



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
Câmpus de Bauru



DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

BACHARELADO EM JORNALISMO

BIANCA JOBSTRAIBIZER PINTO

FERNANDA LUJAN GARCIA

JAMILE DINIZ CARAM DE MORAES

“FIEL MACABRA SEM LIMITES”

**NARRATIVAS EM VÍDEO DA MAIOR TORCIDA ORGANIZADA DO
CORINTHIANS DO INTERIOR PAULISTA NO TIKTOK**

BAURU – SP

NOVEMBRO DE 2023

BIANCA JOBSTRAIBIZER PINTO
FERNANDA LUJAN GARCIA
JAMILE DINIZ CARAM DE MORAES

“FIEL MACABRA SEM LIMITES”
NARRATIVAS EM VÍDEO DA MAIOR TORCIDA ORGANIZADA DO
CORINTHIANS DO INTERIOR PAULISTA NO TIKTOK

Trabalho de Conclusão de Curso para cumprimento parcial às exigências do Curso de Jornalismo, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora do Projeto Experimental: Prof^ª.
Dra. Angela Maria Grossi

BAURU – SP
NOVEMBRO DE 2023

Pinto, Bianca Jobstraibizer.

"Fiel e macabra sem limites narrativas" em vídeo da maior torcida organizada do Corinthians do interior paulista no Tik Tok / Bianca Jobstraibizer Pinto, Fernanda Lujan Garcia, Jamile Diniz Caram de Moraes. - Bauru, 2023

37 f. : il, tabs.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado - Jornalismo)- Universidade Estadual Paulista (Unesp, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2023

Orientadora: Angela Maria Grossi

1. Futebol. 2. Torcida organizada. 3. Tradição. 4. Corinthians. 5. Torcida organizada. I. Garcia, Fernanda Lujan. II. Moraes, Jamile Diniz Caram de. III. Título.

BIANCA JOBSTRAIBIZER PINTO
FERNANDA LUJAN GARCIA
JAMILE DINIZ CARAM DE MORAES

“FIEL MACABRA SEM LIMITES”
NARRATIVAS EM VÍDEO DA MAIOR TORCIDA ORGANIZADA DO
CORINTHIANS DO INTERIOR PAULISTA NO TIKTOK

BANCA AVALIADORA

Bauru, _____ de _____ de 2023.

Prof^a. Dra. Angela Maria Grossi
Orientadora e presidente da banca
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Prof^a. Dra. Liliane de Lucena Ito
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

Prof^o. Ass. Maximiliano Vicente
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

AGRADECIMENTOS

À minha família, que sempre fez o possível e o impossível para que eu chegasse até aqui. Aos meus amigos Camila, Guilherme, Alan e Fred que me acompanharam e a Fernanda e Jamile, que além dessa companhia diária também aceitaram embarcar nessa aventura que nos tornará oficialmente jornalistas. Aos meus *Xerotas*, que se fazem presente mesmo com 300km de distância. À Bárbara, Gustavo e Gregório que dividiram o CEP e a trajetória comigo. Ao Eduardo, que todo dia me faz querer ser melhor.

Não seria quem sou se não fosse por todos esses que fazem parte de mim.

Bianca Jobstraibizer

Às minhas amigas, Bianca e Jamile, pelo trabalho incrível que desenvolvemos em colaboração. Que jeito lindo de encerrarmos esses 5 anos! Aos professores e professoras, em especial à Angela, pela confiança, suporte e ensinamentos. Aos meus pais e à minha família de coração, República Repiroca de Bauru e seus agregados. Eu definitivamente não teria chegado até aqui sem vocês.

Em especial, à Torcida Fiel Macabra que nos abraçou e abraçou este projeto.

Fernanda Garcia

Para os meus pais, que fizeram o que puderam. Para a minha avó Linda, que me deu o amor para que eu pudesse fazer o que quisesse.

Para a minha família: Davilu, Giancarlo Vitti, Camila Cooper, Laís Barbosa, Paula Porto, Aline Campanhã, Alan Favaron e Bianca Jobstraibizer.

Acima de tudo, para a torcida do Sport Clube Corinthians, em especial a Macabra, que expressa amor seja como for.

Jamile Diniz

A curadoria digital de conteúdo produzida para o Trabalho de Conclusão de Curso pode ser acessada por meio do link:

[@fielmacabrasemlimites](#)

RESUMO

Este projeto de conclusão de curso tem como objetivo narrar a história, cultura e expansão da torcida organizada Fiel Macabra, reconhecida nacionalmente por ser a maior do interior paulista. Por meio de entrevistas com participantes assíduos, realizamos a produção de conteúdo de vídeos curtos para o TikTok, exploramos a preservação e divulgação de memórias, tradições e identidade cultural dentro do contexto das atividades do Grêmio Recreativo Esportivo Cultural e Social Torcida Fiel Macabra. Além disso, mostramos como essas representações fazem parte da construção e manutenção da identidade coletiva e percepção pública das torcidas organizadas do Brasil.

Palavras-chave: Jornalismo especializado; Torcida Organizada; Futebol; Tradição; Corinthians.

ABSTRACT

This course completion project aims to narrate the history, culture and expansion of the organized fan base Fiel Macabra, nationally recognized for being the largest in the interior of São Paulo. Through interviews with regular participants, we produced short video content through TikTok, exploring the preservation and dissemination of memories, traditions and cultural identity within the context of the activities of Grêmio Recreativo Esportivo Cultural e Social Torcida Fiel Macabra. Furthermore, we analyze how these representations are part of the construction and maintenance of the collective identity and public perception of organized fans in Brazil.

Keywords: Organized Fans, Soccer, Tradition, TikTok, Corinthians and Culture.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Logotipo da torcida e do time	24
Figura 2 – Logotipo da Fiel Macabra Sem Limites	25
Figura 3 – Logotipo em branco	25
Figura 4 – Logotipo em preto	26

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Custos do projeto	27
Tabela 2 – Cronograma de divulgação	28
Tabela 3 – Roteiro vídeo 1: História da Fiel Macabra	32
Tabela 4 – Roteiro vídeo 2: Caravana da Fiel Macabra	32
Tabela 5 – Roteiro vídeo 3: Mulheres na Torcida Organizada	33
Tabela 6 – Roteiro vídeo 4: Carnaval, Futebol e Torcida Organizada	34
Tabela 7 – Roteiro vídeo 5: Violência x Ação Social	35

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Objetivos	14
1.2	Estrutura do Relatório	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1	Gênero	17
2.2	Formato	18
3	METODOLOGIA DE EXECUÇÃO	20
3.1	Pré-produção	20
3.2	Produção	21
3.3	Pós-produção	22
4	DESCRIÇÃO DO PRODUTO	23
4.1	Escolha do Nome	23
4.2	Público de Interesse	23
4.3	Design Gráfico e Editorial	24
4.3.1	Divulgação	27
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30
	APÊNDICE A - ROTEIROS	32

1 INTRODUÇÃO

O Grêmio Recreativo Esportivo Cultural e Social Torcida Fiel Macabra, sediado em Bauru/SP, se destaca atualmente como a maior torcida organizada do interior paulista do Sport Club Corinthians Paulista, com mais de 30 anos de tradição e vivência futebolística. Através de vídeos curtos publicados no TikTok pelo perfil “[Fiel Macabra Sem Limites](#)”, buscamos contar a história e compartilhar momentos que contribuíram para a construção de sua identidade cultural nas cidades do interior, gerando um perfil da torcida ao explorar suas origens, características distintivas e sua relação com o time do coração.

