicos que trabalhavam em empresas inglesas no país. Inicialmente, o futebol era praticado apenas por membros da elite, mas rapidamente se popularizou entre todas as classes sociais, tornando-se o esporte mais popular do Brasil.

A partir desse momento, o futebol começou a se espalhar rapidamente, conquistando adeptos e se tornando uma paixão nacional. O primeiro registro de uma partida de futebol no Brasil foi em 1894, quando brasileiros e estrangeiros se enfrentaram no campo do São Paulo Athletic Club, em São Paulo. A partir desse momento, o futebol se espalhou pelo país e começaram a surgir os primeiros clubes e competições.

No início do século XX, houve um surto de criação de clubes de futebol em todo o Brasil, e essa tendência também se manifestou no Rio Grande do Sul, localizado no extremo sul do país. Durante essa efervescente época para o esporte, diversas cidades gaúchas, como Rio Grande, Pelotas e Porto Alegre, presenciaram a formação de vários clubes, resultando em uma proliferação de equipes esportivas. Segundo o teórico Melo Neto (2000), a introdução do futebol no Brasil e sua posterior chegada ao Rio Grande do Sul tiveram um impacto significativo na sociedade.

O esporte passou a ser uma forma de expressão cultural e um canal de identificação para os gaúchos, contribuindo para a formação de uma identidade regional e consolidando o futebol como um elemento central na vida dos brasileiros.

Vale destacar que o primeiro clube oficial de futebol do Brasil, é o Sport Club Rio Grande, que ainda se encontra em atividade e fica localizado aqui no estado do Rio Grande do Sul. Fundado em 19 de julho de 1900, o clube tem uma história rica e é considerado uma das instituições pioneiras no desenvolvimento do futebol brasileiro. Conforme destaca Rigo (2004):

Fundado em 19 de julho de 1900, o Sport Clube Rio Grande é reconhecido pela CBF como o clube de futebol mais antigo do Brasil. Com mérito de ter se mantido em atividade desde sua fundação e nunca ter cancelado, nem temporariamente, suas atividades. (RIGO, 2004, p. 56).

O futebol chegou ao Rio Grande do Sul por meio de diversas vias, e uma delas foi a influência das ferrovias uruguaias, que conectaram o estado à região da Campanha. Essa conexão proporcionou um ambiente propício para o surgimento das primeiras experiências relacionadas ao futebol no estado gaúcho. De acordo com Jesus (2000), a chegada das primeiras bolas de futebol e demais equipamentos para a prática do esporte no Rio Grande do Sul, surgiram na cidade portuária de Rio Grande e nas cidades próximas à fronteira com o Uruguai.

Esse movimento futebolístico na região sul do estado, que era um dos principais centros econômicos do Rio Grande do Sul por conta de trocas comerciais com São Paulo, Rio de Janeiro, Montevideú, Buenos Aires e Europa, teve uma influência significativa na formação dos clubes na capital.

Ainda por influência do Uruguai e da Argentina, surgiram outros clubes, alguns anos depois, ao longo de nossas fronteiras, como o 14 de Julho de Santana do Livramento (1902), o Sport Club Bagé (1906) e o Guarany Futebol Clube (1907), ambos da cidade de Bagé. Dessa proximidade com os países vizinhos, o futebol no Rio Grande do Sul também herdou muitas de suas características do estilo de jogar.

Segundo Ramos (2000), em 7 de setembro de 1903, o Sport Club Rio Grande realizou uma partida de exibição em Porto Alegre, o que inspirou os moradores da cidade a fundarem seus próprios clubes de futebol. Assim, em 15 de setembro de 1903, nasceu o Grêmio Foot- Ball Porto Alegrense e o Fussball Club Porto Alegre, este último perdurando até a década de 1940, quando encerrou suas atividades.

Já no ano de 1909, nasceu o Sport Club Internacional e, em 1913, surgiram mais duas agremiações esportivas: o Esporte Clube Cruzeiro e o Esporte Clube São José. O Sport Club Internacional e o Grêmio Porto Alegrense, ao decorrer do século XX, evoluíram para se tornarem os mais proeminentes clubes de futebol do estado do Rio Grande do Sul. Atualmente, a rivalidade entre Grêmio e Internacional é uma das mais intensas e acirradas do futebol brasileiro. Os dois clubes protagonizam o clássico Gre-Nal, que é um dos maiores clássicos do país e uma das principais rivalidades regionais do futebol mundial.

Embora o Rio Grande do Sul abrigue a equipe mais antiga do futebol brasileiro em atividade, a organização do primeiro campeonato estadual demorou para ser concretizada. Desde o início do século, haviam partidas amistosas sendo disputadas, além de várias ligas e competições citadinas e regionais. No entanto, faltava uma entidade que centralizasse o futebol gaúcho e organizasse um campeonato estadual de forma mais estruturada.

Com o passar do tempo e o surgimento de mais agremiações esportivas, tornou-se evidente a necessidade de criar entidades que promovessem o esporte e organizassem campeonatos. A Liga Pelotense de Futebol, fundada em 1907, foi a primeira entidade do estado do Rio Grande do Sul a se dedicar ao futebol. Em Livramento, no entanto, o primeiro campeonato foi disputado em 1906.

Em 1910, a Liga de Futebol Capital foi criada e o primeiro campeonato foi vencido pelo extinto time Militar, formado pelos alunos da Escola de Guerra. Em 18 de maio de 1918, diversos dirigentes do futebol da época, provenientes de diferentes cidades, reuniram-se na sede da revista Máscara, localizada no centro de Porto Alegre.

Esse encontro ficou conhecido como o primeiro Congresso do Futebol do Rio Grande do Sul e teve a participação de dirigentes de várias cidades. O objetivo principal era unificar as ligas existentes em todo o estado do Rio Grande do Sul em uma única entidade, com o intuito de promover competições estaduais.

No ano de 1919, ocorreu a realização do primeiro Campeonato Gaúcho de Futebol, marcando um importante momento na história do esporte no estado. Essa competição pioneira contou com a participação de quatro clubes, sendo um da capital, um de Pelotas e dois da região de fronteira. Os clubes que participaram desse inaugural campeonato foram o 14 de Julho, representando Livramento, o Brasil de Pelotas, o Grêmio, de Porto Alegre, e o Esporte Clube Uruguaiana, da cidade de Uruguaiana. Após emocionantes disputas, o Brasil sagrou-se campeão, sendo reconhecido como o primeiro campeão gaúcho de futebol.

Essa competição pioneira foi fundamental para o desenvolvimento e crescimento do futebol no Rio Grande do Sul. Ao estabelecer um torneio estadual, permitiu-se que os clubes demonstrassem suas habilidades e rivalidades, estimulando a paixão dos torcedores e o fortalecimento do esporte na região. O campeonato de 1919 marcou o início de uma tradição futebolística no estado gaúcho, que se expandiu ao longo dos anos, envolvendo cada vez mais clubes e torcedores. Desde então, o Campeonato Gaúcho de Futebol tornou-se uma competição anualmente disputada, celebrando a história e a paixão pelo esporte no Rio Grande do Sul.

A seguir, mergulharemos na empolgante e vitoriosa trajetória de um dos clubes pioneiros do Rio Grande do Sul, o Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense, conhecendo sua rica história e conquistas.

3.2 O Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense

O Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, conhecido simplesmente como Grêmio, é um dos clubes de futebol mais tradicionais e bem-sucedidos do Brasil. Sua história remonta ao final do século XIX, quando um grupo de estudantes decidiu fundar uma equipe de futebol.

Como o próprio clube gaúcho afirma, o Grêmio teve sua origem a partir de uma bola de futebol, o que se alinhava perfeitamente com o destino grandioso que o mesmo estava predestinado a alcançar. A jornada vitoriosa começou com Cândido Dias da Silva, um paulista que já estava trabalhando há algum tempo em Porto Alegre e possuía sua própria bola de futebol.

Cândido era considerado um boêmio apaixonado pelo esporte, foi nessa época que surgiu na capital gaúcha a equipe de futebol do Sport Clube Rio Grande. Os jogadores ingleses e alemães que compunham o time de Rio Grande foram convidados para uma exibição na cidade. No dia marcado, 7 de setembro de 1903, o campo da várzea ficou cercado de curiosos. Cândido, com sua bola debaixo do braço, estava entre eles, atento a tudo (BUENO 2005).

Assim, em 15 de setembro de 1903, trinta e dois jovens se reuniram no Salão Grau, um restaurante de um hotel localizado na rua 15 de Novembro, atualmente conhecida como rua José Montauray. Foi ali que começou a história de um clube determinado a vencer, disposto a superar todos os desafios. Carlos Luiz Böhrer foi eleito o primeiro presidente, sem jamais imaginar a projeção mundial que o recém-nascido clube alcançaria um dia.

Nos seus primeiros anos, o clube concentrou-se em estabelecer suas bases, começando pela aquisição de um espaço próprio para jogos e treinos, a Baixada dos Moinhos de Vento, em 1904. Além disso, houve um fortalecimento esportivo por meio da criação do Fussball Club Porto Alegre, fundado também em 15 de setembro de 1903, que participou de uma competição chamada Taça Wanderpress, que, embora de forma não oficial, valia o título da cidade. Essas iniciativas contribuíram para a consolidação e o crescimento do clube.

Segundo Bueno (2005), desde o seu surgimento, o Grêmio estabeleceu uma forte identificação com o estilo de jogo característico do futebol cisplatino. Essa ligação vai além do campo esportivo, pois reflete um sentimento de pertencimento compartilhado por uma grande parcela da população gaúcha em relação às escolas de futebol do Uruguai e Argentina.

Esse mesmo sentimento permeia as raízes do clube gaúcho, sendo notável também em seus primeiros uniformes, que apresentavam tons de cor celeste, inspirados na bandeira uruguaia, o que ressalta a influência das proximidades geográficas entre o Rio Grande do Sul e os demais países latinos na construção da identidade do Grêmio. Essa conexão histórica e cultural com as nações vizinhas contribuiu para forjar uma identidade única e apaixonada no coração dos torcedores gremistas, criando um legado de tradição futebolística que perdura até os dias atuais.

Figura 1.

**Imagem do primeiro time gremista, em dezembro de 1903.****Fonte: Grêmiopédia¹.**

Em 18 de julho de 1909, ocorreu o primeiro clássico entre o Grêmio e seu tradicional adversário, o Internacional, e o resultado dessa partida histórica foi uma extraordinária vitória por 10x0 para o time tricolor. Mais tarde em 1910, o Grêmio desempenhou um papel fundamental na criação da 1ª Liga de Clubes de Porto Alegre, sendo a ideia originada no próprio clube, com o objetivo de promover os campeonatos metropolitanos.

Em 1921, o Grêmio alcançou um marco histórico ao conquistar seu primeiro Campeonato Gaúcho, e essa conquista foi repetida no ano seguinte, em 1922. O campeonato, teve início em 1919 com a vitória do Brasil de Pelotas sobre o Grêmio. Durante a década de 1920, dois dos maiores símbolos do Grêmio foram criados. Em 1924, foi estabelecido o primeiro hino do clube, que passou por alterações ao longo dos anos. Em 1928, foi introduzido o modelo definitivo da camisa do Grêmio, com listras verticais nas cores azul, preto e branco.

Em 1946, o clube adotou oficialmente como mascote a figura do mosqueteiro, criado pelo chargista Pompeo, da Folha da Tarde. Nesse mesmo ano, o famoso slogan: "Com o Grêmio, onde o Grêmio estiver", foi criado por Alfredo Obino. Assim como na década de 1920, mais dois importantes símbolos do Grêmio foram criados.

¹ Disponível em: < https://www.gremiopedia.com/wiki/Elenco_do_Gr%C3%AAmio_em_1903 > Acesso em: 25 maio. 2023.

No ano de 1949, a equipe tricolor conquistou a hegemonia regional, sendo considerada imbatível por nenhum clube do estado. Também nesse ano, o Grêmio realizou sua primeira excursão internacional à América Central, na qual não perdeu nenhum jogo disputado.

Em 1949, o Grêmio obteve uma grande conquista no Centenário, em Montevideu, ao derrotar a equipe do Nacional, base da Seleção do Uruguai que se sagraria campeã mundial sobre o Brasil em 1950, por 3 a 1, durante as comemorações dos 50 anos do clube uruguaio. O Grêmio ficou com o troféu da competição.

Os anos 1950 foram marcados por grandes realizações para o clube gaúcho. As excelentes atuações no início da década, abriram caminho para mais duas importantes excursões internacionais em 1953 e 1954, rumo ao México, Equador e Colômbia. Com o desempenho brilhante dessas excursões, o Grêmio alcançou o que ficou conhecido como "A conquista das três Américas".

Foi em 1954 que o estádio da Baixada deixou de ser definitivamente a casa do Grêmio. Embora tenha sido palco de muitas glórias do clube, o estádio tornou-se pequeno diante das proporções que o Imortal havia alcançado. Em 19 de setembro de 1954, o Estádio Olímpico foi inaugurado, substituindo a antiga casa tricolor, em um jogo entre Grêmio e Nacional de Montevideu, com vitória de 2 a 0 para os gremistas. Na época de sua construção, o estádio gremista era o maior e melhor estádio privado de todo o Brasil.

Em 1962, o Grêmio conquistou seu primeiro título regional oficial, estabelecendo-se como a equipe dominante no Sul do país e uma das melhores do Brasil. O clube participou do Campeonato Sul-Brasileiro, enfrentando os principais clubes da região. Com uma campanha invicta de 10 jogos, incluindo 7 vitórias e 3 empates, o Grêmio reforçou ainda mais sua supremacia no Rio Grande do Sul e no Sul do país.

No entanto, nos anos 70, o Grêmio atravessou um dos períodos mais difíceis de sua história. Após os brilhantes anos 50 e 60, nos quais a equipe conquistou vários títulos e internacionalizou sua marca para o mundo, chegou o momento de enfrentar uma fase de escassez e derrotas diante do poderoso rival "rolo compressor" colorado.

Podemos afirmar que em termos de títulos os anos 80 foram os melhores na história do tricolor gaúcho. Em 1981 o Grêmio conquistou seu primeiro brasileiro, e em 1983 foi quando o clube conquistou a taça libertadores e o mundial de clubes, títulos inéditos no Rio Grande do Sul.

Nos anos 90 o time gaúcho voltou a disputar uma final de campeonato, contudo, o tricolor deixou escapar a Copa do Brasil e acabou ficando em vice no ano de 1993. Já no ano de 1995 no comando de Felipão, o tricolor gaúcho se consagrou novamente como campeão da Libertadores. No dia 30 de agosto de 1995, o Grêmio alcançou o ponto mais alto da América do Sul ao se consagrar bicampeão da América.

Enfrentando o Nacional, com o estádio repleto de torcedores fanáticos, o Grêmio viu seu adversário abrir o placar aos 12 minutos. A partir desse momento, a pressão do Nacional aumentou, porém, o Grêmio estava determinado e conseguiu conter os avanços do adversário. Esse equilíbrio se manteve até os 39 minutos do segundo tempo, quando o Grêmio empatou a partida em uma cobrança de pênalti. Assim, o Grêmio se tornava bicampeão da América.

