

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Jandrei Brandão

**A CULTURA DO FUTEBOL NA TV:
O JOGADOR PAUTA A NOTÍCIA AO VIVO**

Mestrado em Comunicação e Semiótica

SÃO PAULO
2017

Jandrei Brandão

**A CULTURA DO FUTEBOL NA TV:
O JOGADOR PAUTA A NOTÍCIA AO VIVO**

Dissertação de mestrado apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Semiótica, sob a orientação do Professor Doutor José Amálio Pinheiro.

SÃO PAULO
2017

BANCA EXAMINADORA:

Dedico este trabalho à minha família, em especial à minha esposa, Fernanda, por estar do meu lado em todos os momentos, e ao meu filho, Pedro, um grande guerreiro e minha fonte de inspiração.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Professor José Amálio Pinheiro, por entender a proposta, aceitar a Orientação e ajudar no desenvolvimento do trabalho.

Aos demais componentes da banca de qualificação, pela compreensão em todos os sentidos.

Aos colegas de trabalho que me ajudaram a conseguir tempo para estudar.

Agradecimento especial à Fundação Capes, pela colaboração e incentivo, e à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, por proporcionar esta oportunidade de aprendizado.

FUTEBOL
(Carlos Drummond de Andrade)

*Futebol se joga no estádio?
Futebol se joga na praia,
futebol se joga na rua,
futebol se joga na alma.*

RESUMO

Os jogadores chamam a atenção do cinegrafista em plena transmissão de um jogo de futebol. Há o que denuncia o racismo diretamente para as lentes e o que, da mesma forma, critica a instituição que comanda o futebol brasileiro. Tudo ao vivo. Essas são algumas das situações que aconteceram entre 2013 e 2015 e que despertaram interesse desta pesquisa. Será que os jogadores de futebol pautam o noticiário com interferências ao vivo? Que consequência isso traz para o jornalismo esportivo? A pesquisa exploratória traz a contribuição de jogadores da atualidade que respondem a essas perguntas. Todo este estudo se fundamenta nos fatos que deram origem a esta pesquisa, que, assim como outros da atualidade, incluem jogadores que passam uma imagem ou mensagem ao vivo, durante um jogo de futebol. Vamos conhecer a origem do esporte, segundo Barthes (2009), e do futebol, com base em Aquino (2002) e Daolio (2005). A evolução do esporte e do futebol até se tornar um grande espetáculo, de interesse das televisões, conforme Bourdieu (1997, 2005), também será estudada. Depois, a presente dissertação busca o entendimento de como o futebol, um agregador da mestiçagem, se relaciona com a cultura, segundo Pinheiro (2013). Vamos analisar a imagem que os jogadores querem passar e como isso afeta a construção de reportagens jornalísticas, focalizando-se o acaso, com a contribuição dos processos de criação segundo Cecilia Salles (2006), além de outros autores. A televisão exibe conteúdo futebolístico todos os dias, com a apresentação de programas específicos, transmissões e, ao mesmo tempo, promove e populariza o esporte. Contudo, hoje são os assessores de imprensa que atendem às solicitações dos jornalistas, devido ao aumento do interesse das mídias sobre o futebol. A quantidade de jornalistas envolvidos nas coberturas esportivas também cresceu muito, ao passo que há poucas pesquisas referentes a esse novo panorama. Esta pesquisa analisa uma mudança de comportamento daqueles que fazem do futebol, um elemento da cultura popular, tão buscado por quem tem o controle da televisão nas mãos.

Palavras-chave: Televisão, Futebol, Cultura, Comunicação

ABSTRACT

Players catch the attention of the cameraman in full transmission of a football game. There is also that denounces racism directly to the lens and those, in the same way, criticizes the institution that commands Brazilian football. All live. Situations that happened between 2013 and 2015 and which arouse interest in this research. Do soccer players rate the news, with live interference and what does this mean for sports journalism? The exploratory research also brings the contribution of current players, since they are in focus. This whole study is based on the detonating facts of this research, which, like others in the atudalide, lead players to pass an image or message live during a soccer game. Let's know the origin of the sport, according to Barthes (2009) and football, based on Aquino (2002) and Daolio (2005). The evolution of sport and football until it becomes the object of a great spectacle, of television interest, according to Bourdieu (1997, 2005). This will also be studied. Then, this dissertation seeks to understand how football, an aggregator of miscegenation, relates to Culture, according to Pinheiro (2013). Let's analyze the image that players want to spend and how this affects the construction of journalistic reports, based on chance, with the contribution of the creation processes, according to Cecilia Salles (2006), as well as other authors. Television displays football content every day, with the presentation of specific programs, broadcasts and, at the same time, promotes and popularizes sports. However, today's media advisors meet the demands of journalists because of the growing media interest in football. The number of journalists involved in sports coverage has also grown a lot. As the same way, there is little research on this new outlook. This research analyzes a change in the behavior of those who make soccer, an element of popular culture so sought after by those who have control of television in their hands.