Com base em pesquisas de artigos acadêmicos, reportagens e entrevistas com membros engajados que fazem parte da força vital da organização, pretende-se investigar a trajetória e memória da Fiel Macabra e compreender como ela se tornou referência nas cidades do interior paulista e na capital do estado de São Paulo. Para isto, foram utilizados conceitos de cultura, organização, identidade e participação política.

Ao considerarmos a relevância dessas organizações dentro do contexto do futebol brasileiro, é importante compreendermos a utilização da plataforma do TikTok para narrar sua história e eternizar sua memória nas redes sociais ao estabelecer uma conexão com outros torcedores. Para isso, exploramos o papel desempenhado pela ascensão de divulgação de vídeos curtos na construção e manutenção da identidade cultural da torcida com outros torcedores e com o público consumidor de internet.

De acordo com a Pesquisa Reload (2020), os métodos tradicionais de entrega de informação e narrativa já não são suficientes para capturar e envolver o público, que agora está exposto a uma variedade de estímulos e entretenimento no cenário digital. A pesquisa, conduzida pela *Énois* em parceria com empresas do setor de comunicação e tecnologia, revelou que 75% dos jovens entre 18 e 28 anos consomem notícias diariamente na internet. Os horários mais comuns para o consumo de notícias são das 9h às 13h e das 19h às 22h.

As redes sociais são a principal fonte de notícias para 91% desses jovens, seguidas pelos podcasts, que são consumidos por 48% deles. Esses resultados refletem uma tendência global. Além disso, 70% dos entrevistados afirmaram que o Instagram é a principal rede social on-line utilizada para se manterem informados, enquanto 85% disseram que consomem vídeos por meio de assinaturas de canais e

perfis no YouTube, Facebook, TikTok ou Instagram. Outros 60% mencionaram que pesquisam por assuntos e assistem aos vídeos que aparecem nos resultados da busca.

De acordo com o código de ética dos jornalistas brasileiros da FENAJ (2007), o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, destacado no capítulo I, artigo 2º. Diante desse contexto, torna-se necessário compreender mais profundamente os desafios apresentados por esses meios de comunicação modernos e investigar como eles afetam o consumo de notícias.

As torcidas organizadas são parte vital do futebol e da cultura esportiva, mas a mídia tradicional, majoritariamente, as relaciona com violência, o que faz com que haja necessidade de promover discussões e reflexões sobre o tema a partir da perspectiva organizacional e cultural.

Alex Minduín (Mascari, 2019), sociólogo e presidente da Associação Nacional das Torcidas Organizadas do Brasil (ANATORG) aponta que “são mais de 700 torcidas presentes nos jogos e acompanhando os clubes, elas também fazem trabalhos sociais [...] mas quando você tem uma pequena parcela que adentra na questão do conflito, a imprensa dá uma notoriedade maior do que a maioria dos torcedores que quer contemplar o futebol”.

Uma breve pesquisa no *Google* sobre notícias das torcidas organizadas resulta em uma maioria esmagadora de publicações repetidas sobre as mesmas violências repetidas em estádios, torcedores mortos e polêmicas envolvendo membros, de modo que festividades e contemplações de melhorias fiquem apagadas e escondidas a olho nu do público não participante.

Estudos sobre as torcidas organizadas acumulam-se desde a década de 1970, período em que o futebol passou a ser estudado antropologicamente em estudos sociais e jornalísticos onde, segundo Hollanda (2015, p. 24 grifos do autor), “a tessitura discursiva que dá ‘significância histórica’ ao *corinthianismo* é materializada pela publicação de uma série de textos assinados por sociólogos, cientistas políticos e professores da Universidade de São Paulo”.

Eduardo Galeano (2018) escreveu em seu livro “Futebol ao Sol e à Sombra” que o torcedor corinthiano é identificado como raro e aficionado, onde dificilmente diz “meu time joga hoje”, mas sim “nós jogamos hoje”, pois o torcedor joga junto, ele é o número doze da equipe. Para Galeano (2018), a torcida organizada é um fenômeno “fanático”, em que “esse torcedor chega ao estádio embrulhado na bandeira do time,

[...] cravado de objetos estridentes e no caminho já vem fazendo muito barulho e arrumando confusão. Nunca vem sozinho, pois jogar sem torcida é como dançar sem música” (Galeano, 2018, p. 24).

Para Simões (2017), o futebol se popularizou após a ruptura do esporte como prática amadora e elitista e passou a acontecer como prática livre em praças, ruas e terrenos baldios, com necessidade de pouco equipamento para que uma partida pudesse acontecer. Essa nova relação foi desaprovada pela imprensa e pela elite da época, gerando um movimento que possibilitou a fundação de clubes mais modestos constituídos por operários das camadas mais modestas da sociedade:

O Corinthians, igualmente, teria recorrido a administradores de fábricas que pudessem contribuir com seus orçamentos para a estruturação do clube. Essas vias de popularização, que colocavam diferentes tipos de trabalhadores braçais frente a clubes de jovens da alta sociedade, causaria uma série de conflitos que se consubstanciaram em rompimentos de ligas. Era flagrante e largamente documentado o desinteresse dos clubes de elite em compartilhar as mesmas competições, campos e ambientes de trabalhadores braçais [...] motivadas por fortes sentimentos racistas e elitistas. (Simões, 2017, p. 56).

O clube, fundado num chão de fábrica do bairro Bom Retiro na cidade de São Paulo, atraiu olhares e admiração de todos aqueles moradores e trabalhadores da região que possuíam interesse pelo esporte, mas não se sentiam representados pelos times que faziam sucesso na época.