No ano 1996 o clube gaúcho deu mais uma grande conquista para a torcida tricolor, ao conquistar o segundo Campeonato Brasileiro, e foi também em 1996 que o Grêmio venceu a Recopa Sul-Americana, superando o Independiente por 4 a 1. Já no ano seguinte, em 1997 o Grêmio conquistou a Copa do Brasil em cima do time carioca, Flamengo.

Em 2001, o Grêmio se tornou o primeiro tetracampeão da Copa do Brasil, deixando uma marca histórica no futebol brasileiro. O clube gaúcho era reconhecido como uma das melhores equipes do país na época. Contudo, após grandes conquistas, o jejum de títulos expressivos no Grêmio foi uma fase que marcou parte de sua história. O clube, fundado em 1903, teve períodos de grande sucesso ao longo dos anos, mas também enfrentou momentos em que o tão almejado título expressivo demorou a ser conquistado novamente.

Depois um longo período sem conquistas expressivas, o Grêmio voltou a escrever seu nome na história do futebol em 2016 ao se consagrar campeão da Copa do Brasil. O título foi conquistado de forma memorável, com uma vitória na Arena do Grêmio, atual estádio do tricolor gaúcho, por 1x1, após ter vencido o jogo de ida por 3x1, contra o Atlético-MG.

Com essa conquista, o Grêmio se tornou o primeiro clube brasileiro a conquistar a competição por cinco vezes, solidificando-se como octacampeão nacional e o clube com o maior número de títulos nacionais do país, contabilizando seis conquistas (cinco Copas do Brasil e uma Supercopa do Brasil). No ano seguinte, em 2017, o Grêmio alcançou um feito ainda mais grandioso ao conquistar sua terceira taça da Libertadores da América.

A equipe gremista demonstrou um futebol de alto nível ao longo da competição, culminando na conquista do título continental. Além disso, o Grêmio chegou à final do Mundial de Clubes, mas acabou sendo vice-campeão ao perder para o Real Madrid por 1x0, com um gol marcado por Cristiano Ronaldo, eleito cinco vezes o melhor jogador do mundo. Essa campanha reafirmou o Grêmio como um dos grandes clubes do futebol sul-americano.

Atualmente, o Grêmio está passando por um processo de reformulação. Após enfrentar sua terceira queda para a série B do futebol brasileiro em 2021, o clube demonstrou sua força e determinação para retornar à elite, o que foi alcançado com sucesso em 2022. Essas não foram as primeiras vezes que o Grêmio enfrentou tal situação, visto que também passou por períodos semelhantes em 1991 e 2004. No entanto, a história do clube é marcada por superações, e sua volta à primeira divisão é um sinal de renovação e busca por novas conquistas para o clube e sua torcida.

A seguir, iremos explorar a forte conexão entre o Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense e o Uruguai, e como esse fenômeno se desenvolveu ao longo dos anos dentro do clube gaúcho. Na sequência, vamos analisar a identificação, e o impacto dessa relação por meio dos atletas que passaram pelo clube e que contribuíram para fortalecer os laços entre o Grêmio e o futebol uruguaio.

3.3 A identificação do Grêmio com o Uruguai

A identificação do Grêmio, um dos principais clubes de futebol do Brasil, com o Uruguai está relacionada a diversos aspectos históricos e culturais. Ao longo dos anos, o Grêmio teve uma série de jogadores uruguaios que deixaram um legado significativo e conquistaram o coração dos torcedores. Muitos jogadores uruguaios que passaram pelo Grêmio se destacaram tanto individualmente como em contribuições coletivas para o sucesso do clube. Esses jogadores trouxeram consigo uma mentalidade de luta, disposição para vencer e uma paixão pelo futebol que se alinham com os valores e a identidade do Grêmio.

Essa relação remonta aos anos 80, quando o Grêmio viveu um período de grande sucesso e conquistas. Em 1983, o Grêmio se consagrou campeão da Copa Libertadores ao derrotar o Club Atlético Peñarol, do Uruguai, na final. O jogador Uruguaio Hugo de León, atuava como zagueiro pelo clube gaúcho na época.

Nascido em 27 de fevereiro de 1958 em Rivera, cidade do Uruguai que faz fronteira com o Rio Grande do Sul, Hugo Eduardo de León Rodríguez foi contratado pelo Grêmio em 1980, após uma temporada em que se consagrou campeão Uruguaio e da Libertadores da América pelo Nacional.

De León chegou ao Grêmio e logo conquistou os corações dos gremistas com seu estilo de jogo aguerrido, liderança em campo e qualidade técnica. Ele se destacou como zagueiro central, sendo uma peça fundamental na defesa gremista.

Sua atuação sendo capitão do time na final da Libertadores contra o Atlético Peñarol foi exemplar, com destaque para o gol marcado no segundo jogo da decisão. Durante a partida da final, Hugo de León sofreu um corte na testa após uma disputa de bola. O ferimento resultou em sangramento, e ele decidiu continuar jogando com o rosto ensanguentado, mostrando sua determinação e coragem em defender as cores do Grêmio. Sua liderança e qualidade técnica foram fundamentais para a conquista desse título inédito, e ele se tornou um símbolo do espírito vitorioso daquela equipe.

Essa atitude de Hugo de León em continuar jogando mesmo ferido deixou uma marca indelével na memória dos torcedores gremistas, tornando-se um exemplo de determinação e paixão pelo Grêmio. A expressão "sangue da testa de De León" é frequentemente utilizada para descrever jogadores que demonstram coragem, entrega e espírito combativo dentro de campo.

Após o jogo, veio a imagem simbólica: a taça sendo erguida e sangue escorrendo na testa. Posteriormente o zagueiro revelou ter atuado com a camisa do Nacional por baixo da camisa do Grêmio e, para cumprir uma promessa, raspou a barba, ficando apenas com o bigode.

A imagem que todo gremista conhece de Hugo de León é extremamente emblemática e significativa. Ele é lembrado como um verdadeiro ídolo do Grêmio e representa os valores e características que os torcedores admiram e valorizam. Além disso, Hugo de León foi um defensor implacável, sempre atento e leal à camisa tricolor.

Sua presença nos gramados era sinônimo de segurança e confiança para a torcida. Mesmo após tantos anos, sua memória continua viva no coração dos gremistas, que reverenciam o legado desse grande ícone.

Figura 2



Hugo de León ergue a Taça da Libertadores de 1983 — Foto: Arquivo Memorial Hermínio Bittencourt².

A vitória do Grêmio foi um feito notável, pois o Peñarol era uma equipe tradicional e vitoriosa, com várias conquistas na competição. O Grêmio conquistou o título com uma equipe sólida, determinada e comandada pelo técnico Valdir Espinosa. A conquista foi um marco histórico e teve um impacto significativo na identificação do clube com o povo uruguaio. Essa conquista estabeleceu uma relação especial entre o Grêmio e o futebol uruguaio, fortalecendo os laços entre as duas nações.

² Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/capitao-de-83-de-leon-fala-sobre-origem-de-sangue-ao-levantar-taca-da-libertadores-ouca-o-podcast.ghtml> > Acesso em: 29 maio. 2023.

Figura 3.



**Grafite representando Hugo de León na Libertadores de 1983 nos arredores da Arena.
Imagem capturada pela própria autora em 30 de maio de 2023.**

Até hoje o jogador é representado aos arredores do estádio do clube gaúcho, fortalecendo a imagem simbólica que o mesmo representa para a torcida. Nos muros, nas faixas, ou nos versos que são cantados.

Ao analisarmos a vitoriosa passagem de Hugo de León no clube do Grêmio, e seu valor simbólico para o time gaúcho, podemos destacar as semelhanças entre a trajetória de De León e a do atleta Luis Suárez no futebol. Apesar de atuarem em diferentes posições em campo, ambos jogadores vieram do clube Uruguaio Nacional, e tanto Hugo de León, quanto, Luis Suárez, são conhecidos por sua garra e determinação em campo.

Eles demonstram uma atitude competitiva e não se intimidam diante de desafios, sempre lutando até o fim em cada partida. Ambos têm um papel significativo na representatividade do futebol uruguaio, sendo ícones do esporte em seu país.

Reconhecidos e admirados não apenas pelo seu talento individual, mas também por sua contribuição para o sucesso da seleção uruguaia. Essas características e semelhanças contribuem com a identificação do Grêmio e sua torcida com o atleta Luis Suárez, uma vez que se tem uma memória afetiva relacionada ao jogador uruguaio Hugo de León e o seu país de origem dentro do clube gaúcho. Essa lembrança se intensifica e faz o imaginário do torcedor lembrar os tempos de glória. Conforme Hall (2003), a identificação é construída a partir de alguma origem em comum, ou de características que são compartilhadas.

[...] na linguagem do senso comum, a identificação é construída a partir do reconhecimento de alguma origem comum, ou de características que são partilhadas com outros grupos ou pessoas, ou ainda a partir de um mesmo ideal. (HALL, 2003, p. 106).

A torcida gremista também sempre demonstrou uma grande admiração pelo futebol uruguaio. A qualidade técnica, a garra e a paixão com que os uruguaios vivem o esporte são características valorizadas e respeitadas pelos gremistas. Essa admiração mútua contribui para a identificação entre Grêmio e o Uruguai.

Podemos dizer que essa identificação é resultado de uma combinação de fatores históricos, esportivos e culturais. As conquistas, os jogadores uruguaios, as rivalidades e a admiração mútua estabelecem uma conexão especial entre o clube e o país vizinho, fortalecendo os laços e a identificação dos gremistas com o futebol uruguaio.

Já a identificação do clube e sua torcida como o jogador Luis Suárez vem de uma representatividade histórica e uma lembrança afetiva que a torcida gremista possui por jogadores uruguaios no clube gaúcho.

Conforme Hall (2002) é através do uso que fazemos das coisas, o que dizemos, pensamos e sentimos, que damos significado. Em parte damos significados aos objetos, pessoas e eventos através da estrutura de interpretação que trazemos.

O autor destaca que as identificações são ocasionadas por um conjunto especial de circunstâncias, sentimentos, histórias e experiências única e peculiarmente nossas, como sujeitos individuais.

[...] O que denominamos “nossas identidades” poderia provavelmente ser melhor conceituado como as sedimentações através do tempo daquelas diferentes identificações ou posições que adotamos e procuramos “viver”, como se viessem de dentro, mas que, sem dúvida, são ocasionadas por um conjunto especial de circunstâncias, sentimentos, histórias e experiências única e peculiarmente nossas, como sujeitos individuais. (HALL, 1997, p. 26-27).

Devemos lembrar também que Hugo de León não foi o único representante do país a fazer história no clube tricolor. Até aqui, o Grêmio já teve 35 jogadores uruguaios em sua história, e desses tantos, alguns se tornaram ídolos da torcida tricolor. Em 1917, uma das equipes mais vitoriosas do Grêmio tinha base uruguaia.

O meia Julian Bertola, o zagueiro Eduardo Garibotti e os atacantes Nicanor Rodriguez e Eduardo Behegaray fizeram parte da equipe que venceu 16 dos 18 jogos disputados na temporada, e até hoje eles são lembrados com faixas no estádio do clube gaúcho.

Já o atacante Ramón Castro virou um personagem marcante em Porto Alegre por fazer parte do que é considerada até hoje, a maior virada da história dos Gre-Nais. Em 1944, o tricolor gaúcho foi para o intervalo sendo superado pelo Internacional por 3 a 0. Mas na volta, com dois gols do uruguaio, o Grêmio fez grande atuação e venceu pelo placar de 4 a 3. Ramón ficaria lembrado para sempre com carinho por essa atuação.

Atilio Ancheta também foi um personagem uruguaio importante na história tricolor. Ele ficou marcado por ser o zagueiro que tenta desesperadamente evitar o gol que Pelé acabou não fazendo, na semifinal da Copa do Mundo de 1970. Ele foi eleito o melhor zagueiro daquele Mundial. No Grêmio, levantou o simbólico Gauchão de 1977, que tirou o clube de oito anos de fila e encerrou a hegemonia colorada.

A contratação de jogadores uruguaios pelo Grêmio pode ser atribuída, em parte, à proximidade geográfica entre o Brasil e o Uruguai, bem como ao reconhecimento do talento e do estilo de jogo característico dos jogadores uruguaios. Além disso, o sucesso de jogadores uruguaios em clubes brasileiros e na seleção uruguaia aumentou o interesse do Grêmio em contar com esses atletas em seu elenco.

A presença de jogadores uruguaios trouxe uma série de contribuições ao Grêmio. Em termos técnicos, eles trouxeram qualidade, habilidade e experiência internacional para o time. Conhecidos por seu estilo aguerrido, intensidade em campo e habilidades defensivas, essas características enriqueceram a equipe e ajudaram a forjar a identidade do Grêmio como um time competitivo e determinado.

Além disso, o aparecimento de atletas uruguaios no clube gaúcho criou uma conexão com a torcida. Os torcedores valorizam a raça, a dedicação e a paixão pelo futebol, características que são frequentemente associadas aos jogadores uruguaios. Os gremistas admiram a garra e a entrega dos jogadores uruguaios em campo, identificando-se com seu estilo de jogo e sua mentalidade vencedora. A garra e a entrega dos jogadores uruguaios em campo refletem uma mentalidade de luta e superação, que é valorizada e admirada pelos torcedores gremistas.

Eles se identificam com essa forma de jogar e veem nos jogadores uruguaios uma representação do espírito guerreiro do clube. A chegada destes atletas no tricolor também trouxe habilidade técnica, paixão pelo futebol e uma identificação cultural, fortalecendo a relação do clube com o Uruguai e enriquecendo a história do time gaúcho. Essa conexão especial entre o Grêmio e os jogadores uruguaios continua a ser valorizada pelos torcedores e a contribuir para a identidade do clube e sua torcida.

Além de criar uma ligação com a torcida uruguaia que reside no Brasil e acompanha o Grêmio, estabelecendo um vínculo cultural e afetivo ainda mais profundo. Vale lembrar que em 20 de junho de 2019, o Uruguai enfrentou o Japão pela segunda rodada da Copa América sediada no Brasil. Após golear o Equador na estreia, o clube celeste chegou com grandes expectativas em Porto Alegre e, pela proximidade geográfica, os uruguaios invadiram a Capital e lotaram a Arena do Grêmio.

No dia seguinte, antes de viajar ao Rio de Janeiro, onde enfrentaria o Chile, a seleção do Uruguai realizou um treino no CT Luiz Carvalho, onde dirigentes do Grêmio, entre eles o atual presidente Alberto Guerra, presentearam o jogador Luis Suárez com a camiseta do clube, da cor celeste, personalizada com seu nome e número. Na época ninguém imaginaria que cinco anos depois, Suárez estaria defendendo as cores do tricolor gaúcho.

Figura 4.



Foto: Lucas Uebel/Grêmio.net³.

³ Disponível em: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/gremio/noticia/2022/12/torcida-do-gremio-esgota-camisa-celeste-alusiva-a-suarez-clc6mlv93006q0182q46jng0b.html> > Acesso em: 10 junho. 2023.