Key words: Television, Football, Culture, Communication

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO.....	11
1.1 OBJETIVO.....	12
1.2 JUSTIFICATIVA.....	13
1.3 HIPÓTESE.....	15
1.4 METODOLOGIA E EMBASAMENTO TEÓRICO.....	16
2 - LEVANTAMENTO HISTÓRICO.....	19
2.1 O JOGO E O JOGADOR.....	19
2.2 ORIGEM DO ESPORTE E A ASCENÇÃO DO FUTEBOL	23
2.3 OS PRIMÓRDIOS DO FUTEBOL.....	28
3 - OS JOGADORES AO VIVO.....	34
3.1 A FALA DOS JOGADORES.....	41
4 - RELAÇÃO ENTRE FUTEBOL E CULTURA.....	49
4.1 O BRASIL MESTIÇO.....	52
4.2 FUTEBOL E A MISTIÇAGEM.....	57
4.3 TELEVISÃO E O FUTEBOL.....	60
5 - O CORPO E A IMAGEM NO ESPORTE.....	67
6 - FUTEBOL E O PROCESSO DE CRIAÇÃO JORNALÍSTICO.....	71
6.1 ESTABELECIMENTO DE CONEXÕES E O ACASO NA COBERTURA DO FUTEBOL.....	75
6.2 O ACASO CRIATIVO.....	78
7 - CONCLUSÃO.....	82
8 - FONTES E BIBLIOGRAFIA.....	88
ANEXOS.....	97

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Goleiro Aranha aponta para torcedores no jogo entre Santos e Grêmio – Porto Alegre, 28/08/2014.....	35
Figura 2 - Torcedora do Grêmio flagrada pela TV.....	38
Figura 3 - Emerson reclamando para a câmera.....	38
Figura 4 - Detalhe da cena registrada pela câmera.....	39
Figura 5 - Manchete da ESPN.com.br do dia 17/01/2017.....	44
Figura 6 - Manchete da ESPN.com.br do dia 11/04/2017.....	44
Figura 7 - Manchete da seção de esportes do portal Terra em 13/04/2017.....	45
Figura 8 - Camiseta do Palmeiras com destaque maior para a Crefisa.....	47
Figura 9 - Camiseta do Corinthians com destaque para a Caixa.....	47
Figura 10 - Camiseta do Santos com destaque para o Banco BMG.....	48
Figura 11 - Camisa do São Paulo com destaque para vários patrocinadores.....	48
Figura 12 - Manchete da seção de esporte do portal BBC em 01/02/2017.....	54
Figura 13 - Cartaz comemorativo do Dia da Consciência Negra, postado no site da Ponte Preta em 2015.....	58
Figura 14 - Foto do pódio dos 200m nas Olimpíadas do México em 1968.....	68
Figura 15 - Capa da 2ª edição do Manual da Folha de S. Paulo.....	71
Figura 16 - Manchete da Globo News, edição do dia 29/08/2014.....	75
Figura 17 - Manchete da ESPN.com.br em 28/08/2014.....	75
Figura 18 - Manchete do portal ZH - Zero Hora em 28/08/2014.....	75
Figura 19 - Manchete do GloboEsporte.com em 28/08/2014.....	76
Figura 20 - Manchete de Veja.com em 29/08/2014.....	76
Figura 21 - Manchete do portal ZH - Zero Hora em 18/09/2014.....	76
Figura 22 - Manchete do GloboEsporte.com em 17/09/2014.....	76
Figura 23 - Manchete do Estadão online em 18/09/2014.....	77
Figura 24 - Manchete do jornal O Dia online em 18/09/2014.....	77
Figura 25 - Manchete do portal Uol em 17/09/2014.....	77

1 - INTRODUÇÃO

O presente estudo trata de um tema que tem tudo a ver com a cultura brasileira. O futebol está presente nas rodas de bate-papo, nas esquinas, nos bares, nas escolas, em dias de semana e, principalmente, em fins de semana. Influencia até a nossa língua. Termos provenientes do futebol estão por todos os lados. Quem nunca deu uma “bola fora” ou vacilou? Quem nunca fez algo tão espetacular que pudesse ser considerado “show de bola”? Isso só para citar algumas das diversas expressões incorporadas à Língua Portuguesa. Os bordões também estão por aí, afinal, o futebol é uma “paixão nacional”! Rubem Santos Leão de Aquino (2002) batizou assim um livro que aborda a história do esporte mais popular do mundo no país que incluiu o futebol como elemento de identificação cultural.