O sucesso do time surgiu de forma quase imediata, mas a necessidade de se organizar para transformar a paixão e dedicação sentida pelo time em instituições só aconteceu mais de 50 anos depois, em 1969, quando surgem a Camisa 12 e Gaviões da Fiel¹, as maiores torcidas organizadas do Corinthians até os dias atuais. A fundação dessas entidades foram fundamentais para que tradições e fomentação do espírito de comunidade dos torcedores com o time fossem tão únicas e singulares.

Nesse contexto de necessidade de pertencimento e comunidade que surge a Fiel Macabra no interior de São Paulo em 1993, lutando para conseguir seu espaço dentre as organizadas reconhecidas pelo Corinthians. O objetivo dos três fundadores e torcedores apaixonados era possibilitar a reunião daqueles que sentiam tanto pelo time como eles, formando uma enorme *família corinthiana*, como eles mesmos pontuam.

Tendo essa visão e participação nas tradições formadas pela Fiel Macabra ao

¹ <https://www.meutimao.com.br/noticias-do-corinthians/447777/curiosidades-sobre-torcidas-organizadas-do-corinthians-publi>

longo dos seus 30 anos, desenvolvemos um perfil no TikTok que nos permita compartilhar suas memórias e contribuir com a expansão e reconhecimento da força da organizada por outras cidades com outros torcedores apaixonados.

1.1 Objetivos

Desenvolver um produto jornalístico que incentive o respeito e o conhecimento sobre a torcida organizada, atuando como ferramenta motivadora para a reflexão e discussão de pautas factuais e sobre as problemáticas sociopolíticas que envolvem esse coletivo dedicado ao esporte.

Já os Objetivos Específicos são:

- Compreender o papel da Fiel Macabra enquanto organização social que estimula a cultura e o respeito ao futebol;
- Entender a importância das torcidas organizadas no interior paulista;
- Contribuir com a desmistificação do estigma de violência e marginalização que está ligado ao universo de torcidas organizadas;
- Contribuir para o Jornalismo, em especial para o Jornalismo Cultural e Esportivo, ao utilizar novos formatos e gêneros em ambientes midiáticos inovadores, como o TikTok.

1.2 Estrutura do Relatório

Este relatório está organizado em cinco partes. Na primeira parte, a Introdução, contextualizamos a temática do produto e apresentamos a justificativa e os objetivos do projeto. No segundo capítulo, a fundamentação teórica, definimos nosso gênero e formato. No terceiro capítulo trazemos a metodologia de execução, onde mostramos a maneira como o trabalho foi executado, desde a escolha do tema e outros processos da pré-produção, passando pela produção dos posts do perfil e chegando à pós-produção, onde finalizamos este relatório e registramos os primeiros feedbacks do perfil.

Em seguida, no quarto capítulo, temos o desenvolvimento do produto, com a

escolha do nome, definição do público de interesse e o design gráfico e editorial juntamente com o manual da identidade visual. No quinto e último capítulo, são apresentadas as considerações finais, com as principais contribuições adquiridas durante o processo de produção.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC), em sua mais recente pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios brasileiros (CETIC, 2022), aponta que 81% do total da população brasileira é usuária de Internet e 62% do total de usuários possui acesso exclusivo pelo telefone celular.

Quando analisa o principal tipo de uso da Internet pelos entrevistados, o relatório aponta que 51% das pessoas estão conectadas à Internet para verificar se uma informação que encontrou por lá é verdadeira e, também, 51% utilizam a rede para consultas, pagamentos ou transações financeiras. Já 80% dos usuários assistiram a vídeos, programas, filmes ou séries online em 2022 e 56% leram notícias online no mesmo ano.

Os dados da pesquisa justificam o motivo de parte dos veículos jornalísticos, de todos os segmentos, ter adotado, gradativamente, a produção de conteúdo em redes sociais on-line, principalmente nas redes que possuem o formato de vídeos verticais, como o Instagram (*reels*), mas especialmente o TikTok, precursor do formato.

O TikTok surge, então, como uma plataforma nativa para dispositivos móveis. Chies e Rebs (2021) explicam que o TikTok é um aplicativo para smartphones que se destaca como uma plataforma de mídia social online, voltada para o compartilhamento de vídeos curtos. Embora seja tecnicamente possível acessá-lo por meio de um computador, suas funcionalidades são bastante limitadas, e a essência da criação e compartilhamento de vídeos reside principalmente na utilização de dispositivos móveis. O aplicativo oferece uma ampla gama de recursos para a criação de conteúdo audiovisual, incluindo a adição de efeitos visuais, mensagens na tela e interações entre os usuários.

O feed da rede (TikTok) dispõe vídeos em tela cheia, o que gera uma experiência imersiva no usuário. Com tempo limitado a 1 minuto e um cardápio quase infinito de vídeos, cada um dos conteúdos tenta fisgar a atenção do usuário e fazê-lo assistir até o final. O início de cada vídeo (por volta dos primeiros 3 segundos) é fundamental para reter o espectador. Depois, cortes dinâmicos na edição, um *storytelling* envolvente e vocabulário leve ajudam o conteúdo a ser visto até o final — ou até a ser visto mais de uma vez, em looping. (Alves, 2020, p. 2).

Na sociedade brasileira, o TikTok tem desempenhado um papel importante

influenciando comportamentos, linguagem e estilos de vida. A plataforma tem servido como um espaço de expressão criativa, onde os usuários podem criar e compartilhar conteúdos diversos, como danças, dublagens, desafios virais e comédia. Essas tendências se espalham rapidamente entre os usuários, contribuindo para a formação de uma cultura digital própria (Chies; Rebes, 2021).

É fundamental destacar que, desde sua chegada ao Brasil em 2018, o principal propósito do TikTok é descobrir novos conteúdos e perfis para os usuários, priorizando essa descoberta em detrimento das publicações dos perfis que os usuários já seguem. Isso significa direcionar conteúdo para grupos e subculturas que compartilham interesses similares, mesmo que os usuários não sigam explicitamente esses perfis.

O TikTok está convertido em 75 línguas e pode ser acessado em 150 países. A ferramenta se sobressai das outras redes sociais on-line pelo público estratégico que alcança: cerca de 66% de seus usuários têm menos de 30 anos, uma geração de jovens conectados com idade majoritariamente entre 15 e 25 anos (Monteiro, 2020).

Segundo Costa (2021), o TikTok e suas consequências ainda são um tema pouco explorado no âmbito acadêmico, devido à sua natureza relativamente recente, especialmente quando comparado ao Instagram, que está presente no mercado desde 2010.

Dado o contexto, é compreensível que os veículos jornalísticos e produtores de conteúdo estejam adequando sua produção, apropriando-se de uma linguagem mais leve, dinâmica e jovem, ao mesmo tempo que continuam cumprindo com sua natureza informativa. Não estar presente no TikTok equivale a estar ausente de uma plataforma essencial para atrair novos adeptos e consolidar a imagem de um veículo ou produtor de conteúdo.