Essa forte ligação do clube e sua torcida com o país de origem do jogador Luis Suárez, também contribui com a vinda do mesmo para o time tricolor. A identificação e a história do clube se unem e transformam Suárez em um ídolo de forma imediata. Assim, quando Suárez veste a camisa tricolor, ele não é apenas um jogador, mas um símbolo de uma história compartilhada entre o Grêmio e o Uruguai.

A sua contribuição para o Grêmio transcende os gramados, pois ele se torna uma parte viva da cultura do clube e uma inspiração para futuras gerações de torcedores e jogadores. Logo, a identificação do Grêmio com o Uruguai está enraizada na história do clube, nos valores compartilhados, no estilo de jogo aguerrido e nas conquistas significativas que os atletas uruguaios ajudaram a alcançar.

Essa relação especial fortalece a conexão entre o clube e a torcida, criando laços duradouros e uma admiração mútua. No próximo capítulo, iremos analisar a contratação do jogador Luis Suárez no tricolor gaúcho.

4. A Repercussão Midiática Envolvendo a Contratação de Luis Suárez no Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense

Este capítulo apresenta a ampla repercussão midiática em torno da contratação do renomado atleta uruguaio Luis Suárez pelo Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense, analisando como esse evento impactou tanto o clube quanto o cenário esportivo nacional e internacional.

4.1 Percurso Metodológico

O presente TCC adota uma abordagem qualitativa e exploratória, utilizando o método de pesquisa do estudo de caso (EC), trazendo uma investigação sobre a repercussão midiática da contratação do jogador Luis Suárez pelo Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense.

O objetivo do estudo de caso é analisar em profundidade as diversas perspectivas midiáticas e as reações do público diante dessa importante contratação no cenário esportivo, buscando compreender o impacto e a relevância dessa aquisição para o clube gaúcho e o panorama esportivo de forma mais ampla

O estudo de caso como método de pesquisa foi escolhido pois, segundo Duarte (2008) uma das principais vantagens da pesquisa qualitativa é sua capacidade de capturar nuances e detalhes das experiências dos participantes, fornecendo uma compreensão rica e contextualizada do fenômeno em estudo, uma vez que o “pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real” (DUARTE, 2008, p. 2016).

Essa abordagem permite explorar as complexidades da cultura do Grêmio, sua torcida, e a identificação com o atleta Luis Suárez de uma forma mais profunda. Vale ressaltar que apesar de muitas definições serem citadas ao falarmos sobre estudo de caso, a mais utilizada é a de Yin (2001), que o define como uma pesquisa que examina de forma abrangente, sistemática e holística um ou mais casos de interesse, a fim de compreender o fenômeno estudado em profundidade.

Os casos podem ser indivíduos, grupos, organizações, eventos ou mesmo comunidades. O estudo de caso utiliza para coleta de dados, principalmente, seis

fontes distintas de informação: “Documentos, registros em arquivos, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos” (DUARTE e BARROS, 2006, p. 229). No caso do presente trabalho, foi utilizado para coletar os dados necessários: Jornais, sites, rádios e programas esportivos que continham informações referentes a contratação do atleta uruguaio no clube gaúcho.

Ademais, este trabalho também é de caráter descritivo, que “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 1987, p. 45).

Para apresentarmos uma visão abrangente e clara das negociações e da repercussão midiática em torno da contratação do atleta uruguaio pelo clube gaúcho, realizaremos uma leitura interpretativa. A análise interpretativa é uma abordagem essencial na compreensão de diversos tipos de informações, como textos, obras de arte, dados estatísticos, fenômenos sociais e muito mais. Trata-se de um processo crítico e reflexivo no qual o analista busca compreender, explicar e atribuir significado ao objeto ou evento em questão.

Essa abordagem busca ir além dos aspectos superficiais e evidentes, mergulhando nas camadas mais profundas e subjetivas do tema em análise. Envolve a utilização de habilidades cognitivas, como interpretação, inferência, contextualização e síntese, para chegar a conclusões mais abrangentes e fundamentadas. De acordo com Severino (2007), “interpretar é tomar uma posição própria a respeito das ideias enunciadas, é superar a estrita mensagem do texto, é ler nas entrelinhas, é forçar o autor a um diálogo, é explorar toda a fecundidade das ideias expostas, é cotejá-las com outras, enfim, é dialogar com o autor”. (SEVERINO, 2007, p. 51).

Também é importante destacar que a análise interpretativa pode ser subjetiva, uma vez que depende das experiências, conhecimentos e perspectivas do analista. No entanto, busca-se embasar essa interpretação em argumentos sólidos e evidências pertinentes para torná-la mais fundamentada.

A análise interpretativa é uma abordagem que visa ir além dos aspectos superficiais, buscando compreender o objeto ou evento em estudo em profundidade, através da aplicação de habilidades críticas e reflexivas. Essa metodologia é amplamente utilizada em diversas áreas do conhecimento, proporcionando uma compreensão mais abrangente e significativa dos temas analisados.

4.2 O jogador Luis Suárez

A seguir, iremos explorar a carreira do célebre jogador de futebol, Luis Alberto Suárez Díaz. Analisaremos não apenas a sua trajetória vitoriosa, mas também as controvérsias e polêmicas que marcaram a vida pessoal e profissional do atleta nascido em 24 de janeiro de 1987, na cidade de Salto, Uruguai.

Suárez é amplamente reconhecido por sua habilidade como atacante e sua capacidade de marcar gols. O uruguaio também é conhecido por sua agressividade, intensidade e instinto goleador, o que o torna uma figura destacada no mundo do futebol, também é caracterizado como um jogador muito competitivo e determinado.

A carreira de Suárez começou em sua terra natal, no Nacional, um dos principais clubes uruguaios. Ele rapidamente chamou a atenção com seu desempenho notável, demonstrando talento e uma capacidade excepcional de finalização. Ele fez sua estreia em 2005 e, rapidamente, chamou a atenção com suas habilidades técnicas e faro de gol.

Durante sua passagem pelo Nacional, Suárez marcou 12 gols em 29 jogos e despertou interesse de clubes europeus. Em 2006, ele foi transferido para a Holanda, onde se juntou ao Groningen, clube da Liga de Futebol dos Países Baixos, a Eredivisie, onde teve um desempenho impressionante, marcando 15 gols em 37 jogos na sua primeira temporada.

Após uma temporada de sucesso no Groningen, Suárez foi transferido para o Ajax, um dos clubes mais tradicionais da Holanda. Foi no Ajax que ele alcançou destaque internacional, conquistando títulos nacionais e europeus, além de se tornar o artilheiro da Eredivisie em duas temporadas consecutivas.

Devido ao seu desempenho excepcional no Ajax, onde Suárez se tornou um dos principais jogadores da equipe, conquistando três títulos consecutivos da Eredivisie, de 2010 a 2012, e também sendo artilheiro da competição em duas ocasiões, Suárez chamou a atenção de grandes clubes europeus.

Em 2011, ele foi transferido para o Liverpool, da Premier League inglesa, por uma quantia significativa. No Liverpool, Suárez teve um impacto imediato, formando uma parceria letal com o atacante inglês Daniel Sturridge. Durante sua passagem pelo Liverpool, Suárez conquistou a Liga dos Campeões da UEFA, a Supercopa da UEFA e a Copa da Liga Inglesa. Ele também se destacou individualmente, sendo artilheiro

da Premier League com 31 gols em uma temporada e sendo eleito Jogador do Ano da PFA (Associação de Jogadores Profissionais) em 2014.

Contudo, sua passagem pelo time inglês também foi marcada por polêmicas relacionadas a um caso de racismo. Em 2011, enquanto jogava pelo Liverpool na Premier League, durante uma partida contra o Manchester United, Suárez teve um confronto verbal com o zagueiro adversário Patrice Evra, que é de origem francesa e de ascendência africana.

Evra acusou Suárez de proferir insultos racistas contra ele durante o jogo. Após uma investigação da Associação de Futebol Inglesa (FA), Suárez foi considerado culpado de conduta imprópria e uso de linguagem abusiva com conotação racista. Ele recebeu uma suspensão de oito jogos e uma multa.

Figura 5.



Getty Images⁴.

A situação gerou muita controvérsia e discussões acaloradas entre torcedores, jogadores e especialistas em futebol. Alguns defenderam Suárez, argumentando que a linguagem utilizada poderia ter sido uma expressão culturalmente diferente e que o incidente foi mal interpretado. No entanto, outros argumentaram que não há justificativa para o uso de linguagem racista em qualquer contexto.

Apesar dessa polêmica, é importante destacar que Suárez se desculpou posteriormente pelo incidente e afirmou que não tinha a intenção de ofender Evra de forma racial. No entanto, o episódio teve um impacto significativo em sua imagem

⁴ Disponível em: < <https://www.torcedores.com/noticias/2020/05/jornal-ingles-relembra-racismo-de-suarez> > Acesso em: 20 junho. 2023.

pública e gerou debates mais amplos sobre o racismo no futebol e a necessidade de combater esse tipo de comportamento.

Desde então, Suárez tem mantido uma postura mais cautelosa e evitado envolver-se em situações semelhantes. É importante lembrar que, como figura pública, os jogadores de futebol têm a responsabilidade de agir de maneira respeitosa e promover a diversidade e a igualdade dentro e fora dos campos. O caso envolvendo Suárez e Evra serve como um lembrete da importância de combater o racismo e promover um ambiente inclusivo no esporte.

E essa não foi a primeira vez que o jogador uruguaio se envolveu em polêmicas. Em 2010, jogando pelo Ajax, o atleta mordeu o holandês Otman Bakkal em uma partida contra o PSV. Após esse incidente, em 2013, quando Suárez atuava pelo Liverpool, ele mordeu o zagueiro Branislav Ivanovic, do Chelsea, durante um jogo da Premier League.

Figura 6.



Imagem: *ESPN*⁵.

Já em 2014, na Copa do Mundo da FIFA no Brasil, o atleta se envolveu novamente nessa situação inusitada ao morder o zagueiro italiano Giorgio Chiellini. Ele recebeu uma suspensão de nove partidas internacionais e foi proibido de qualquer atividade relacionada ao futebol por quatro meses, além de uma multa.

Após essas polêmicas, Suárez foi transferido para o Barcelona, um dos clubes mais prestigiados do mundo. No Barcelona, ele formou um trio temível com o argentino

⁵ Disponível em: < https://www.espn.com.br/artigo/_/id/6965081/implacavel-com-felipe-melo-chiellini-entende-mordida-de-suarez-o-admiro-tambem-sou-um-filho-da-p > Acesso em: 20 junho. 2023.

Lionel Messi e o brasileiro Neymar, conhecido como "MSN", e conquistou vários títulos, incluindo quatro títulos da Liga Espanhola e a Liga dos Campeões da UEFA.

Figura 7.



Imagem: *ESPN*⁶.

Depois de uma passagem bem-sucedida pelo Barcelona, em 2020, Suárez foi transferido para o Atlético de Madrid, outro clube de destaque na Espanha. No Atlético, ele se tornou peça fundamental na conquista do título da Liga Espanhola na temporada 2020-2021, encerrando o domínio de Barcelona e Real Madrid no campeonato nacional. Após passar pelo Atlético de Madrid, na segunda temporada de 2022, Suárez voltou ao time que o revelou, o Nacional-URU. O atacante foi titular absoluto, marcando oito gols e com três assistências em 17 jogos, conquistando inclusive o título do Campeonato Uruguaio.

Luis Suárez também é um jogador importante da seleção uruguaia. Ele representou seu país em várias competições internacionais, incluindo a Copa América e a última Copa do Mundo da FIFA no Catar, em 2022. Ele é o maior artilheiro da seleção uruguaia, superando marcas históricas.

Logo, apesar das controvérsias, Luis Suárez ainda é considerado um dos melhores atacantes de sua geração. O quarto maior artilheiro em atividade do mundo. Sua representatividade vai além do campo de futebol, sendo um verdadeiro ícone. Sua técnica refinada, visão de jogo e capacidade de finalização o tornam um jogador

⁶ Disponível em: < http://www.espn.com.br/noticia/716165_campeao-de-tudo-msn-se-desfaz-com-364-gols-173-assistencias-e-9-titulos-relembre > Acesso em: 20 junho. 2023.

temido pelos defensores. Sua determinação e vontade de vencer são características marcantes, e ele continua sendo uma figura importante no cenário do futebol mundial.

A seguir, iremos analisar a contratação do jogador Luis Suárez pelo Grêmio, abordando desde o surgimento do projeto para trazer a estrela uruguaia até as negociações e tratativas que envolveram sua vinda para o tricolor gaúcho.

4.3 A contratação de Luis Suárez pelo Grêmio

A contratação de Luis Suárez é um grande marco não só na história do clube tricolor, mas também na história do futebol gaúcho. Considerando a carreira vitoriosa do atleta e sua importância no cenário do futebol mundial, a vinda de Suárez para o time gaúcho gerou grande repercussão nacional e internacional.

O Grêmio se encontrava em uma situação de reconstrução e mudanças devido ao momento delicado que estava passando. No ano de 2021, o clube gaúcho passou por muitas dificuldades no campeonato brasileiro, o tricolor não conseguiu pontuar o mínimo para seguir na Série A do campeonato e acabou caindo para a segunda divisão, pela terceira vez na história do clube.

Essa situação gerou revolta no torcedor e crises internas no comando técnico, além de um desgaste com a diretoria que comandava o tricolor na época, com o presidente, Romildo Bolzan Júnior. O comando de Romildo durou oito anos, foi quase uma década como mandatário do tricolor. Neste período, o Grêmio pôs fim ao jejum de 15 anos sem títulos expressivos, com o penta da Copa do Brasil em 2016 e o tricampeonato da Libertadores em 2017. Contudo, nos últimos anos da gestão de Romildo, se viu também um momento conturbado e o declínio que culminou no terceiro rebaixamento para a Série B do Brasileirão.

Esse fato, fez com que a torcida perdesse a confiança no comando do time, outro rebaixamento para o clube foi um momento delicado e crítico na história do Grêmio. Durante o ano de 2022 o clube atuou pela Série B do Campeonato Brasileiro, passando por dificuldades financeiras e uma breve reformulação no elenco, mas ainda assim não convencia o torcedor. Além disso, foi um ano de eleições e mudanças na diretoria do clube, e é, a partir das eleições para nova diretoria, que o projeto para a contratação de Luis Suárez, começa.

O favorito para ser o novo diretor do tricolor gaúcho era o candidato Alberto Guerra. Ele era conhecido no clube e já havia atuado no escopo jurídico. Guerra apresentou um plano envolvendo contratações ambiciosas, nomes de peso e competitivos.

É compreensível que o jornalismo esportivo tenha dado tanta atenção à contratação do jogador uruguaio, considerando todo o cenário, uma vez que “as transferências se revelam uma das principais matérias de notícia para os jornalistas desportivos que, curiosamente, raramente presenciam a negociação propriamente dita”. (HENRIQUES, 2014, p. 35). Na lista de promessas de Guerra, caso fosse eleito para a diretoria do time gaúcho, apareciam três nomes: Luis Suárez, Felipe Carballo e Franco Cristaldo.

Figura 8.



Gaúcha ZH⁷.