Enfim, a presente introdução traz um relato sobre como o futebol está mais ligado ao brasileiro do que o próprio brasileiro se dá conta. O jornalismo esportivo no país tem como assunto principal o futebol. Um dos elementos que formam a identidade cultural do país, também é assunto diário nos principais telejornais brasileiros. Isso sem falar nas transmissões dos jogos, que ainda atingem milhões de espectadores. A “pátria de chuteiras” é o cenário de maior esplendor para a televisão, na esteira de um fenômeno mundial. Segundo a Fifa (Federação Internacional de Futebol), a final da Copa do Mundo no Brasil, em 2014, foi vista por um bilhão de telespectadores no mundo. Na final olímpica do futebol em 2016, a TV Globo, maior emissora do país, teve picos de 45 pontos de audiência. Na época, cada ponto representava quase 70 mil domicílios, ou seja, 3,5 milhões de domicílios, sendo que outras grandes emissoras como Record e Band também transmitiram o jogo. Os números são apenas da região metropolitana de São Paulo e servem para mostrar como o futebol ainda gera interesse popular na televisão, mesmo com o desenvolvimento das novas mídias e das redes sociais, que hoje mostram o andamento dos jogos em tempo real.

Mas o que interessa para este estudo são fatos como o que aconteceu com Neymar no final da decisão das Olimpíadas do Rio de Janeiro, em 2016, quando ele falou para todas as emissoras que estavam transmitindo o jogo que o resultado era fruto do bom momento vivido pela seleção. Era uma resposta às críticas feitas por muitos narradores e comentaristas durante as Olimpíadas, dada ao vivo, não em uma entrevista especial gravada. Para se entender melhor o contexto dessa

declaração é preciso levar em conta que, nos primeiros jogos das Olimpíadas do Rio de Janeiro, a seleção brasileira não foi bem. Alguns jogadores chegaram a evitar entrevistas por conta das críticas recebidas nessa má fase. Com o título olímpico inédito, mostrado ao vivo, Neymar não poderia ser cortado ou editado. São fatos como esse que suscitaram esta dissertação.

O jornalismo esportivo, seja na TV aberta ou na fechada, está em constante transformação. A produção de sentido e significado se modifica à medida que o próprio esporte também se transforma. Essa transformação despertou o interesse por esta análise do ponto de vista semiótico e cultural.

1.1 OBJETIVO

O objeto central desta pesquisa é uma nova relação que surge no jornalismo esportivo entre quem produz a notícia e o que é notícia. Será que os jogadores de futebol pautam o noticiário com interferências ao vivo? Chega-se a essa indagação depois de analisar a rotina de mais de vinte anos de trabalho em cobertura do futebol. Essa experiência em coberturas jornalísticas esportivas permitiu perceber que os atletas do esporte mais popular do país utilizam os espaços comunicacionais das transmissões ao vivo para expressar determinadas mensagens ou opiniões. Denunciam racismo, corrupção, reivindicam direitos, tomam iniciativa e se aproveitam da grande cobertura que cerca o futebol. Tal situação se tornou mais evidente nos últimos anos. Além do exemplo do Neymar, citado anteriormente, casos que aconteceram no ano da Copa do Mundo no Brasil interessam a esta pesquisa.

São as relações entre a televisão, o contexto cultural e histórico do esporte e do futebol e o papel dos jogadores que pretendemos analisar. Essa análise vai definir o *corpus* da pesquisa. Os consequentes impactos sociais interessam. Os jogadores têm buscado uma maior interação com os produtos midiáticos, e algumas atitudes trazem novas discussões sociais e políticas, que se estendem não só pela televisão, mas também pelas novas mídias. Assim, a televisão deixou de ser inacessível do ponto de vista de quem é conteúdo, de quem é “explorado” pelo veículo, nesse caso, o jogador de futebol. O agente passivo da notícia interage com o meio e produz efeitos na sociedade, dada a dimensão que o futebol tem no país, por ser um elemento tão forte da cultura brasileira.