Essa breve fundamentação é essencial para a compreensão do gênero e formato do projeto “Fiel Macabra Sem Limites”, que esmiuçaremos a seguir.

2.1 Gênero

Os debates em torno dos gêneros jornalísticos têm uma longa história e resultaram em diversas definições conceituais ao longo das décadas. Neste estudo, abordaremos os gêneros mais prevalentes e em uso nos dias de hoje, conforme estabelecido por Melo e Assis (2016). Esses gêneros incluem o informativo, o opinativo, o interpretativo, o diversional e o utilitário.

Para nosso produto, faremos o uso principal das definições que contemplam o gênero interpretativo.

O gênero interpretativo possui caráter educativo e esclarecedor. Melo e Assis (2016) definem jornalismo interpretativo como "um modo de aprofundar a informação" com o fim principal de "relacionar a informação da atualidade com seu contexto temporal e espacial", tendo "um sentido conjuntural" não se limitando a "dar conta do que acontece, já que o jornalista interpreta o sentido dos acontecimentos"

A interpretação da realidade da Torcida Fiel Macabra pelas autoras se deu pela apuração jornalística, muito utilizada em reportagens e, principalmente, entrevistas com membros da torcida, como falaremos mais adiante. Isso permitiu que o produto tivesse profundidade e contexto, elementos essenciais para o gênero interpretativo.

2.2 Formato

O formato jornalístico refere-se à maneira pela qual a informação é elaborada e transmitida pela mídia, permitindo que a mensagem atual desempenhe funções sociais em conformidade com o contexto histórico de cada sociedade nacional. Essa elaboração ocorre em consonância com as normas que estabelecem diretrizes estruturais para cada categoria, abrangendo elementos textuais e também métodos e características específicos relacionados à abordagem de cada unidade.

A classificação Marques de Melo e Assis (2016), uma das mais difundidas no Brasil, elenca 23 formatos que se enquadram em algum dos cinco gêneros já mencionados. Dentre eles, a reportagem e entrevista são os que se fazem mais perceptíveis na construção de nosso produto. Ambos os formatos são característicos dos gêneros interpretativos.

A produção de reportagem para o jornalismo requer muita atenção, pesquisa, apuração e checagem. Dentre as técnicas para produção de reportagem, estão: examinar documentos, ir até o local do fato que está sendo noticiado, checar as informações, cruzar dados e fazer qualquer tipo de pesquisa. Executamos nossa pesquisa (primordialmente online) anteriormente e simultaneamente a etapa de entrevistas do projeto, com dois principais focos: o cenário de torcidas organizadas no Brasil e produção de conteúdo para TikTok.

Como meio de adquirir informações, a entrevista representa um diálogo com o propósito de obter e registrar declarações de fontes ou adquirir dados essenciais

para a produção de conteúdo sobre um tópico específico. Entrevistar membros da Torcida Fiel Macabra foi fundamental para o desenvolvimento do projeto uma vez que encontramos poucas informações sobre a instituição na Internet, principalmente relacionadas aos tópicos que cobrimos ao longo dos vídeos (diversidade na torcida, estigma de violência, ações sociais, intersecção com o carnaval etc.)

Nosso estilo de entrevista foi diferente do tradicional “ping-pong”. Optamos por entrevistas semi-estruturadas, com foco na discussão em profundidade. Assim, começamos pedindo às fontes que compartilhassem sua trajetória dentro da torcida e estabelecíamos diálogo à medida que encontrávamos ganchos relacionados aos nossos tópicos principais de interesse.

Ao desenvolver nosso produto, também priorizamos a compreensão dos hábitos de consumo de informação dos jovens e a tendência atual de como as notícias são consumidas pela sociedade, como abordado anteriormente. Dessa forma, chegamos à decisão de produzir conteúdo de caráter interpretativo, utilizando de técnicas de reportagem e entrevista, em linguagem nativa digital para ser veiculado no TikTok.

3 METODOLOGIA DE EXECUÇÃO

Neste capítulo, exploraremos a maneira como o projeto foi concebido, desde sua gênese, considerando os acordos estabelecidos entre o grupo de graduandas e as diretrizes fornecidas pela orientadora.

Além disso, apresentaremos uma descrição do processo de organização das produções textuais, audiovisuais e imagéticas, bem como das leituras essenciais para o desenvolvimento do produto e do relatório, incluindo a devida abordagem das referências bibliográficas requeridas.

Também foram necessárias pesquisas sobre o universo de futebol e torcidas organizadas no Brasil para que as três autoras do projeto fossem capazes de encaminhar as fontes entrevistadas pelo caminho que desejávamos, através de perguntas que buscassem fomentar discussões e trazer mais contexto e profundidade às reportagens.

Adicionalmente, é fundamental destacar o processo de criação, adaptando-o às exigências da produção audiovisual, e elaborar um desdobramento de cada fase, bem como a alocação de responsabilidades entre o grupo, reconhecendo a importância do componente audiovisual no desenvolvimento do produto definitivo.

3.1 Pré-produção

Num primeiro momento, colaborativamente, estabelecemos quais tópicos despertavam interesse compartilhado entre as três estudantes envolvidas no projeto. Um ponto que todas consideravam fundamental, por questões logísticas, era que o tema possuísse forte conexão com a cidade de Bauru, sede da Universidade berço desta pesquisa. Em conversa com a orientadora foram levados os tópicos de interesse e após a ponderação sobre as opções e possíveis desenvolvimentos, optou-se por fazer um produto ligado às torcidas organizadas.

Nesse momento, surgiu a ideia da torcida Fiel Macabra, espaço que já era frequentado por uma das autoras em momentos pessoais de lazer e confraternização com outros colegas corinthianos da universidade. Para conectar a Macabra com um tema que as outras autoras também se relacionassem, pensamos em abordá-la sob uma ótica não exclusivamente esportiva, mas igualmente social e cultural.

A decisão sobre o produto e formato vieram a partir de sua afinidade com o

público e por todas as autoras já possuírem experiência com produção para redes de conteúdo vertical, como Instagram e TikTok.

Para conectar nossa produção com o jornalismo, fizemos forte uso do formato de entrevista e executamos o que definimos como uma reportagem nativa digital em série. Buscamos respeitar as características de cada formato jornalístico - estabelecidos historicamente, conforme o avanço da profissão - equilibrando-as com as características e linguagens da rede escolhida por nós para veiculação do produto.