Apesar da situação financeira do Grêmio não ser a melhor, devido a uma temporada inteira na Série B, e sem disputar campeonatos mais valiosos financeiramente, o candidato se mantinha otimista e cativou o torcedor que esperava por uma mudança no time e uma renovação no elenco. A principal característica da economia do esporte, segundo Neale (1964), é que a renda depende da competição entre as equipes. O produto vendido não está ligado apenas à partida, mas principalmente ao desempenho da equipe em um determinado campeonato e à sua divulgação na mídia.

⁷ Disponível em: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/columnistas/eduardo-gabardo/noticia/2022/11/a-lista-de-contratacoes-de-alberto-guerra-para-o-gremio-clacny2f8005z014urp2sjs5c.html> > Acesso em: 23 junho. 2023.

Após disputar um ano na segunda divisão, o time estava voltando para a Série A do Campeonato Brasileiro, era preciso que fosse feita uma reformulação geral para recuperar a confiança da torcida e Alberto Guerra sabia disso.

O torcedor se interessou pelo plano de Guerra e decidiu apostar na promessa do candidato. Alberto Guerra recebeu 57,9% dos votos e foi eleito pelos associados gremistas para comandar o clube no triênio 2023/2025. Foram registrados 14.985 votos. Guerra teve 57,9% (8.624 votos) contra 41,5% (6.181 votos) do candidato Odorico Roman.

Figura 9.



Site Globo Esporte⁸.

Guerra já havia atuado no clube gaúcho como diretor jurídico em 1995 e vice-presidente jurídico em 2009. Além disso, foi vice-presidente de futebol em 2010 e 2016, e atuou como diretor de futebol em 2018 e 2019. Além de Guerra, foram eleitos também os vice-presidentes do conselho de administração: Eduardo Magrisso, Luciano Feldens, Geraldo Corrêa, José Carlos Duarte, Fábio Floriani e Gustavo Bolognesi.

Após vencer as eleições, Guerra afirmou que antes mesmo de conquistar a presidência do Grêmio, já havia sido feito contato com o atleta Luis Suárez. Em entrevista ao programa *Show dos Esportes*⁹, da Rádio Gaúcha, Guerra confirmou o

⁸ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2022/11/12/alberto-guerra-e-eleito-novo-presidente-do-gremio.ghtml> > Acesso em: 23 junho. 2023.

⁹ Disponível em: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/gremio/noticia/2022/11/alberto-guerra-confirma-contato-para-contratar-luis-suarez-para-o-gremio-foi-uma-proposta-boa-clad6zl3d00gs014uuwqzbzzuc.html> > Acesso em: 23 junho. 2023.

contato com o jogador uruguaio. Segundo ele, uma equipe de conselheiros teria atuado já pensando no futebol do Grêmio caso fosse eleito presidente do clube.

Guerra também confirmou que uma proposta havia sido feita e entregue aos representantes do atleta, que teria disputado sua última temporada pelo Nacional, e estava atuando na seleção uruguaia na Copa do Mundo do Catar. Restava aguardar pela resposta do jogador e de seus representantes, agora que Alberto Guerra era oficialmente o presidente do Grêmio.

Porém, a primeira investida do clube gaúcho não obteve sucesso e o jogador recusou a proposta do tricolor. Deixando as esperanças do torcedor gremista mais baixas e o sonho de ter Luis Suárez no Grêmio mais distante.

Figura 10.



Site Globo Esporte¹⁰.

O jogador afirmou que estava focado na Copa do Mundo do Catar, além disso, o centroavante também tinha em mãos uma proposta para jogar pelo *Los Angeles Galaxy* da MLS, a liga dos Estados Unidos. Em uma coletiva da seleção uruguaia, o atacante agradeceu o reconhecimento do Tricolor e explicou os motivos de não levar adiante a negociação para vir ao clube gaúcho.

É lindo saber que reconhecem o trabalho que eu faço dentro de campo. Que um clube como o Grêmio tenha interesse no meu trabalho, é muito importante para um jogador como eu. Mas disse que naquele momento eu estava com a minha cabeça focada no Mundial, que não tomaria nenhuma decisão. Eu agradeci (aos dirigentes) pelo carinho que me deram – Justificou o jogador.

¹⁰ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2022/11/16/luis-suarez-recusa-proposta-do-gremio-diz-presidente.ghtml> > Acesso em: 25 junho. 2023.

Contudo, não demorou muito para que as negociações fossem retomadas após as tratativas entre o uruguaio e o *Los Angeles Galaxy* não avançarem. De acordo com a página do *Globo Esporte*¹¹, no dia 15 de dezembro, o vice de futebol do Grêmio, Paulo Caleffi, recebeu uma ligação de um dos representantes de Suárez. Na conversa, o agente informou ao dirigente que a iminente transferência para o *Los Angeles Galaxy*, da MLS, havia caído.

Soubemos que o negócio junto ao *Galaxy* teria caído e surgiu uma possibilidade de retomar (as conversas). Sabemos que ele foi oferecido a outros clubes. Está sendo analisado internamente — disse o presidente Alberto Guerra.

Agora, o principal obstáculo para o acerto com o time tricolor era a questão salarial de Luis Suárez. O custo para a contratação do centroavante era de cerca de R\$1,5 milhão mensal, e a direção do Grêmio trabalhava para readequar o custo da folha salarial. A possibilidade estudada pelo Grêmio era de contar com um investidor, mas a operação era considerada complexa.

Figura 11.



Gaúcha ZH.¹²

¹¹ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2022/12/31/gremio-anuncia-contratacao-de-luis-suarez.ghtml> > Acesso em: 25 junho. 2023.

¹² Disponível em: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/gremio/noticia/2022/12/gremio-reabre-negociacoes-para-a-contratacao-de-luis-suarez-clbqxbfbr0005017vbo1fp90c.html> > Acesso em: 25 junho. 2023.

Além disso, o clube esperava o engajamento de sócios e patrocinadores. Mas a negociação no momento ainda estava em um estágio inicial e era preciso ter paciência. O presidente do clube, Alberto Guerra, também ressaltou seus pontos em uma entrevista para a *Rádio Grenal*¹³, “eu como presidente tenho a responsabilidade de fazer negócios que não prejudiquem os caixas do clube. Por isso é necessário a ajuda de parceiros que estejam interessados nas negociações”.

Logo, para arcar com a despesa mensal, o Grêmio queria contar com apoio de parceiros e um grande projeto de marketing, para que assim fosse viável a contratação do jogador sem que o clube se prejudicasse financeiramente.

Estas movimentações cresceram consideravelmente nos últimos anos, à medida que os clubes se viram fortalecidos pelas novas possibilidades econômicas ligadas ao esporte. Onde o marketing e os patrocinadores abriram um novo leque de possibilidades para se realizar contratações desta magnitude.

Antigamente se percebia que as principais fontes de renda dos clubes brasileiros eram oriundas da bilheteria de seus jogos e da venda de jogadores. Com o tempo, os clubes começaram a buscar formas de aumentar essa fonte, utilizando principalmente as ferramentas de marketing. Deste modo, começou-se a explorar de forma mais profissionalizada o mercado de futebol, visando crescimento econômico e a valorização da marca dos clubes.

Muitas empresas perceberam que os clubes de futebol eram vitrines para se divulgar e se aproximar ainda mais do público. Para Melo Neto, “o esporte é uma mídia alternativa”, (MELO NETO, 1995, p.27 *apud* SAAR, 2010, p.7). Pois além de permitir uma divulgação diferenciada através do *merchandising*, exhibe a marca ou o produto de diferentes formas.

Melo Neto (2003), também destaca que o esporte desempenha um papel importante no comportamento do mercado e estabelece conexões com empresas de diferentes áreas. Empresas líderes investem no esporte para fortalecer suas marcas e expandir para novos mercados.

Rowe (2006), discute o uso inicial do esporte como estratégia de divulgação pelas empresas. Segundo o autor, o esporte saiu de bairros e estádios e se articulou com diversos domínios da cultura e comércio, passando a ser usado para atrair audiência.

¹³ Disponível em: < <https://www.radiogrenal.com.br/alberto-guerra-fala-sobre-negociacoes-com-luis-suarez> > Acesso em: 20 junho. 2023.

Nesse contexto, bens, serviços e marcas corporativas podem ser expostos e comercializados como itens de consumo (ROWE, 2006). Então, o primeiro passo para o Grêmio viabilizar a chegada de Luis Suárez era atrair um grupo de parceiros comerciais capazes de bancar o salário milionário da estrela uruguaia. Assim, dois parceiros do Grêmio entraram na contratação de Luis Suárez, as empresas Marquespan de Marcelo Marques e o Arroz Prato Fino, comandada por Celso Rigo.

Segundo Melo Neto (2000), "as empresas que investem no esporte apresentam algumas características essenciais. Possuem marcas fortes ou potencialmente fortes e buscam novas formas de comunicação com os seus públicos e nos mercados onde atuam". (MELO NETO, 2000, p. 25).

O empresário Celso Rigo, já havia participado da contratação de diversos jogadores pelo Grêmio ao longo dos últimos anos e era conhecido no clube. O investidor gremista seria um dos responsáveis por viabilizar a contratação de Luis Suárez. O aporte financeiro de Celso Rigo também iria possibilitar a chegada de Felipe Carballo e Franco Cristaldo no clube, como Alberto Guerra havia prometido ao torcedor. O modelo de negócio funcionaria da seguinte maneira: o valor estabelecido em contrato seria repassado ao clube, que depois faria o pagamento do salário do atacante.

Segundo o site *Maquina do Esporte*¹⁴, as duas empresas iriam arcar, cada uma, R\$300 mil mensais ao Grêmio para, em troca, poderem utilizar a imagem do jogador em suas ações publicitárias. Segundo Cardia (2004), "o marketing esportivo, sob o prisma das entidades esportivas, é o processo pela qual se suprem necessidades e desejos de entidades esportivas através da troca de produtos e valores com seus mercados". (CARDIA, 2004, p. 22).

Ao associar a imagem do atleta, do clube e do esporte à marca, produto, serviço e nome da empresa patrocinadora, torna-se um elemento essencial na estratégia de divulgação e valorização da marca e do produto, como destacado por Melo Neto (2007, *apud* DOS SANTOS, 2014). Essa associação tem o poder de fortalecer a presença da marca no mercado e construir uma conexão emocional com o público-alvo, pois o prestígio e a popularidade do atleta ou do clube são transferidos para a marca, criando uma imagem positiva e atraente para os consumidores.

¹⁴ Disponível em: < <https://maquinadoesporte.com.br/futebol/com-chegada-de-suarez-holofotes-do-mundo-se-voltam-para-o-gremio-e-seus-patrocinadores/> > Acesso em: 22 junho. 2023.

Usar a imagem de Suárez era uma aposta que poderia ser certa, se o uruguaio tivesse uma passagem brilhante pelo Grêmio, e a torcida comprasse o projeto, a contratação de Suárez seria a luz no fim do túnel para a recuperação do clube gaúcho.

Durante o programa "Um Assado Para..." do jornalista Duda Garbi, no Youtube¹⁵, Celso Rigo revelou os bastidores da conversa com o atleta uruguaio. Responsável por aportes financeiros nas contratações de jogadores como Miller Bolaños e Giuliano, destaques no tricolor gaúcho, Celso Rigo ressaltou que a vontade de Luis Suárez atuar pelo Grêmio era fundamental para a contratação se realizar.

[...] "É uma negociação um pouquinho truncada, porque tem vários cenários que não são divulgados, alguns custos. Era a montagem de um projeto que não era tão simples. Ele (Suárez) começou a ver que estavam chegando Cristaldo e o Carballo, tinha também o Kannemann. Começou a dar aquela analisada, ele deixaria de ganhar uma remuneração muito maior em outro time, mas ficaria perto da família. O Lucas (ex-atleta do Grêmio e amigo pessoal de Suárez) conversou com ele também. Aí as coisas foram se encaixando" - Celso Rigo.

Fábio Rigo, filho de Celso Rigo, contou que Suárez pediu para os possíveis parceiros comerciais do Grêmio apresentarem as empresas. Segundo ele, foi pedido para que houvesse uma apresentação prévia. "Tivemos que apresentar às empresas para ele aceitar como patrocinadores. Porque ele gostaria de saber quem seriam os parceiros", destacou Fábio. O vice de futebol, Paulo Caleffi, e o diretor de futebol, Antônio Brum, também foram ao Uruguai para acertar os últimos detalhes da negociação.

Dessa forma, a contratação do atleta Luis Suárez estava encaminhada, aguardando apenas a confirmação do mesmo para que o anúncio oficial fosse feito pelo Grêmio. Na véspera de Natal, o clube gaúcho chegou a um acordo verbal com Suárez, dando início à troca de documentos e aos ajustes dos planos de marketing.

Após meses dedicados às minuciosas etapas para a concretização da tão aguardada negociação envolvendo a estrela uruguaia, o anúncio oficial de Luis Suárez como novo jogador do Grêmio se tornava cada vez mais próxima.

¹⁵ Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=iByi_xjR0c0 > Acesso em: 20 junho. 2023.

Aos 35 anos, o atacante representava um sonho para todos os torcedores gremistas, e após inúmeras especulações que permearam a possível vinda do renomado atleta para o tricolor gaúcho, parecia que enfim se desenhava um desfecho. A seguir, analisaremos a significativa repercussão gerada pela confirmação da contratação de Luis Suárez pelo Grêmio, mostrando como essa contratação trouxe visibilidade tanto a nível nacional quanto internacional para o clube gaúcho.

4.4 A repercussão da contratação de Suárez

A magnitude do acontecimento ultrapassou fronteiras, e antes mesmo da oficialização da transação entre o jogador e o clube gaúcho, rádios e periódicos, tanto uruguayos quanto argentinos, já proclamavam com veemência que Luis Suárez se tornaria o novo atacante do Grêmio. A imprensa internacional se viu compelida a se movimentar, todavia, mesmo diante desse clamor, o clube ainda não havia confirmado a concretização do acordo em suas plataformas oficiais.

Se por um lado o ano de 2022 impôs dificuldades aos torcedores gremistas, que sofreram ao acompanhar a aguerrida batalha da equipe na busca pelo retorno à Série A do Campeonato Brasileiro, nas últimas rodadas da Série B, ao menos as perspectivas indicavam que o ano se encerraria com uma incrível notícia e um olhar atento sobre a próxima temporada que viria, no ano de 2023.

A expectativa entre os torcedores gremistas se intensificava exponencialmente, e o anseio por presenciar a confirmação da chegada do novo camisa 9 consumia a curiosidade que permeava toda torcida tricolor, e ousa-se dizer que até mesmo dos "rivais". Todos ansiavam por informações que pudessem sanar a incógnita que pairava sobre a vinda de um dos mais renomados goleadores em atividade de todos os tempos, que poderia, enfim, desembarcar em solo porto-alegrense para jogar pelas cores do Grêmio.

Então, no dia 31 de dezembro de 2022, véspera de ano novo, veio o tão aguardado anúncio. Luiz Alberto Suárez, duas vezes Chuteira de Ouro, campeão da Copa América pelo Uruguai, Liga dos Campeões, Mundial de Clubes, Supercopa da Europa, cinco vezes campeão Espanhol, duas Supercopas da Espanha, quatro Copas do Rei, Campeonato Holandês e Campeonato Uruguaio, era oficialmente o novo atacante do Grêmio.