A etapa seguinte foi a estruturação dos temas a serem abordados em cada vídeo. Sob quais óticas queríamos explorar o universo da Fiel Macabra? Sabíamos que queríamos fugir da esfera esportiva, somente, e adentrar o lado cultural e social da torcida. Conversamos com a orientadora e recebemos o direcionamento de que um produto final com 5 vídeos seria suficiente. Assim, decidimos que falaríamos sobre 1) estigma de violência e ações sociais, 2) diário de uma caravana com a Fiel Macabra, 3) mulheres na torcida, 4) relação entre carnaval, futebol e torcida e 5) história da Fiel Macabra.

Na sequência, em conjunto com o presidente da Torcida, fizemos um levantamento de possíveis fontes que pudessem contribuir para a compreensão da importância da torcida organizada no interior paulista.

Inclusive, conquistar a confiança dos membros da torcida e nos aproximar do grupo foi uma etapa essencial para o desenvolvimento do produto. Antes de gravarmos qualquer entrevista, visitamos a sede em dias de transmissão de jogos, conversamos com os principais membros que frequentam o lugar, viajamos em uma caravana para São Paulo e assistimos a um jogo no estádio com eles e mantivemos contato por WhatsApp.

Afinal, a Fiel Macabra é uma família, como descrito por todos os entrevistados nos vídeos. Por isso, a aproximação e, principalmente, a forma como conseguimos transmitir a importância e valor de nosso projeto aos membros, fez com que esse produto fosse fruto de colaboração, um projeto feito por estudantes e corinthianos apaixonados.

3.2 Produção

A produção contou, inicialmente, com a estruturação dos tópicos que levaríamos para as entrevistas. Decidimos que entrevistariamos, a princípio, 5 membros da Fiel Macabra: Givanilson, Dandara, Mayara, Ney e Sheila. Depois de agendadas as entrevistas, levantamos alguns tópicos que gostaríamos de discutir com cada pessoa nas conversas.

Após a gravação de todas as entrevistas (cada uma durou cerca de 40 minutos), fizemos a minutagem dos materiais e, em seguida, os cortes das cenas que escolhemos usar nos vídeos. Também transcrevemos, em texto, todos os cortes e organizamos tudo o que tínhamos no armazenamento em nuvem.

Depois que os cortes estavam prontos, pedimos aos membros que enviassem fotos e vídeos próprios de momentos marcantes com a torcida, para que tivéssemos uma diversidade de materiais para ilustrar o produto. Também fizemos pesquisa em acervos que contavam com entrevistas de jogadores acerca do tema, como, por exemplo, o corte do Sócrates usado no início do vídeo que fala sobre o que a torcida organizada significa.

Uma vez que estávamos munidas de material para compor os vídeos, elaboramos os roteiros dos 5 vídeos que iriam para o TikTok e logo iniciamos a etapa de montagem dos vídeos. As ferramentas utilizadas nessa etapa serão descritas mais adiante, mas, desde o início, o que nos norteou até o produto final foi a definição de produzirmos conteúdo em formato nativo do TikTok.

A montagem dos vídeos ficou concentrada na Jamile, mas Fernanda e Bianca participavam do processo com sugestões, na produção de roteiros e checavam o conteúdo final, antes de Jamile fazer a veiculação no perfil do TikTok. Por fim, na etapa de produção, é possível mencionar o projeto gráfico e editorial do produto.

3.3 Pós-produção

A etapa de pós-produção consistiu na veiculação, de fato, do conteúdo em sua plataforma de destino, o TikTok. Criamos o perfil na rede social ([@fielmacabrasemlimites](https://www.tiktok.com/@fielmacabrasemlimites)) e alimentamos o perfil com uma imagem (logo do projeto) e uma *bio* (descrição do perfil).

Depois disso, criamos as legendas e definimos quais *hashtags* usaríamos com cada vídeo. Por fim, postamos os vídeos seguindo a sequência lógica que havíamos definido, começando pelo estigma de violência e ações sociais da torcida.

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Neste capítulo, são apontadas as principais características do perfil Fiel Macabra Sem Limites. O produto foi desenvolvido a partir da escolha do tema, que culminou na definição da estrutura, público-alvo e do projeto gráfico. Também são apresentados neste capítulo as pautas e os roteiros.

4.1 Escolha do Nome

O nome “Fiel Macabra Sem Limites” surgiu a partir da junção do nome oficial da torcida organizada com o *slogan* da cidade de Bauru (“Cidade sem Limites”), onde ela foi criada. Para além de sair do óbvio, a junção faz jus à rápida expansão da torcida por outras cidades: em 30 anos de existência se consolidou como a maior do interior paulista por se fazer presente em Lençóis Paulista, Poá, Marília, Pederneiras, Avaré etc, mostrando que a limitação territorial não foi o suficiente para conter seu crescimento.

4.2 Público de interesse

A Fiel Macabra Sem Limites surge da vontade de atualizar os métodos de propagação das tradições da torcida organizada, levando-os para o campo digital. Por esse motivo, decidimos focar principalmente na Geração Z.

Esta geração é caracterizada por mudanças demográficas, definição geracional, integradores digitais, foco global, envolvimento visual, reforma educacional e definição social. Além disso, um dos seus principais diferenciais é que nasceu no auge da era digital, encaixando-se muito bem com a plataforma escolhida para a divulgação deste material (o TikTok).

A chamada Geração Z é caracterizada por pessoas que nasceram a partir de meados da década de 1990. É uma geração surgida conjuntamente com o avanço das novas tecnologias, acompanhando o novo mundo (pós Guerra Fria), ou seja, o chamado mundo tecnológico ou mundo virtual. Essa convivência cotidiana com aparelhos tecnológicos acabou propiciando para que essa nova geração aprendesse a usar várias tecnologias ao mesmo tempo, como por exemplo: acessar a Internet, escutar música e assistir TV. (Oliveira, 2010, p. 8).

A nossa intenção é atrair os jovens dos 18 aos 25 anos, em início de vida adulta, interessados no futebol, no consumo de informação factual e noticiosa sobre questões sociopolíticas e na discussão das origens e consequências dos problemas sociais relacionados ao povo brasileiro, especialmente em um país onde o esporte é fundamental para a política.

4.3 Design Gráfico e Editorial

A identidade visual do projeto foi feita por Bárbara Cândido, estudante do último período de Artes Visuais na UNESP Bauru. Como a ferramenta TikTok conta com apenas a imagem da foto do perfil, tivemos como proposta de identidade unir o logo oficial da Fiel Macabra com o do Corinthians em um formato redondo para que se encaixasse bem com o formato pedido pela plataforma.