A chegada de um jogador do calibre de Luis Suárez ao futebol brasileiro despertou interesse e curiosidade ao redor do mundo, consolidando o Grêmio como um destino atrativo para jogadores de renome. A contratação de Suárez pelo Grêmio também teve um impacto relevante nas redes sociais e nas plataformas digitais.

A notícia se espalhou rapidamente, gerando uma série de debates, discussões e manifestações de apoio por parte dos torcedores gremistas e até mesmo de torcedores de outros clubes. As redes sociais foram inundadas por postagens, memes e manifestações de entusiasmo em relação à chegada do jogador. Nas redes sociais do clube gaúcho foi publicado um vídeo feito especialmente para anunciar a contratação do atleta.

Figura 12.



**Twitter Grêmio FBPA.
Imagem reprodução¹⁶.**

O vídeo de apresentação do jogador uruguaio atingiu milhões de pessoas em poucos minutos. No dia, o Grêmio foi o quarto time com mais interações no Twitter mundialmente. Ficou atrás somente de Al Nassr, ainda no boom sobre a contratação

¹⁶ Disponível em: https://twitter.com/gremio/status/1609227786354401281?s=46&t=dRTMo5oVb4_erUbaXGzJ_A Acesso em: 28 junho. 2023.

de Cristiano Ronaldo no clube árabe, Arsenal e Manchester United. O material destacava as tradições gaúchas, estabelecendo uma conexão com o jogador através do poema, O Gaúcho Martín Fierro (ou, simplesmente, Martín Fierro) de José Hernández. O poema é uma obra literária de grande popularidade na Argentina. Foi publicada pela primeira vez em 1872 com o título *El gaucho Martín Fierro*, e sua continuação, *La vuelta de Martín Fierro*, surgiu em 1879.

Após a ampla divulgação do vídeo nas redes sociais oficiais do clube, finalmente foi revelada a tão aguardada imagem de Luiz Suárez ostentando orgulhosamente as cores do tricolor gaúcho, onde o próprio jogador dirigiu uma mensagem especial à nação gremista.

Olá, torcida do Grêmio. Queria agradecer por todo carinho que tem me dado. Estou preparado para desfrutar destes dois anos maravilhosos para tentar conseguir coisas grandes. Mando um abraço grande e nos encontramos nos próximos dias – Luis Suárez em vídeo divulgado pelo clube nas redes sociais¹⁷.

Figura 13.



Luís Suárez novo camisa 9 do Grêmio em 2023 — Foto: Divulgação¹⁸.

¹⁷ Disponível em: < <https://www.instagram.com/reel/Cm1vXAXo3WG/?igshid=MzRIODBINWFIZA> > Acesso em: 28 junho. 2023.

¹⁸ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2022/12/31/gremio-anuncia-contratacao-de-luis-suarez.ghtml> > Acesso em: 28 junho. 2023.

Assim que o Grêmio oficializou a chegada de Suárez, despertou uma imensa repercussão na imprensa esportiva, gerando uma verdadeira avalanche de atenção e interesse voltados para Porto Alegre e para o clube gaúcho. A notícia da chegada de um jogador renomado e de alto calibre como Suárez atraiu os holofotes de diversos veículos de comunicação. Segundo Melo Neto (1995), “o esporte, por si só, tem um espaço publicitário reservado em qualquer veículo de comunicação, pois as notícias do esporte ajudam a vender o veículo”. (MELO NETO, 1995, p.27 *apud* SAAR, 2010, p.7). Logo, era de se esperar tamanha repercussão com relação a estrela uruguaia no tricolor gaúcho.

A cobertura intensa por parte da imprensa esportiva evidencia a relevância desse acontecimento para o contexto do futebol, não se restringindo apenas aos torcedores do Grêmio, mas despertando o interesse de espectadores e admiradores do esporte em geral. Afinal, a contratação de um jogador de renome internacional como Suárez é capaz de movimentar os tabloides esportivos e os programas de debate, alimentando discussões sobre as expectativas em torno de seu desempenho no novo clube e as possíveis transformações que ele pode trazer para o time.

No renomado jornal espanhol Marca, Luiz Suárez, conhecido como o "Pistoleiro", foi destacado como um dos "grandes atacantes do futebol mundial". O periódico não apenas reconhece sua habilidade e talento como jogador, mas também ressaltou sua passagem marcante pelo Barcelona, onde viveu o ápice de sua carreira ao integrar um poderoso trio de ataque ao lado de Messi e Neymar.

Figura 14.



Jornal Marca repercute contratação de Suárez no Grêmio — Foto: Reprodução¹⁹.

¹⁹ Disponível em: < <https://www.marca.com/futbol/futbol-internacional/2022/12/31/63b06aeb22601d82558b45e5.html> > Acesso em: 28 junho. 2023.

Já na América do Sul o reconhecido jornal argentino 'Olé' trouxe em suas páginas as primeiras declarações de Luis Suárez como jogador do Imortal, destacando sua chegada ao time brasileiro. Além disso, o periódico ressaltou o fato de que o clube acabou de retornar à elite do futebol no país, reforçando a importância desse momento para o Grêmio.

Figura 15.



Olé, da Argentina, destaca a contratação do uruguaio na capa do site — Foto: Reprodução²⁰.

A repercussão da contratação de Luis Suárez pelo Grêmio foi intensa e abrangente, capturando a atenção dos meios de comunicação esportivos em todo o mundo. O clube gaúcho e o renomado jogador uruguaio eram o centro das atenções, com destaque especial sendo dado a eles na véspera de um feriado. Os holofotes da imprensa se voltaram de todas as direções, evidenciando a magnitude desse acontecimento e o interesse global gerado pela união entre o Grêmio e Suárez. A seguir, destacamos algumas das manchetes que circularam pelo mundo.

Figura 16.



Jornal Ovación, do Uruguai — Foto: Reprodução²¹.

²⁰ Disponível em: < https://www.ole.com.ar/futbol-internacional/america/luis-suarez-gremio-brasil_0_d8vBj1OoFT.html > Acesso em: 29 junho. 2023.

²¹ Disponível em: < <https://www.elpais.com.uy/ovacion/futbol/es-oficial-gremio-anuncio-a-luis-suarez-como-nuevo-jugador-del-club-para-2023> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Figura 17.



A Bola, de Portugal, repercute a chegada de Suárez ao Grêmio — Foto: Reprodução²².

O jornal A Bola de Portugal, classificou a vinda do uruguaio para o futebol brasileiro uma “nova aventura”. Já o inglês *The Sun*, destacou a vinda de Suárez ao tricolor gaúcho após as investidas milionárias de clubes da MSL e Arábia Saudita.

Figura 18.



Jornal inglês valoriza contratação do Grêmio — Foto: Reprodução²³.

²² Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/01/01/contratacao-de-suarez-pelo-gremio-repercute-na-imprensa-internacional-veja-as-manchetes.ghtml> > Acesso em: 29 junho. 2023.

²³ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/01/01/contratacao-de-suarez-pelo-gremio-repercute-na-imprensa-internacional-veja-as-manchetes.ghtml> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Figura 19.



Jornal francês L'Equipe, repercute sobre Suárez no Grêmio — Foto: Reprodução²⁴.

O *L'Equipe* da França, destacou a vinda de Suárez ao Grêmio, enquanto o jornal mexicano *Esto*, além de anunciar a estrela uruguaia no clube gaúcho, ressaltou o “fim da novela” entre Luisito e o clube Cruz Azul do México, que também havia entrado na disputa pelo centroavante.

Figura 20.



Jornal mexicano repercute acerto de Suárez com o Grêmio — Foto: Reprodução²⁵.

²⁴ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/01/01/contratacao-de-suarez-pelo-gremio-repercute-na-imprensa-internacional-veja-as-manchetes.ghtml> > Acesso em: 29 junho. 2023.

²⁵ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/01/01/contratacao-de-suarez-pelo-gremio-repercute-na-imprensa-internacional-veja-as-manchetes.ghtml> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Figura 21.



La Tercera, do Chile, repercute a contratação do uruguaio — Foto: Reprodução²⁶.

Uma “estrela para o Brasileirão”, foi como o site *La Tercera* do Chile, destacou a chegada de Suárez ao futebol brasileiro. Já o jornal búlgaro *Days*, trouxe a chamada destacando a vinda do uruguaio ao clube gaúcho.

Figura 22.

Официално: Луис Суарес е футболист на Грeмио

[Начало](#) - [Новини](#) - [Футбол](#) [Свят](#) - [Испания](#) - Официално: Луис Суарес е футболист на Грeмио



Days Sport da Bulgária repercitem sobre Suárez no Grêmio — Foto: Reprodução²⁷.

²⁶ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/01/01/contratacao-de-suarez-pelo-gremio-repercute-na-imprensa-internacional-veja-as-manchetes.ghtml> > Acesso em: 29 junho. 2023.

²⁷ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/01/01/contratacao-de-suarez-pelo-gremio-repercute-na-imprensa-internacional-veja-as-manchetes.ghtml> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Figura 23.



Jornal italiano Corriere dello Sport, repercute contratação de Suárez pelo Grêmio — Foto: Reprodução²⁸.

O italiano *Corriere dello Sport* repercutiu a vinda de Suárez ao Grêmio e destacou a imagem da estrela uruguaia com a camisa do clube gaúcho. O alemão *TZ* em sua chamada dizia: “Luiz Suárez se transfere para o tradicional Grêmio de Porto Alegre”.

Figura 24.



Jornal alemão TZ. — Foto: Reprodução²⁹.

²⁸ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/01/01/contratacao-de-suarez-pelo-gremio-repercute-na-imprensa-internacional-veja-as-manchetes.ghtml> > Acesso em: 29 junho, 2023.

²⁹ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/01/01/contratacao-de-suarez-pelo-gremio-repercute-na-imprensa-internacional-veja-as-manchetes.ghtml> > Acesso em: 29 junho, 2023.

Figura 25.



**Jornal Arryadia, do Marrocos, anuncia que Suárez assinou por dois anos com o Grêmio
— Foto: Reprodução³⁰.**

Já o jornal marroquino *Arryadia*, destacava em seu anuncio a chegada de Suárez ao Grêmio, com contrato de dois anos. Vale ressaltar que a repercussão da contratação de Luis Suárez pelo Grêmio não se limitou apenas ao âmbito internacional, mas também ganhou grande destaque nas principais mídias brasileiras, gerando um amplo interesse e cobertura nos portais de notícias e programas esportivos do país.

A oficialização da contratação também foi aguardada com ansiedade pela imprensa gaúcha, que acompanhou de perto os desdobramentos e negociações envolvendo a estrela uruguaia nos meses anteriores. Agora, com a confirmação de sua chegada ao clube, a imprensa local pôde desfrutar da realização desse importante acontecimento esportivo e compartilhar com os torcedores gremistas a empolgação pela contratação de um jogador renomado como Suárez. A seguir, destacamos algumas manchetes da mídia nacional, sobre a chegada de Luiz Suárez no tricolor gaúcho.

³⁰ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/01/01/contratacao-de-suarez-pelo-gremio-repercute-na-imprensa-internacional-veja-as-manchetes.ghtml> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Figura 26.



Jornal online Gaúcha ZH, de Porto Alegre, anuncia a chegada de Suárez no Grêmio — Foto: Reprodução³¹.

O jornal online Gaúcha ZH, do grupo RBS, tradicional em Porto Alegre e região, repercutiu a chegada da estrela uruguaia em solo gaúcho e destacou o vídeo de apresentação feito pelo Grêmio. Já o jornal Correio do Povo, também da capital, trouxe a imagem de Suárez com as cores do tricolor para anunciar o novo centroavante do Grêmio.

Figura 27.



Jornal Correio do Povo, de Porto Alegre, anuncia a contratação do centroavante uruguaio no Grêmio — Foto: Reprodução³².

³¹ Disponível em: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/gremio/noticia/2022/12/gremio-anuncia-a-contratacao-de-luis-suarez-clcc2zndI00290181qhgdp70f.htm> > Acesso em: 29 junho. 2023.

³² Disponível em: < <https://www.correiodopovo.com.br/esportes/gr%C3%AAmio/gr%C3%AAmio-anuncia-a-contrata%C3%A7%C3%A3o-do-centroavante-uruguaio-luis-su%C3%A1rez-1.944980> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Figura 28.



Jornal do Comércio, de Porto Alegre, anuncia a chegada de Suárez no tricolor gaúcho — Foto: Reprodução³³.

O Jornal do Comércio de Porto Alegre, destacou a vinda de Suárez ao Grêmio, assim como o Jornal de Gramado, da serra gaúcha, que trouxe a confirmação da contratação do jogador no clube tricolor.

Figura 29.



Jornal de Gramado, da serra gaúcha, anuncia a confirmação de Suárez no Grêmio — Foto: Reprodução³⁴.

³³ Disponível em: < <https://www.jornaldocomercio.com/esportes/2022/12/879369-gremio-anuncia-a-contratacao-do-uruguaio-luis-suarez.html> > Acesso em: 29 junho. 2023.

³⁴ Disponível em: < <https://www.jornaldegramado.com.br/esportes/2022/12/31/gremio-confirma-contratacao-de-luis-suarez.html> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Figura 30.



ESPN Brasil, anuncia a contratação de Luis Suárez no Grêmio — Foto: Reprodução³⁵.

No âmbito nacional, o destaque para a contratação da estrela uruguaia no Grêmio, veio através de renomados sites e jornais de esporte, como *ESPN* Brasil que destacou em detalhes a vinda de Suárez, assim como a *CNN* Brasil, conhecido site de notícias, que também ressaltou a chegada do atacante no time gaúcho.

Figura 31.



CNN Brasil, destaca a chegada de Suárez no Grêmio — Foto: Reprodução³⁶.

³⁵ Disponível em: < https://www.espn.com.br/futebol/mercado-da-bola/artigo/_/id/11419488/gremio-anuncia-a-contratacao-de-suarez-como-reforco-ate-2024-veja-os-detalhes > Acesso em: 29 junho. 2023.

³⁶ Disponível em: < <https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/gremio-anuncia-contratacao-do-atacante-uruguai-luis-suarez/> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Figura 32.



Jornal O Globo, anuncia a contratação de Suárez no Grêmio — Foto: Reprodução³⁷.

O jornal O Globo, do Rio de Janeiro também trouxe o anuncio de Suárez ao Grêmio, assim como o jornal paulista, Folha de S. Paulo, que destacou a contratação do uruguaio pelo clube gaúcho até 2024.

Figura 33.



Jornal Folha de S.Paulo, ressalta a contratação de Suárez no Grêmio até 2024 — Foto: Reprodução³⁸.

³⁷ Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/esportes/futebol/noticia/2022/12/gremio-anuncia-a-contratacao-do-atacante-uruguaio-luis-suarez.ghtml> > Acesso em: 29 junho. 2023.

³⁸ Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2022/12/gremio-anuncia-contratacao-de-luis-suarez-ate-dezembro-de-2024.shtml> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Figura 34.



Jornal Estadão destaca o anuncio de Suárez no Grêmio — Foto: Reprodução³⁹.

O jornal Estadão, também de São Paulo, destacou a chegada de Luis Suárez e trouxe o vídeo do centroavante com as cores do Grêmio. O site ISTOÉ Esportes, também ressaltou a chegada de Suárez no clube tricolor e destacou o jogador como um dos principais nomes do futebol uruguaio.