Imagem 1 – Logotipo da torcida e do time



Fonte: Internet

A partir dessa ideia, decidimos os elementos principais de ambos os logotipos que precisariam fazer parte do conceito final do que viria a se tornar o logo oficial do projeto: a caveira e a fonte traziam a memória da Macabra, enquanto o círculo vermelho no fundo remetia ao arco vermelho do escudo do Corinthians. O resultado

nos agradou, pois ele contém a paleta de cores oficial da torcida e do time, foi vetorizado para parecer mais moderno e se encaixou no formato necessário para o TikTok.

Imagem 2 – Logotipo da Fiel Macabra Sem Limites



Fonte: Bárbara Cândido

Além do logo oficial com as cores, Bárbara desenvolveu também duas outras versões alternativas, apenas em preto e depois em branco, para que a aplicação dele não seja prejudicada em diferentes imagens de fundo.

Imagem 3 – Logotipo em branco



Fonte: Bárbara Cândido

Imagem 3 – Logotipo em preto



Fonte: Bárbara Cândido

Conforme for necessário utilizar algum dos logos como marca d'água em cima dos vídeos postados, teremos essas opções que garantem uma melhor aplicabilidade no que precisarmos.

Os vídeos foram gravados através de um *iPhone 14* e editados com o pacote Pro do aplicativo *Capcut* para atender o dinamismo necessário na edição dos conteúdos para o *TikTok*. A produção de conteúdo da plataforma é estabelecida principalmente em vídeos curtos de poucos segundos a até 3 minutos para prender a atenção do espectador logo no primeiro contato, por isso decidimos estabelecer 2 minutos como padrão (podendo haver aumento caso necessário).

Além das entrevistas que compõem boa parte da argumentação dos conteúdos, fizemos uso de uma videografia pública do Corinthians e da Fiel Macabra encontrada em veículos noticiosos e de fotos do acervo pessoal dos membros da torcida para aumentar o grau de pessoalidade e intimidade do vídeo.

Pensando em fazer algo que melhorasse a experiência do usuário ao assistir os vídeos, sons de fundo são adicionados sempre que preciso, como por exemplo quando uma imagem surge à tela ou quando há uma narração em andamento e ainda é possível ouvir, em um volume reduzido, o som da imagem de fundo. Essas ações atraem mais facilmente a atenção do usuário sem se perder pela falta de estimulação sonora e faz com que, em alguns momentos, ele sinta como se estivesse presente nos estádios e fazendo parte da torcida organizada ao ouvir os hinos ao fundo.

Apesar de termos feito uso de equipamento e edição própria, alguns custos de produção foram agregados ao projeto para garantir a qualidade da entrega, como consta a tabela abaixo:

Tabela 1 – Custos do projeto

ITEM	PREÇO
Edição de áudio	R\$ 40
Criação do logotipo	R\$ 80
Transkriptor (aplicativo de transcrição de áudio)	R\$ 137,15
Capcut Pro (aplicativo de edição de vídeo)	R\$ 55
Caravana para o jogo	R\$ 270
CUSTO FINAL	R\$ 582,15

Fonte: Contabilidade pessoal do projeto

A edição final apresenta cortes intercalados de cenas figurativas, entrevistas, narração e fotos que se enquadram no “formato de sucesso” do TikTok. A rede social faz uso constante de vídeos divididos em parte 1 e parte 2, nos quais usuários começam a história em um e terminam em outra a fim de conseguir um maior engajamento. Porém, como nosso conteúdo foi programado para se iniciar e terminar em um mesmo vídeo, vamos usar os comentários para responder possíveis dúvidas que normalmente seriam transformadas em uma segunda parte.

Tivemos como foco produzir vídeos em formato de documentário curto, porém, para adentrar ainda mais no formato nativo da plataforma, fizemos conteúdos extras, como o diário de bordo de uma ida com a caravana da Fiel Macabra para o jogo do Corinthians vs. Santos no dia 29 de outubro.

4.3.1 Divulgação

O algoritmo TikTok funciona de forma orgânica, servindo diversos conteúdos nos quais os usuários não necessariamente têm interesse, distribuindo vídeos que podem furar as bolhas dos usuários e se tornarem cativantes em pouco tempo. Pretendemos usar essa característica da descoberta a nosso favor, assim como também apostaremos na tradicional *hashtag* que entrega o vídeo àqueles que possuem maior interesse na temática da história do futebol e torcidas organizadas.

Há predomínio da descoberta de conteúdo vindo de fontes novas para cada usuário. Com isso, a equação de valor se altera, diminuindo a importância de uma rede construída e aumentando a do conteúdo (que pode ser alcançado por pessoas ou contas não diretamente conectadas entre si). Essa experiência de navegação do tipo descoberta é [...] a consequência prática de o algoritmo entregar conteúdo novo de fontes não diretamente conectadas sobre temas de interesse do usuário (uma dinâmica também alimentada pelo padrão de navegação). (Rosenthal, 2023, p. 6).

Além da divulgação do *Tiktok*, faremos uso da divulgação no *Instagram* oficial da Fiel Macabra de Bauru e nos *storys* particulares das autoras deste trabalho, onde colocaremos o link do vídeo para que mais pessoas tenham acesso.

Tabela 2 – Cronograma de divulgação

TEMÁTICA	DATA
Vídeo 1: História da Fiel Macabra	09/11/2023
Vídeo 2: Caravana da Fiel Macabra	10/11/2023
Vídeo 3: Carnaval, Futebol e Torcida Organizada	11/11/2023
Vídeo 4: Mulheres na Torcida Organizada	12/11/2023
Vídeo 5: Violência x Ação Social	13/11/2023

Fonte: As autoras (2023).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração deste projeto desempenhou um papel crucial na etapa de finalização do curso de graduação em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista. Através dele, as autoras tiveram a oportunidade de se envolver com abordagens dinâmicas e inovadoras no campo da Comunicação, expandindo seus conhecimentos em áreas como estratégias de mídias sociais, técnicas de reportagem e entrevista, produção e edição de vídeos, produção de roteiros e desenvolvimento de identidade visual.

Além disso, o projeto possibilitou que expandíssemos nossos conhecimentos sobre antropologia brasileira, formação da identidade do povo brasileiro, intersecção entre esporte e sociedade, relação da mídia hegemônica com torcidas organizadas e, principalmente, que furássemos a bolha universitária da cidade de Bauru, conhecendo e nos permitindo participar de novos círculos de convivência.

O projeto também possibilitou o desenvolvimento de análise crítica das responsáveis, através da compreensão de que seríamos porta-vozes para uma comunidade muito grande e apaixonada, ao mesmo tempo que precisaríamos nos dissociar dessa comunidade em certos momentos, para que o produto tivesse maior conexão com um contexto macro de torcidas organizadas no Brasil, não apenas do Corinthians, e maior conexão com o recorte amplo de público que traçamos.