Figura 35.



Revista ISTOÉ Esportes anuncia a chegada de Luis Suárez no Grêmio — Foto: Reprodução⁴⁰.

³⁹ Disponível em: < <https://www.estadao.com.br/esportes/futebol/gremio-anuncia-a-contratacao-do-uruguaio-suarez-seja-bem-vindo-luisito/> > Acesso em: 29 junho. 2023.

⁴⁰ Disponível em: < <https://istoe.com.br/gremio-anuncia-contratacao-do-atacante-luis-suarez/> > Acesso em: 29 junho. 2023.

A chegada de Luis Suárez ao Grêmio provocou uma verdadeira avalanche midiática, com inúmeros sites, blogs, jornais e revistas noticiando e comentando sua contratação. Os holofotes da mídia internacional e nacional se voltaram para o clube tricolor e para a cidade de Porto Alegre naquela véspera de ano novo, criando uma atmosfera de expectativa e entusiasmo. De acordo com Traquina (2005), a notoriedade do ator principal do acontecimento é fundamental para os membros da comunidade jornalística, ou seja, no contexto jornalístico, a fama ou reconhecimento do protagonista do evento é um dos elementos essenciais para ser considerado uma notícia relevante.

Em outras palavras, a notoriedade do ator principal ou da pessoa envolvida no acontecimento, nesse caso Luis Suárez, quarto maior artilheiro em atividade do mundo, é um dos principais critérios para os jornalistas quando decidem o que será divulgado como notícia. A presença de uma figura pública ou de destaque pode influenciar significativamente a relevância e o interesse do público em relação à reportagem.

Para a nação gremista, foi o presente mais esperado e sonhado, especialmente após uma temporada inteira lutando na Série B do Campeonato Brasileiro. A chegada de um jogador de renome mundial como Suárez representou um marco histórico para o clube e um símbolo de esperança e renovação para os torcedores, que ansiavam pelo retorno à elite do futebol brasileiro e por momentos de glória e conquistas.

A vinda de Suárez ao Grêmio não apenas causou impacto no clube, mas também trouxe destaque e prestígio para a cidade de Porto Alegre como um destino atrativo para renomados jogadores de futebol. Suárez reforçou a posição da capital gaúcha como um ponto de interesse no cenário futebolístico internacional, despertando a atenção de atletas renomados que buscam novos desafios e oportunidades de sucesso.

Com a presença da estrela uruguaia, Porto Alegre se consolida como um polo de atração para grandes nomes do futebol, fortalecendo sua reputação como uma cidade com infraestrutura esportiva de qualidade e um ambiente propício para o desenvolvimento e conquistas no mundo do esporte. Além disso, a presença de Luis Suárez no Grêmio pode abrir portas para futuras contratações de jogadores de alto calibre, reafirmando o potencial e a relevância da cidade como um destino de destaque no mapa do futebol internacional.

Após a enorme repercussão em torno da contratação de Luis Suárez pelo Grêmio, uma verdadeira movimentação foi iniciada para cobrir a chegada do jogador em solo gaúcho. Os veículos de comunicação se prepararam para documentar esse momento histórico, enquanto a torcida gremista se mostrava igualmente empolgada. No dia 3 de janeiro de 2023, um clima de êxtase tomou conta de Porto Alegre, pois era o dia em que Luisito Suárez finalmente desembarcaria na cidade.

O clube então promoveu uma ação única, espalhando faixas em diversos pontos da cidade, celebrando a chegada do renomado jogador. A iniciativa não apenas decorou a cidade com as cores do Grêmio, mas também transmitiu a mensagem de euforia e expectativa que cercam a chegada de Luis Suárez. Foi uma forma de demonstrar o orgulho e a empolgação dos torcedores gremistas com a aquisição desse talentoso atacante, destacando o quanto ele já é valorizado e celebrado antes mesmo de pisar nos gramados.

Figura 36.



Foto: Ronaldo Bernardi/Agência RBS⁴¹.

Essas faixas, dispostas horizontalmente, traziam as cores características do tricolor e o símbolo emblemático da comemoração de gol de Suárez, conhecido mundialmente como "El Pistolero". Os locais escolhidos para a exposição desses elementos visuais foram estratégicos, abrangendo pontos turísticos como o Laçador, o Monumento ao Expedicionário do Parque da Redenção, além das movimentadas avenidas Borges de Medeiros e Goethe.

Quando marca um gol, algo comum em sua carreira como "Pistolero", Luis Suárez tem um gesto de comemoração especial: beijar três dedos, o polegar,

⁴¹ Disponível em: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/gremio/noticia/2023/01/porto-alegre-amanhece-com-faixas-para-recepcionar-luis-suarez-no-gremio-clcg2ka9v000h0182yb08dj7h.html> > Acesso em: 29 junho. 2023.

indicador e dedo médio. Essa ação carrega um significado profundo, sendo uma homenagem à sua família e, principalmente, aos seus três filhos: Delfina, de 13 anos, Benjamín, de 9 anos, e Lautaro, de 4 anos, bem como à sua esposa, Sofía Balbi, com quem está junto desde os 19 anos. Anteriormente, Suárez comemorava seus gols beijando o pulso, onde possuía uma tatuagem em homenagem a Delfina, e também o dedo anelar, onde trazia as iniciais de Sofía Balbi. No entanto, o gesto tradicional do uruguaio passou por uma mudança significativa com o aumento de sua família com a chegada de Benjamin e Lautaro.

Dessa forma, o gesto de beijar os três dedos em comemoração ao gol não apenas simboliza a alegria e satisfação pela conquista esportiva, mas também reflete os valores familiares e o amor incondicional que Suárez nutre por sua esposa e filhos. É uma manifestação de gratidão e dedicação àqueles que são os pilares de sua vida pessoal, além de representar a importância da família em sua trajetória como jogador de futebol de renome mundial.

Além das faixas espalhadas por Porto Alegre, foi ao som de fogos de artifício e envoltos em uma atmosfera festiva, que os torcedores tricolores se reuniram em massa para receber o jogador com uma calorosa festa no aeroporto Salgado Filho. A música ecoava pelo ar enquanto Suárez contemplava o mar de camisas azul, preto e branco que o aguardava, demonstrando o imenso amor e apoio da torcida gremista ao seu mais novo ídolo.

Figura 37.



Suárez sendo recepcionado pela torcida do Grêmio no aeroporto Salgado Filho.

Foto: Jefferson Botega/Agência RBS⁴².

⁴² Disponível em: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/gremio/noticia/2023/01/suarez-e-recebido-com-festa-de-torcedores-gremistas-na-chegada-a-porto-alegre-clcgeseal004f0181cm4kip0k.html> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Ao se aproximar do portão de entrada, Luis Suárez foi contemplado com uma visão magnífica: um mar de cores que se estendia diante dele. Além das tradicionais tonalidades azul, preto e branco, as ruas se encheram de um tom celeste, em homenagem à sua nacionalidade uruguaia. Os torcedores gremistas exibiam orgulhosamente camisas e bandeiras do Uruguai e do Nacional, evidenciando a conexão cultural e afetiva que se estabelecia entre o jogador e a torcida. Com fogos de artifício iluminando o céu e uma trilha sonora contagiante que ecoava por toda a região, o entusiasmo era palpável, e a fusão das cores e símbolos representava a união e o acolhimento caloroso que Suárez estava prestes a receber nessa nova jornada em solo brasileiro.

Figura 38.



Torcida do Grêmio recepcionando Suárez no aeroporto Salgado Filho.

Foto: Jefferson Botega/Agência RBS⁴³.

É importante ressaltar que a contratação de Suárez teve um impacto significativo no aumento das vendas das camisas celestes do Grêmio. Uma das características marcantes do clube é o seu uniforme, que possui as cores azul, preto e branco. O azul é a cor predominante, simbolizando a grandeza do clube. O preto e o branco complementam a combinação, conferindo elegância e equilíbrio ao uniforme.

⁴³ Disponível em: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/gremio/noticia/2023/01/suarez-e-recebido-com-festa-de-torcedores-gremistas-na-chegada-a-porto-alegre-clcgeseal004f0181cm4kip0k.html> > Acesso em: 29 junho. 2023.

No entanto, ao longo dos anos, o Grêmio também adotou o uniforme celeste em algumas ocasiões especiais. O uniforme celeste faz referência à cor azul-celeste, que é a cor tradicionalmente associada à seleção uruguaia, país de origem de muitos jogadores icônicos que passaram pelo clube, incluindo Luis Suárez.

O uniforme celeste representa não apenas uma mudança estética, mas também uma forma de honrar e celebrar a contribuição dos jogadores uruguaio para a história do Grêmio. Além disso, ele cria uma identificação especial entre a torcida gremista e a seleção uruguaia, gerando uma atmosfera de apoio e união.

Em setembro de 2022, antes de começar as negociações envolvendo Luis Suárez no Grêmio, foi anunciada a camisa 3 do clube gaúcho, na cor azul celeste e com várias referências ao país vizinho, o Uruguai. A camisa produzida pela renomada marca esportiva Umbro, patrocinadora oficial do clube, apresenta uma série de detalhes que enriquecem seu design e o tornam ainda mais especial. Além das tradicionais listras presentes na gola e nas mangas, é possível notar um elemento distintivo que chama a atenção: a bandeira do Uruguai reproduzida nas costas da camisa. Essa escolha tem como inspiração o uniforme da seleção uruguaia, estabelecendo uma conexão simbólica com o país vizinho e sua tradição futebolística.

Quando analisamos esse símbolo na camisa do Grêmio, sob a perspectiva do conceito de identidade cultural de Stuart Hall (2006), podemos perceber como a cultura e as referências uruguaio são incorporadas ao clube e contribuem para a construção de sua identidade.

Hall (2006), em sua obra "A identidade cultural na pós-modernidade", argumenta que a identidade é construída através de diferenças culturais e de experiências compartilhadas por um grupo. Segundo o autor, projetamos a "nós próprios" identidades culturais, ao mesmo tempo que internalizamos seus significados e valores, tornando parte de nós, contribuindo para alinhar nossos sentimentos subjetivos, com lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural. (HALL, 2006, p. 12). Assim, após o anúncio oficial da contratação do renomado jogador uruguaio Luis Suárez, a torcida do Grêmio abraçou o uniforme celeste da temporada 2022-2023 como uma edição especial simbólica em homenagem ao novo atleta.

Figura 39.



Detalhes da camisa celeste do Grêmio 2022-2023.

Imagens Divulgação⁴⁴.

De acordo com informações do site *Globo Esporte*⁴⁵, a camisa celeste teve um aumento significativo nas vendas, totalizando um montante de R\$1,7 milhão, impulsionado pela chegada de Suárez. O clube Tricolor registrou uma arrecadação de aproximadamente R\$9 milhões somente no primeiro trimestre de 2023, após a chegada do habilidoso centroavante. Esses números evidenciam o entusiasmo e o apoio da torcida gremista ao novo ídolo, demonstrando a importância da contratação de Suárez para o clube tanto em campo quanto em termos de receitas.

Após ser calorosamente recebido pela torcida no Aeroporto Salgado Filho, Luiz Suárez teve sua tão aguardada apresentação oficial marcada para o dia 4 de janeiro de 2023. O evento ocorreu na icônica Arena do Grêmio, transformada em um cenário deslumbrante, repleto de pompa e elegância, em uma festa de gala que remetia ao estilo europeu de apresentações de alto nível.

A cerimônia foi cuidadosamente planejada para proporcionar uma experiência inesquecível aos torcedores e aos presentes, refletindo a importância e a grandiosidade da contratação de Suárez para o clube tricolor. A atmosfera no estádio estava carregada de entusiasmo e expectativa, com uma produção impecável e detalhes que remetiam à sofisticação das apresentações realizadas nos grandes clubes europeus.

⁴⁴ Disponível em: < <https://gq.globo.com/esporte-clubes/noticia/2022/09/gremio-camisa-3-azul-celeste-2022.ghtml> > Acesso em: 29 junho. 2023.

⁴⁵ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/03/30/gremio-dobra-recorde-de-faturamento-em-loja-com-produtos-de-suarez-e-camisa-celeste.ghtml> > Acesso em: 15 junho. 2023.

Figura 40.



Luis Suárez se emociona em sua apresentação pelo tricolor gaúcho.

Crédito: Lucas Uebel⁴⁶.

Com mais de 40 mil pessoas no estádio, a apresentação de Suárez foi marcada por uma sequência de momentos emocionantes, desde a entrada triunfal do jogador até o discurso empolgante dos dirigentes, passando pela exibição de vídeos destacando os melhores momentos da carreira de Suárez. Sob uma ovação constante, Luis Suárez foi presenteado com uma camisa personalizada na cor azul celeste, entregue pelo ídolo do Grêmio Atilio Ancheta.

Em um momento emocionante, o novo craque do Grêmio foi surpreendido com mensagens afetuosas de colegas e amigos renomados, como Arthur Melo, Lucas Leiva, Sergio Busquets, Neymar, Diego Lugano, além de mensagens de seus familiares mais próximos. A emoção tomou conta de Suárez, que não conseguiu conter as lágrimas diante do gesto de carinho e apoio recebido. Os torcedores presentes foram à loucura ao presenciar esse momento único e significativo para o jogador e para o clube.

A festa contou ainda com a presença de personalidades importantes do mundo do futebol, autoridades e membros da imprensa, que testemunharam o início de uma nova era no Grêmio. Dessa forma, a apresentação de Luiz Suárez na Arena do Grêmio não foi apenas um evento protocolar, mas sim um espetáculo grandioso que celebrou a chegada de um dos maiores jogadores do futebol mundial ao clube.

⁴⁶ Disponível em: < <https://www.opovo.com.br/esportes/futebol/2023/01/05/suarez-se-emociona-com-recepcao-na-arena-do-gremio-e-promete-gols.html> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Foi um momento marcante e memorável para a torcida e para o próprio Suárez, consolidando sua posição como uma das principais estrelas do elenco tricolor. Luis Suárez também expressou sua gratidão ao diretor Paulo Caleffi, ao presidente Alberto Guerra e ao diretor Antônio Brum por todo o esforço empregado para viabilizar sua chegada ao clube. Durante seu discurso, o craque uruguaio dirigiu-se à torcida e transmitiu sua confiança no desempenho do time nesta temporada, afirmando que poderão alcançar grandes feitos juntos.

Embora tenha admitido a dificuldade em se comunicar em português, Suárez expressou profunda gratidão pela recepção calorosa da torcida, tanto no dia anterior quanto no momento presente. Ele destacou a importância da torcida em apoiar os jogadores e acredita que coisas significativas serão conquistadas com o apoio dos torcedores ao longo da temporada.

Durante a apresentação do jogador, foi feita uma menção especial aos patrocinadores envolvidos na negociação entre Suárez e Grêmio, Marquespan e Prato Fino. Essas duas marcas desempenharam um papel fundamental ao fornecer garantias financeiras que viabilizaram a concretização do negócio. Sua contribuição foi reconhecida e valorizada durante o evento de apresentação, ressaltando a importância dos patrocinadores no apoio e no fortalecimento do clube.