No contexto da formação em jornalismo, o projeto abriu amplas perspectivas ao explorar as oportunidades proporcionadas pela tecnologia, especialmente pelas redes sociais. Nesse sentido, o grupo reconhece que, a fim de prosperar na profissão, é essencial adquirir habilidades sólidas no uso das ferramentas associadas aos novos formatos digitais do jornalismo. A realização do projeto de conclusão de curso representou uma valiosa oportunidade para aprimorar essas competências.

REFERÊNCIAS

Alves, Ian. **Jornalismo no TikTok**. Disponível em: <https://www.jornalismoetiktok.com/sobre>

Berté, Isabela Lisboa. “Anistia ampla, geral e irrestrita” – um estudo sobre a relação entre futebol, luta pela anistia e torcidas organizadas. **Ludopédio**, São Paulo, v. 79, n. 7, 2016. Disponível em: <https://www.ludopedio.com.br/arquibancada/anistia-ampla-geral-e-irrestritaum-estudo-sobre-relacao-entre-futebol-luta-pela-anistia-e-torcidas-organizadas/>. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **TIC Domicílios 2022**. São Paulo, 2023. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmninnbpcajpcgkclefindmkaj/https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2022_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em: 30 de out. de 2023.

Chies, L.; Rebs, R. R. **Pandemia e as motivações sociais para a produção de ciberdanças no tiktok**. Revista da FUNDARTE, 21:01–19, 2021. Disponível em: https://seer.fundarte.rs.gov.br/index.php/RevistadaFundarte/article/view/852/pdf_150

Costa, Gabriel do Nascimento. **O boom do TikTok: cultura pop e entretenimento musical em 30 segundos**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Publicidade e Propaganda) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

Fenaj. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Brasília: Fenaj, 2014. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros.pdf>. Acesso em: 30 de out. de 2023.

Galeano, Eduardo. **Futebol ao sol e à sombra**. Porto Alegre: L&PM. 2018. 256 p.

Hollanda, Bernardo Borges Buarque de. O rabo do foguete – civilização e barbárie em uma torcida organizada de futebol. In: Hollanda, B. B. B.; Negreiros, P. L. (org.). **Os gaviões da fiel: ensaios e etnografias de uma torcida organizada de futebol**. Rio de Janeiro: 7letras, 2015. p. 21-45.

Hollanda, Bernardo Borges Buarque de. Torcidas, hinchadas e barras: a problemática torcedora em escala continental. In: Hollanda, Bernardo Borges Buarque de; Aguillar, Onésimo Rodríguez. **Torcidas organizadas na América Latina: estudos contemporâneos**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2017.

Mascari, F. **Torcida organizada é parte do futebol; mídia tradicional só fala na violência**. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/torcidas-organizadas-futebol-e-cultura/>. Acesso em: 30 de out. de 2023.

Melo, José Marques de; Assis, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom – RBCC**, 2016, v.39, n.1, p.39-56. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/YYXs6KPXhp8d7pRvJvnRjDR/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 30 de out. de 2023.

Monteiro, J. C. S. TikTok como novo suporte midiático para a aprendizagem criativa. **Revista Latino-Americana de Estudos Científicos**, v. 2, p. 05-20, 2020.

Negreiros, Plínio José Labriola de Campos. **Resistência e Rendição - A Gênese do Sport Club Corinthians Paulista e o futebol oficial em São Paulo - 1910-1916**, São Paulo:

PUCSP, 1992, dissertação de mestrado.

Oliveira, Gustavo Medeiros. **Geração z: uma nova forma de sociedade**. São Paulo: Monografias.com, 2010. Disponível em: <
<https://www.monografias.com/pt/trabalhos3/geracao-z-nova-forma-sociedade/geracao-z-nova-forma-sociedade.shtml>>

Paulo, S. Marina Luiza Maschietto **A participação política como identidade cultural de uma torcida organizada: estudo de caso sobre a Gaviões da Fiel Torcida**. [s.l.: s.n.]. Disponível em:
<https://celacc.eca.usp.br/sites/default/files/media/tcc/2021/01/artigo-marina-maschietto-gavioes-final.pdf> .

Reload. **Énois Laboratório de Jornalismo**. Disponível em:
<https://enoisconteudo.com.br/reload/>. Acesso em: 30 de out. de 2023.

Rosenthal, Benjamin. **Marketing no caleidoscópio do TikTok**: fazer comunicação de marca na plataforma digital mais valiosa do mundo exige maior atenção ao conteúdo do que à rede de seguidores. São Paulo: FGV Executive, 2023. Disponível em:
<https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/view/89257/83915>.

Simões, Irlan. **Cientes versus rebeldes: novas culturas torcedoras nas arenas do futebol moderno**. Rio de Janeiro: Multifoco, 2017. Disponível em:
https://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/Cientes_versus_Rebeldes.pdf.

APÊNDICE A - ROTEIROS

Tabela 3 – Roteiro vídeo 1: Violência x ação social

Roteiro vídeo 1: Violência x ação social

Duração:

BG: inserir nome da música (hino da torcida)

Introdução (inserir minutagem):

1) Gancho: Pergunta intrigante para prender a atenção do espectador.

O lado das torcidas organizadas que todo mundo ignora.

Associar a torcida organizada à violência é comum, mas a Fiel Macabra nos obriga a olhar pro tema por outra ótica.

Primeiro, porque a torcida viaja pelo menos 5 horas toda vez que o Corinthians entra em campo em casa e, segundo, porque o clima de família é real: as crianças e idosos presentes na sede, estádios e em todos os eventos da Macabra confirmam isso.

A pista não é o foco, a ação social sim. Onde o Estado falha, a Torcida Organizada age.

Tabela 4 – Roteiro vídeo 2: Caravana da Fiel Macabra

Roteiro vídeo 2: Caravana da Fiel Macabra

Duração:

BG: inserir nome da música (hino da torcida)

Introdução (inserir minutagem):

1) Gancho: Pergunta intrigante para prender a atenção do espectador.

Esses caras viajam pelo menos 5 horas toda vez que o Corinthians entra em campo.

A gente foi numa caravana da Fiel Macabra e te mostra como é a rotina quando todo jogo é uma viagem — mesmo os que são em casa.

Num domingo de clássico alvinegro, o dia começou às 07h e pouco da manhã, porque às 08h já tínhamos que estar na estrada.

O jogo era só às 18h30 da tarde, mas as caravanas não se limitam aos 90 minutos em campo.