4.5 Efeito Suárez

A contratação de Luis Suárez pelo Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense causou um impacto significativo e gerou o que a imprensa chamou de "Efeito Suárez". Essa expressão surgiu devido ao notável aumento no número de associados do clube gaúcho logo após a apresentação oficial do jogador uruguaio. A chegada da estrela internacional ao time tricolor não só despertou entusiasmo e interesse entre os torcedores, mas também contribuiu para ampliar o alcance e a popularidade do Grêmio.

Após o anúncio da contratação do atacante no último dia de 2022, o Grêmio experimentou um crescimento exponencial no número de associados. No primeiro semestre de 2023, mais de 30.000 novos sócios se juntaram ao clube gaúcho. A chegada do renomado jogador uruguaio não apenas gerou grande entusiasmo entre os torcedores, mas também impulsionou um aumento significativo na base de sócios do Grêmio.

Em relação às vendas de camisas, Luis Suárez também se mostrou um sucesso notável. Aproximadamente nove mil uniformes oficiais, com seu número e nome, foram comercializados, representando um crescimento de 192% em comparação ao mesmo período do ano anterior. Até o início de junho, um total de 29.936 camisas foram vendidas através da loja oficial do Grêmio, conhecida como GrêmioMania. Dentre esse número, de acordo com o site *Gaúcha ZH*⁴⁷, impressionantes 16.351 camisas foram personalizadas com o número nove e o nome "Suárez" estampados nas costas. Esses números refletem a grande popularidade do centroavante e o impacto positivo de sua chegada nas receitas e no engajamento dos fãs com o clube.

Ao notar o imenso engajamento que a chegada da estrela uruguaia trouxe para o clube e ver os números de associados em crescimento, com o intuito de fortalecer a base de sócios e reavivar o orgulho dos torcedores, o Grêmio lançou uma campanha de associação denominada "Convocação Imortal". Essa ação de marketing incluiu mini vídeos com convites de várias estrelas gremistas, entre elas, Luis Suárez.

Sob o slogan "O Grêmio te Convoca", a campanha foi oficialmente lançada em 25 de janeiro. Na ocasião, o Tricolor já contava com cerca de mais de 70 mil sócios. O objetivo principal da campanha era atrair novos associados e reforçar o sentimento de pertencimento à família gremista, utilizando a presença carismática e influente de Suárez como um dos principais atrativos. De acordo com Brito (2013, *apud* GABURRO, 2013), o marketing esportivo tem demonstrado sua eficácia no mercado brasileiro, estabelecendo-se como um dos investimentos mais vantajosos que uma empresa, pode fazer em comunicação para construir um vínculo de confiança com seus consumidores.

A "Convocação Imortal" se mostrou extremamente bem-sucedida, impulsionando consideravelmente o número de adesões à associação do clube. A presença de Luis Suárez no rol de estrelas que participaram dos vídeos de convite certamente contribuiu para ampliar ainda mais o impacto da campanha, atraindo tanto torcedores fiéis quanto novos adeptos, ansiosos por fazerem parte dessa jornada gloriosa e apaixonante do tricolor gaúcho.

⁴⁷ Disponível em: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/gremio/noticia/2023/07/16-gols-47-mil-socios-e-mais-de-16-mil-camisas-vendidas-os-numeros-dos-primeiros-seis-meses-de-suarez-no-gremio-clk7h0xw2000u0150vpsj22m7.html> > Acesso em: 17 julho. 2023.

Figura 41.



Publicação do Grêmio nas redes sociais para a campanha "O Grêmio te Convoca".
Imagem reprodução⁴⁸.

A campanha tinha uma meta bem clara, fazer com que o clube atingisse a marca de 100 mil sócios. Após a terceira queda para a Série B, o tricolor gaúcho começou o ano de 2023 se recuperando financeiramente, e viu no embalo da contratação de Luis Suárez a oportunidade de recuperar a confiança do torcedor gremista.

No momento em que o anúncio da contratação do jogador uruguaio foi feito pelo clube, no dia 31 de dezembro de 2022 a quantidade de sócios era de aproximadamente 61 mil. Contudo, em comemoração ao sexto mês após a estreia do jogador no time, em junho de 2023, esse número registrou um notável aumento, alcançando a marca de 108.583 sócios.

Esse acréscimo significativo de 47 mil associados, representa uma notável expansão na base de torcedores associados ao clube e o sucesso da campanha associativa, que em seis meses atingiu a meta estipulada. A pessoa que representou esse feito foi a pequena Heloisa Weber Lopes, com apenas vinte dias de vida, ela tornou-se a sócia de número 100 mil do clube, simbolizando esse momento histórico para o tricolor gaúcho.

⁴⁸ Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/Cm9sOgaJMWw/?igshid=MzRIODBiNWFIZA> > Acesso em: 29 junho. 2023.

Figura 42.



**Jornal online Gaúcha ZH.
Imagem reprodução⁴⁹.**

Em comemoração aos 100 mil sócios, o Grêmio realizou uma homenagem especial durante uma partida contra o São Paulo pelo Brasileirão, no dia 4 de junho. Para celebrar essa importante conquista, o clube vestiu um uniforme único, decorado com os autógrafos de torcedores associados. Essa iniciativa simbólica teve como objetivo reconhecer e agradecer o apoio e a dedicação da torcida, que foram fundamentais para alcançar esse significativo marco.

Segundo a direção gremista, liderada pelo presidente Alberto Guerra, essa marca histórica foi resultado das conquistas do clube após sua ascensão à Série A, bem como da impactante contratação do renomado centroavante Luis Suárez. Esses fatores contribuíram para atrair e engajar um grande número de torcedores, que se tornaram sócios do Grêmio e fortaleceram o vínculo com o time.

⁴⁹ Disponível em: < [> Acesso em: 10 julho. 2023.](https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/gremio/noticia/2023/05/bebe-de-20-dias-e-socia-de-numero-100-mil-do-gremio-quando-crescer-vai-agradecer-clhv7yath00eq016x24gzuz41.html#:~:text=O%20Gr%C3%AAmio%20atingiu%20a%20marca,sexta%2Dfeira%20(19))

Figura 43.



Twitter Grêmio FBPA.
Imagem reprodução⁵⁰.

É fundamental ressaltar que com essa marca de 100 mil sócios, o Grêmio alcançou o maior número de associados em toda a sua história, o que representa o notável sucesso da campanha "O Grêmio Te Convoca". Além do significado simbólico do marco histórico, essa conquista tem um impacto financeiro considerável para o Grêmio. A adesão da torcida ao programa de sócios tem um efeito direto nas receitas do clube, contribuindo para fortalecer os cofres da instituição esportiva.

Atualmente, o Grêmio oferece seis planos aos torcedores, que variam de acordo com a faixa etária e os benefícios oferecidos. Os planos incluem opções infantis e juvenis, com mensalidades reduzidas, bem como planos para gremistas adultos, cujos preços variam entre R\$29,90 e R\$165 por mês.

De acordo com projeções baseadas nos preços atuais dos planos, a cada 10 mil novos sócios, estima-se que o clube tenha um incremento de aproximadamente R\$750 mil mensais em suas receitas patrimoniais. Isso significa que, desde o início do ano, com a chegada de Luis Suárez, o Grêmio teve um acréscimo de cerca de R\$3 milhões por mês em suas receitas, ao saltar de 60 mil para 100 mil sócios.

Considerando a continuidade desse cenário, com o quadro social contando com 100 mil sócios, o clube poderia garantir uma arrecadação mensal em torno de

50

Disponível

em:

<

https://twitter.com/gremio/status/1665504061339123713?s=46&t=dRTMo5oVb4_erUbaXGzJ_A

>

Acesso em: 10 julho. 2023.

R\$7,5 milhões. Se esse número se mantiver estável ao longo do ano, o faturamento anual poderia chegar próximo a impressionantes R\$90 milhões.

Em 2022, jogando pela Série B, o Grêmio já havia obtido um faturamento de R\$53 milhões com sócios-torcedores, conforme divulgado pelo site esportivo Lance!⁵¹. Comemorando a marca de 100 mil sócios, o Conselho de Administração do Grêmio estabeleceu uma nova meta ambiciosa para o próximo ano, buscando aumentar ainda mais esse número e consolidar a base de torcedores associados, visando ao crescimento sustentável e ao fortalecimento da instituição em seu 120º aniversário em 2023.

4.6 Análise Interpretativa dos dados obtidos com a pesquisa

Ao analisar todo o conteúdo explorado, que abrange desde a carreira do jogador Luis Suárez, as negociações envolvidas em sua contratação até o momento em que chegou ao clube gaúcho, torna-se evidente o papel crucial da identificação entre os torcedores apaixonados e o próprio Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense com o jogador uruguaio e seu país. Essa forte conexão entre ambas as partes desempenhou um papel fundamental no sucesso dessa união e na recepção positiva de Luis Suárez no clube, gerando um impacto significativo no cenário esportivo e na relação entre o jogador e a torcida.

Além disso, a parceria entre Suárez e o Grêmio teve um impacto significativo ao recolocar o clube gaúcho sob os holofotes da mídia, tanto em âmbito nacional quanto internacional. Após uma temporada difícil, marcada por sua ascensão de volta a Série A e com expectativas limitadas, o Grêmio voltou à elite do futebol brasileiro, o que revitalizou a confiança de sua torcida. A contratação do jogador uruguaio trouxe um novo ânimo para o clube, conferindo-lhe uma projeção renovada e elevando sua visibilidade no cenário esportivo, sendo acompanhado atentamente por fãs e observadores de diversas partes do mundo.

Também é importante ressaltar que a chegada do astro uruguaio ao Grêmio trouxe consequências notáveis para o clube. Um dos resultados mais marcantes foi a conquista de um feito inédito: atingir a marca de 100 mil sócios. Melo Neto (2000), destaca que estabelecer um diferencial que seja capaz de aproximar o consumidor

⁵¹ Disponível em: < <https://www.lance.com.br/lancebiz/gremio-alcanca-100-mil-socios-pela-primeira-vez-e-mira-arrecadacao-milionaria-veja-valores.html> > Acesso em: 10 julho. 2023.

dos seus produtos e marca, é um dos principais objetivos de uma estratégia de marketing esportivo. Essa conquista impulsionada graças a campanha "O Grêmio Te Convoca", que ganhou força com a chegada de Suárez, representa bem o êxito do clube com relação a essa estratégia de marketing. Atualmente, o número de associados já ultrapassa os 113 mil, demonstrando o impacto positivo que a vinda do jogador teve na mobilização e identificação dos torcedores com o clube.

A presença de Suárez também foi um catalisador para o aumento das vendas de camisetas e produtos do Grêmio. Anteriormente, no segundo capítulo do presente trabalho, vimos que de acordo com Melo Neto (2000), "tudo o que está associado à imagem desses super astros vende, e vende muito". Segundo informações do site *Globo Esporte*⁵², a loja oficial do clube tricolor, a GrêmioMania, tem batido recordes de vendas semanalmente desde a chegada do centroavante.

Conforme Melo Neto ressalta: "Hoje o esporte vende e vende muito, principalmente se houver uma forte ação de marketing esportivo, com ênfase em promoção, comunicação, merchandising, patrocínio, propaganda e venda direta". (MELO NETO; CARVALHO, 2006, p. 57). De fato, nos últimos sete meses, a arrecadação com a venda de produtos superou a receita dos últimos sete anos, evidenciando o impacto comercial positivo que a presença de Suárez trouxe para o clube.

Figura 44.

Números de arrecadações da GrêmioMania dos últimos anos:

Faturamento da GrêmioMania	
PERÍODO	VENDAS
01/01/2016 a 31/12/2016	R\$ 11.467.906
01/01/2017 a 31/12/2017	R\$ 19.372.707
01/01/2018 a 31/12/2018	R\$ 20.090.180
01/01/2019 a 31/12/2019	R\$ 21.285.476
01/01/2020 a 31/12/2020	R\$ 15.794.527
01/01/2021 a 31/12/2021	R\$ 16.591.437
01/01/2022 a 31/12/2022	R\$ 18.103.510
01/01/2023 a 19/07/2023	R\$ 21.483.056

Fonte: Grêmio

Imagem Reprodução⁵³.

⁵² Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/07/20/em-sete-meses-gremio-tem-maior-arrecadacao-em-loja-dos-ultimos-sete-anos-veja-numeros.ghtml> > Acesso em: 10 julho. 2023.

⁵³ Disponível em: < <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/gremio/noticia/2023/07/20/em-sete-meses-gremio-tem-maior-arrecadacao-em-loja-dos-ultimos-sete-anos-veja-numeros.ghtml> > Acesso em: 10 julho. 2023.

Esses resultados refletem não apenas a qualidade e a popularidade do jogador, mas também o quanto a vinda de uma estrela do nível de Luis Suárez pode impulsionar o engajamento da torcida, alavancar o crescimento institucional e gerar um grande impacto financeiro para o Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense.

Com a chegada de Suárez ao Grêmio, a identificação dos torcedores gremistas com o futebol uruguaio e os atletas provenientes desse país vizinho ficou ainda mais evidente. A paixão e admiração pelo jogador reforçaram o fenômeno que já era perceptível na identidade gremista.

Além disso, a vinda do jogador uruguaio também gerou uma grande repercussão midiática. O que pode ser um fator chave para explicar os números impressionantes de novas associações de sócios e o aumento nas vendas de produtos do clube, pois segundo Gastaldo (2009), a mídia além de produzir audiência, também produz mensagens de persuasão do consumo de mercadorias.

De acordo com Telles (2013), é possível argumentar que a mídia e o esporte sempre estiveram ligados, e o interesse gerado pela chegada de Suárez atraiu atenção da mídia tanto a nível nacional quanto internacional, impulsionando a mobilização dos torcedores e proporcionando um crescimento notável para o Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense.

Antes mesmo de chegar ao Rio Grande do Sul, Suárez já era ovacionado e considerado um ídolo pelos torcedores do Grêmio, graças à grande quantidade de notícias e cobertura midiática em torno de sua contratação. Vimos anteriormente que, de acordo com Debord (1997), "o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens" (DEBORD, 1997 p. 14).

O autor com essa frase, estava afirmando que o espetáculo não é simplesmente o conteúdo que vemos (como um filme, um programa de TV, uma notícia), mas sim a forma como essas imagens influenciam, moldam e mediam nossas relações sociais. Ao vermos a repercussão da chegada de Suarez, e a forma tão impactante que sua imagem já estava consolidada como uma figura admirada e reverenciada pelos torcedores do clube, mesmo antes de ter a oportunidade de demonstrar suas habilidades em campo, destaca ainda mais o pensamento do autor.

A presente análise também ressalta como a mídia desempenha um papel importante na produção de mensagens de persuasão e na construção do espetáculo social, influenciando a forma como os torcedores veem e se identificam com o clube e com o jogador.

A citação de Debord (1997), sobre o espetáculo social também é mencionada para explicar como as imagens e a cobertura midiática moldam as relações sociais. A chegada de Suárez ao Grêmio não apenas impulsionou o engajamento da torcida, mas também teve um impacto financeiro positivo para o clube, evidenciando o potencial comercial e a popularidade do jogador. A análise destaca que o sucesso esportivo do Grêmio também foi impulsionado pela presença de Suárez, contribuindo para uma reviravolta impressionante que coloca o clube novamente em destaque no cenário do futebol.

Sete meses após a confirmação de sua contratação, em julho de 2023, Luis Suárez já se mostrou um investimento altamente rentável para o clube. Sua chegada gerou um impacto financeiro positivo, praticamente cobrindo os custos envolvidos na operação. Além disso, o Grêmio também investiu em diversos produtos dedicados à estrela uruguaia, o que evidencia o potencial comercial e a popularidade que Suárez trouxe para o clube. Essa abordagem estratégica de capitalizar em torno da imagem do jogador tem sido bem-sucedida, impulsionando a marca e as receitas do Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense.

Atualmente, o Grêmio vive um momento esportivo extremamente positivo. O clube terminou a primeira rodada do Campeonato Brasileiro no G4 e chegou até as semifinais da Copa do Brasil. Disputando títulos de grande relevância no futebol brasileiro. Esse cenário de sucesso contrasta com a temporada passada, na qual o Grêmio enfrentou a difícil realidade da Série B.

Nem mesmo o torcedor mais otimista poderia imaginar que, em menos de um ano, o clube estaria vivendo essa ascensão e contando com a presença de Luis Suárez, o quarto maior artilheiro do mundo em atividade, para alcançar tal proeza.

A chegada do renomado jogador uruguaio não apenas elevou a moral da equipe, mas também contribuiu significativamente para essa reviravolta impressionante, que coloca o Grêmio novamente em destaque entre os principais times de futebol. A contribuição do jogador uruguaio se estendeu além das quatro linhas, pois sua fama e prestígio atraíram a atenção da mídia nacional e internacional. Isso resultou em um aumento significativo na exposição do clube, com uma cobertura midiática intensificada em torno dos jogos, contratações e atividades relacionadas ao Grêmio. Como consequência, o clube se tornou um assunto frequente nas manchetes esportivas, ganhando maior visibilidade e alcance de público.

A presença de Suárez no Grêmio também contribuiu para atrair a atenção de outros jogadores talentosos e profissionais, tornando o clube uma opção atraente para atletas em busca de novos desafios e crescimento em suas carreiras. Essa valorização do clube como um destino competitivo e atrativo no mercado de futebol ampliou as possibilidades de reforçar o elenco e aprimorar o desempenho esportivo da equipe.

Em resumo, a chegada de Luis Suárez ao Grêmio representou um ponto de inflexão para o clube em diversas áreas. Sua influência abrangente contribuiu para uma reviravolta impressionante, impulsionando o time a retomar seu lugar de destaque entre os principais times de futebol. Além de seu impacto nos resultados esportivos, Suárez também teve um papel relevante no aspecto financeiro, comercial, midiático e no fortalecimento do vínculo entre a torcida e o clube. Sua presença trouxe uma nova perspectiva e entusiasmo para o Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense, posicionando-o em uma trajetória promissora rumo a conquistas e sucesso.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo da construção deste trabalho, o foco de análise foi aprofundar a exploração da relação de identificação existente entre o Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense e sua torcida com o Uruguai e os atletas provenientes desse país. A pesquisa teve como objetivo compreender os elementos que fundamentam essa conexão cultural e esportiva, bem como suas manifestações na história e na atualidade do clube.

A partir dos estudos realizados, podemos observar que a identificação do Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense e sua torcida com o Uruguai é uma relação que possui profundas raízes históricas e culturais. O futebol é um esporte que vai além das fronteiras nacionais e, ao longo do tempo, criou laços entre diferentes países e culturas. Muitos jogadores uruguaios talentosos já passaram pelo Grêmio, e suas atuações marcantes no clube deixaram uma impressão duradoura na memória dos torcedores. Esses atletas contribuíram para a construção de uma identidade futebolística comum entre o clube e o país vizinho, criando uma base de apoio e admiração mútua. Além dos jogadores, a rivalidade saudável e a competitividade entre os clubes de futebol do Brasil e do Uruguai também têm desempenhado um papel importante na consolidação dessa identificação.

Partidas emocionantes entre times brasileiros e uruguaios em competições continentais, como a Copa Libertadores da América, reforçam a conexão entre os torcedores e o futebol uruguaio. A torcida do Grêmio também desempenha um papel crucial nessa identificação. Os torcedores são apaixonados e engajados, e a presença de jogadores uruguaios no elenco do clube muitas vezes é recebida com entusiasmo e apoio incondicional. Essa relação de afeto e reconhecimento mútuo entre torcida e atletas uruguaios fortalece ainda mais os laços de identificação.

Com essa análise também conseguimos responder o segundo questionamento que envolvia a presente pesquisa: Qual seria o impacto e os benefícios que essa grande repercussão em torno da contratação da estrela uruguaia traria para o clube gaúcho?

Com base em nossa análise abrangente da repercussão midiática em torno da contratação da estrela uruguaia Luis Suárez e dos resultados e números que o centroavante trouxe para o clube, podemos afirmar que a operação foi um grande sucesso para o Grêmio. A intensa repercussão midiática gerou um aumento significativo na visibilidade do clube, tanto a nível nacional quanto internacional, atraindo a atenção de torcedores e observadores de diversas partes do mundo.

Além disso, a chegada de Suárez impulsionou as vendas de produtos relacionados ao Grêmio, como camisas e acessórios, resultando em um aumento expressivo nas receitas provenientes dessas vendas. Essa valorização da imagem do jogador e a estratégia de capitalizar em torno de sua figura trouxeram resultados financeiros positivos para o clube, ajudando a fortalecer sua situação econômica e possibilitando investimentos em diversas áreas.

Outro benefício importante foi o fortalecimento do vínculo entre a torcida e o clube. A chegada de um jogador de renome como Suárez gerou grande entusiasmo e identificação entre os torcedores gremistas, resultando em uma adesão massiva ao programa de sócio torcedor.

Em termos esportivos, a contratação de Suárez também teve um impacto notável. Sua presença no elenco trouxe um novo ânimo para a equipe, inspirando os jogadores a darem o seu melhor em campo e alcançarem resultados significativos, como a participação na semifinal da Copa do Brasil e a colocação no G4 do Campeonato Brasileiro.

A grande repercussão midiática em torno da contratação de Luis Suárez trouxe benefícios financeiros, comerciais e esportivos para o Grêmio, consolidando a operação como um grande sucesso para o clube gaúcho. A identificação da torcida com o jogador uruguaio e a projeção renovada do clube no cenário esportivo são evidências do impacto positivo que a chegada de Suárez teve no Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense.

As propostas estabelecidas no início deste trabalho foram delineadas, e as questões levantadas foram abordadas de maneira adequada. No entanto, ao longo do processo de elaboração, surgiram alguns pontos que sugerem a necessidade de um estudo mais aprofundado.

Portanto, gostaria de sugerir que esses pontos sejam considerados como potenciais tópicos para pesquisas futuras: O primeiro é que, ao longo da execução do presente estudo, o atleta uruguaio Luis Suárez, que assinou contrato com o Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense até o final de 2024, solicitou ao clube gaúcho uma renegociação para que o contrato fosse mudado, e ao invés de jogar pelo clube tricolor até 2024, a estrela uruguaia só vestira as cores do clube nesse ano de 2023.

O segundo ponto que merece atenção é que o motivo dessa renegociação e modificação no contrato envolvendo Luis Suárez e Grêmio, é que o jogador uruguaio busca a oportunidade de atuar mais uma vez ao lado de seu ex-colega do Barcelona e amigo pessoal, Lionel Messi. No momento atual, Messi integra o Inter Miami, time da Major League Soccer (MSL), a liga de futebol nos Estados Unidos.

Esse novo cenário resultou em algumas situações desconfortáveis no âmbito do clube gaúcho, levando inclusive ao desligamento de Paulo Caleffi, que era vice-diretor de futebol do tricolor, após desentendimentos internos e com a imprensa.

Desde que Suárez chegou ao Grêmio, tanto ele quanto o clube estampam quase que diariamente jornais e sites esportivos. Quando surgiu a primeira notícia sobre a Suárez sair do Grêmio prematuramente, a avalanche de notícias foi quase tão grande quanto a repercussão de sua chegada. O clube tricolor precisou ser firme e cauteloso diante da situação, mas no final, Luis Suárez e Grêmio chegaram a uma negociação amigável e ficou decidido que o quarto maior artilheiro em atividade do mundo, fica no Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense até dezembro de 2023, para a felicidade da nação tricolor.

6. REFERÊNCIAS

- CARDIA, WESLEY. **Marketing e patrocínio esportivo**. São Paulo: Bookman, 2004.
- BIGAL, Solange. **O que é criação publicitária ou (O estético na publicidade)**. São Paulo; Nobel, 1999.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Portugal: Edições 70, 2008. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/613769/mod_resource/content/1/BAUDRILLARD_1995_A_sociedade_de_consumo.pdf > Acesso em: 28 jun. 2023.
- BRACHT, V. **Sociologia crítica do esporte: Uma introdução**. 3. ed. Ijuí-RS: Ed Unijuí, 2005.
- BRITTOS, Valério Cruz; SANTOS, Anderson David Gomes dos. Processos midiáticos do esporte: do futebol na mídia para um futebol midiaticizado. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, ano 9, v.9, n.26, p.173-190, nov. 2012. Disponível em: < <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/350/pdf> >. Acesso em: 28 Junho. 2023.
- CASTRO, Davi de. **Agenda setting e Internet: tendências e perspectivas de pesquisa**. Faculdade de Comunicação. Brasília, Universidade de Brasília, 2014. (Dissertação de Mestrado).
- DAMO, Arlei. **Dom, amor e dinheiro no futebol de espetáculo**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. São Paulo, v. 23, n. 66, fev. 2008.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DOS SANTOS, Ediorgenes da Conceição S. **MARKETING ESPORTIVO: REPENSANDO A GESTÃO DE UM CLUBE DE FUTEBOL NO BRASIL**. Revista de Administração – v. 4, n. 6, 2014.
- DUARTE, M. Y. M. **Estudo de caso**. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2015.
- GABURRO, Thiago Henrique Correa. Marketing Esportivo: Análise das marcas que optam por investir em clubes brasileiros. **Diálogos Interdisciplinares**, v. 2, n. 2, p. 106-126, 2013.
- GASTALDO, Édison Luis. Comunicação e esporte: explorando encruzilhadas, saltando cercas. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 8, n. 21, p. 39-51, mar. 2011.
- GASTALDO, Édison Luis. “O país do futebol” mediatizado: mídia e Copa do Mundo no Brasil. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 11, n. 22, p. 352-369, jul/dez. 2009.

GASTALDO, Édison. **Pátria, chuteiras e propaganda: O brasileiro na publicidade da Copa do Mundo**. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

GUAZELLI, Cesar Augusto Barcellos. **500 anos de Brasil, 100 anos de futebol gaúcho: construção da “província das chuteiras”**. Porto Alegre: Revista Anos 90, n.13, 2000.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 4. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

HALL, Stuart. **El trabajo de la representación**. IEP – Instituto de Estudios Peruanos: Lima, Maio, 2002.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade. In: SILVA, Thomaz Tadeu (org.) **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 2. ed. São Paulo: Vozes, 2003.

HELAL, Ronaldo. Futebol e comunicação: a consolidação do campo no Brasil. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 8, n. 21, p. 11-37, mar. 2011.

HENRIQUES, Tatiana R C. **Jornalismo desportivo em Portugal: notícia ou especulação? Análise das fontes nos diários “O Jogo”, “A Bola” e “Record”**. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação – Universidade do Minho, Braga, Portugal. Disponível em: <
<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/30433/1/Tatiana%20Raquel%20Correia%20Henriques.pdf>>. Acesso em 28 junho. 2023.

HOLGADO, Flávio Lopes. **Além das quatro linhas: o futebol no ensino de geografia**. 2013. 123 f. dissertação (Mestrado em Geografia) - Programa de Pós-Graduação em Geografia, Instituto de Geociências - UFRGS. Porto Alegre, 2013.

JARY, Marcus. **Futebol, sociabilidade e psicologia de massas: ritos, símbolos e violências nas ruas de Goiânia**. Pensar a Prática, 10/1, p. 99-115, jan./jun. 2007.

JENKINS, Henry, **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JESUS, Gilmar Mascarenhas de. **A via platina de introdução do futebol no Rio Grande do Sul**. Lecturas: *Educación Física y Deportes*. Revista Digital. Buenos Aires, Ano 5, n. 26, out. 2000.

KERN, A.; SCHWARZMANN, M.; WIEDENEGGER, A. Measuring the efficiency of English Premier League football. **Sport, Business and Management: An International Journal**. v.2, n.3, p.177-195, 2012.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e Modernidade: novos conceitos na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

MCCOMBS, M. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2004.

- MCCOMBS, M.; SHAW, D. The agenda-setting function of mass media. **Public Opinion Quarterly**, v. 36, n. 2, p. 176-182, summer 1972.
- MELO NETO, F. P. **Marketing de patrocínio**. Rio de Janeiro: Sprint, 2000.
- MELO NETO, Francisco Paulo de; CARVALHO, Sérgio. **Gestão de Marca no Esporte: teoria e prática**. 1. ed. Jundiaí: Fontoura, 2006.
- MELO NETO, Francisco de Paulo de. **Marketing Esportivo: O Esporte Como Ferramenta Do Marketing Moderno**, Rio De Janeiro: Editora BEST SELLER, 2013.
- MOURA, Carolina Fumis; FUSTINONI, Fernanda de Souza; HATAMURA, Gabriela Bérghamo. **Relações Públicas Pessoais**. Trabalho de conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Comunicação Social- Relações Públicas, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2007.
- RAMOS, Miguel Glaser. **S.C. Rio Grande, Centenário do Futebol Brasileiro**. Rio Grande: Editora da FURG, 2000.
- ROWE, David. **Media Sport Culture - An Education in the Politics of Acquisition**. Aarhus: Play the Game, 2006. Disponível em: < <https://www.playthegame.org/news/media-sport-culture-an-education-in-the-politics-of-acquisition/> > Acesso em: 22 junho. 2023.
- SANTOS, Anderson David Gomes dos. **A Consolidação de um Monopólio de Decisões: A Rede Globo e a Transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol**. 2013. 271 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2013.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007. Disponível em: < https://www.ufrb.edu.br/ccaab/images/AEPE/Divulga%C3%A7%C3%A3o/LIVROS/Metodologia_do_Trabalho_Cient%C3%ADfico_-_1%C2%AA_Edi%C3%A7%C3%A3o_-_Antonio_Joaquim_Severino_-_2014.pdf >. Acesso em 28 junho. 2023.
- SLATER, Don. **Cultura do Consumo & modernidade**. Don Slater; tradução de Dinah de Abreu Azevedo. – São Paulo: Nobel, 2002.
- Sobral, L. e Magalhães, P. (1999). **Introdução ao Jornalismo Desportivo**. CENJOR. Lisboa.
- TELLES, Márcio. **A recriação dos tempos mortos do futebol pela televisão: molduras, moldurações e figuras televisivas**. 2013. 161 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.
- YIN, Robert K. **Estudo de caso, planejamento e métodos**. 2.ed. São Paulo: Bookman, 2001.