É nesses momentos que a galera de Bauru confraterniza com a galera de São Paulo, Minas, Bertoga, Mogi das Cruzes, Poá e Rio e assim que a Macabra mantém o clima de família entre seus 2 mil membros. Além das outras organizadas!

E já que a relação entre elas é muito boa, rola churrasquinho, roda de samba, pagode... tudo na faixa! Mesmo debaixo de chuva. E, olha, a chuva não deu trégua nem por 1 minuto, mas quando você ouve um negócio desses... não é a chuva que te faz arrepiar. [vídeos mais impactantes torcida]

A energia durante o jogo é absurda e a torcida não para de cantar nem um segundo. Aliás, a arquibancada com uma organizada é um dos pouquíssimos lugares no planeta em que você vai ter dificuldade de ver alguém mexendo no celular.

E a gente tomou uma bela garfada durante o jogo, que terminou empatado injustamente, mas nem isso acabou com a energia da galera. Chegamos em casa às 03h da manhã, 20 horas depois de sair, ainda molhados de chuva... mas ninguém tem dúvida de que valeu a pena. Quando dizem que o Corinthians é maior que qualquer coisa e que não depende de títulos... pode botar fé! Nem o Duílio muda isso.

Tabela 5 – Roteiro vídeo 3: Mulheres na Torcida Organizada

Roteiro vídeo 3: Mulheres na Torcida Organizada

Duração:

BG: inserir nome da música (hino da torcida)

Introdução (inserir minutagem):

1) Gancho: Tá, mas como é ser mulher em uma organizada?

A torcida da paz do Corinthians, clima de família, ação social protagonista...

Qualquer um que cole na sede, nas subsedes ou no estádio vai perceber como as mulheres fazem a Macabra acontecer. E essa história vai longe, porque elas estão presentes na torcida desde o início, há 30 anos, quando nem se falava em feminismo direito.

Em posições de destaque nas arquibancadas, mas também na ação social, bateria e administração da loja, a presença das mulheres

tem quem goste de estar ali pra se sentir protegida, tem quem não sinta qualquer diferença de tratamento e tem quem veja a torcida como um reflexo do mundo, problemas e qualidades.

Seja como for, uma coisa é unanimidade, todas se sentem [acolhidas].

Tabela 6 – Roteiro vídeo 4: Carnaval, Futebol e Torcida Organizada

Roteiro vídeo 4: Carnaval, Futebol e Torcida Organizada

Duração:

BG: inserir nome da música (hino da torcida)

Introdução (inserir minutagem):

1) Gancho: Pergunta intrigante para prender a atenção do espectador.

LOCUÇÃO: O país do futebol também é o país do Carnaval? Mas por quê?

OFF: Frase de efeito do Ney, [este vídeo](#) todo.

LOCUÇÃO: Os dois se complementam e, segundo antropólogos, são elementos essenciais da "identidade nacional".

LOCUÇÃO: O Brasil ainda é um país estruturalmente racista e desigual, mas o futebol e o samba são dois terrenos em que as camadas populares conseguem ascender socialmente, crescer.

O Carnaval é uma festa política. O mesmo vale para o futebol.

OFF: Fala da pedagoga e deputada estadual Olívia Santana: 0:32 até 0:47 [deste vídeo](#).

LOCUÇÃO: É por isso, também, que muitas escolas de samba se posicionam politicamente em seus desfiles e carros alegóricos, como a Gaviões em 2022 ([colocar essa imagem passando, ano de 2022](#)) e conquista os torcedores e sambistas pelo coração.

LOCUÇÃO: Pra quem é corinthiano sofredor, o carnaval e o futebol andam bem próximos e de mãos dadas.

OFF: Fala da Sheila [deste vídeo](#) inteira.

SEQUÊNCIA DE FOTOS NO DESFILE:

- [foto 1](#)
- [foto 2](#)
- [foto 3](#)

LOCUÇÃO: E a Torcida Fiel Macabra do Corinthians, sediada em Bauru, sempre esteve aliada ao Carnaval local.

OFF: 0:41 até 1:03 [deste vídeo](#)

LOCUÇÃO: A Macabra sempre atua em prol da comunidade e entende a importância da cultura e do lazer na vida de seus membros - ou você achou que ação social era só distribuir marmitta? Cultura, esporte, lazer são direitos previstos na constituição. E embora o Poder Público nem sempre os coloque em prática, a Macabra sim.

Por isso, a torcida mantém sua própria escolinha de bateria.

OFF: Fala sobre a escolinha da Macabra: [este vídeo](#) todo.

LOCUÇÃO: Tanto nas homenagens dos sambas-enredo nas avenidas quanto na influência em muitas escolas de samba, assim como na experiência de ouvir os tambores da bateria enquanto se torce pelo seu time no estádio ou na repetição do canto da sua torcida, o fato é que o Carnaval tem muito do futebol e o futebol tem muito do Carnaval.

OFF: Frase de efeito no final: [este vídeo](#) todo.

Tabela 7 – Roteiro vídeo 5: História da Fiel Macabra

Roteiro vídeo 5: História da Fiel Macabra

Duração:

BG: inserir nome da música (hino da torcida)

Introdução (inserir minutagem):

1) Gancho: Pergunta intrigante para prender a atenção do espectador.

Legenda: *“Como uma torcida organizada no **interior** de um time da **capital** ganhou espaço no Brasil inteiro e se tornou a “torcida da paz” do Corinthians com uma ação social de peso.*

Desenvolvimento (inserir minutagem):

3) Conteúdo Principal: Apresentação do conteúdo principal do vídeo. Aqui, começo a narrar a história da Fiel Macabra. Para manter o espectador envolvido, intercalar a imagem da narradora com cortes de festas da Fiel na rua (bandeiras chacoalhando, bateria tocando, torcedores vibrando).

Legenda:

“Fundada há exatamente 30 anos em Bauru, a Fiel Macabra foi criada por 3 amigos (Carlos, Denílson e Anderson) e hoje é considerada a maior torcida organizada do interior paulista.

A Macabra fez o caminho inverso: foi do interior pro mundo e hoje tem sedes em cidades como Rio de Janeiro e São Paulo — e mais de 2 mil torcedores espalhados pelo país.

“A torcida começou a expandir, aí a torcida era Torcida Uniformizada Fiel Macabra Bauru, eu tirei o Bauru SP, até porque pra torcida crescer, que foi o que aconteceu, a gente começou a abrir subsedes” Giva 6

“Hoje você fala, hoje não, sempre, né? Torcida Organizada, o cara é bandido, matador. A gente tem todas classes sociais aqui, é como na vida, tem de tudo” Giva 7

“É tudo voluntário aqui ninguém tem ajuda, a única ajuda que a gente dá a gente faz um rateio, ajuda com uma parte” Giva 10