O tema proposto, envolvendo a análise do jogador que tenta falar o que pensa no meio televisivo, é mundial. Com cada vez mais mídias disponíveis, fica fácil qualquer um dizer o que quiser, ao passo que os critérios para veiculação são subjetivos ou ditados pelo mercado; a televisão, por sua vez, tem se apropriado desse conteúdo. Mas, já que somos o “país do futebol”, a análise em nível nacional pode produzir conhecimento. Milton Leite (2010) disse que, quando o tema é futebol, num país de 180 milhões de técnicos, a discussão costuma ser mais intensa, apaixonada. O narrador esportivo ressalta que todo mundo tem opinião, como se todos tivessem a capacidade de treinar um time de futebol.

A análise dessas questões pode trazer uma nova perspectiva para os meios de comunicação. Aparentemente, a televisão, por enquanto, aceita bem as intervenções daqueles que parecem ser coadjuvantes da notícia. Portanto, o presente estudo tem como objetivo identificar as consequências da intervenção dos jogadores de futebol na produção de conteúdo jornalístico da televisão e o impacto dessa relação na sociedade e na cultura brasileira.

1.2 JUSTIFICATIVA

Neste estudo vamos focalizar dois casos principais. Em 2014, Emerson Sheik foi expulso por reclamação quando ainda era jogador do Botafogo. Na hora em que saía do campo, procurou a câmera para criticar o órgão máximo do futebol brasileiro, a CBF (Confederação Brasileira de Futebol), ao vivo. Um grito de desabafo de quem vive o futebol, mas não pode dizer o que pensa sobre ele. Nesse ponto, Ribeiro Jr., Azenha e Chastinet (2014) contribuem para a pesquisa. No livro “O Lado Sujo do Futebol”, entre críticas à forma criminosa de comando do esporte, afirmam que “quem manda é a TV”, e ainda complementam dizendo que as emissoras, cada vez mais, dependem do futebol e querem maior visibilidade para as marcas.

No mesmo ano, o ex-goleiro do Santos Aranha, que hoje está na Ponte Preta, sinalizou para as câmeras que transmitiam o jogo entre Grêmio e Santos para que registrassem ofensas racistas. Tudo aconteceu ao vivo, não havia como editar, criando uma imagem cheia de significado, que falava por si.

Nesses dois momentos, os jogadores denunciaram como a cultura do futebol reflete a da sociedade, pelo menos na visão deles. Esses dois exemplos serão retomados neste estudo com detalhes, buscando-se analisar como afetaram o processo de criação dos jornalistas e sua influência sobre os jogadores de futebol e sua forma de encarar os meios de comunicação.

Até um movimento foi criado por alguns jogadores para reivindicar seus direitos, chamado Bom Senso Futebol Clube. Mais uma vez, foi a televisão que deu publicidade aos anseios desse grupo, registrando protestos com atletas entrando em campo de braços cruzados ou vestindo camisas com frases dirigidas para que a mensagem fosse transmitida para milhões de pessoas. Os atos ou manifestações eram realizados sempre quando os atletas sabiam que haveria uma publicidade ao vivo, apostando numa repercussão na sequência.

São apenas alguns exemplos de fatos que motivam este estudo. Ainda existem outros que podem comprovar essa mudança de relação entre quem vê e quem é visto nesse cenário, envolvendo um dos elementos culturais mais importantes do país. Casos como os que serão descritos com maiores detalhes neste estudo acontecem com ainda mais frequência nos dias atuais. Isso não quer dizer, porém, que no passado outros episódios não tenham ocorrido.

No fim da ditadura, o Corinthians, um dos clubes de futebol mais populares do país, teve um papel importante em um movimento semelhante ao que vemos hoje. Os atletas chamaram a atenção para um problema social e político do país, foi um movimento muito forte de oposição à ditadura. Jogadores como Sócrates vestiram camisas enaltecendo a democracia. Foi um período de transição política em que os atletas tentaram se posicionar, chamar a atenção da imprensa, ao levantar a bandeira da democracia. Mas, apesar de ter causado polêmica, naquela época o futebol não tinha a mesma dimensão e a mesma cobertura que tem hoje.

O futebol é tão popular que se incorporou como elemento de formação da identidade cultural do brasileiro. É assunto em todos os lugares, o que justifica o interesse da TV aberta em dar cobertura. Tamanha repercussão transforma a imagem dos jogadores e, até pouco tempo atrás, os deixava reféns do que era pautado pela própria imprensa. Talvez, se dependesse apenas dos jornalistas, alguns assuntos não viessem à tona.

Portanto, vamos analisar aqui quais as consequências desse tipo de interferência dos jogadores para a mídia e qual é o seu impacto na sociedade. A

discussão pode contribuir para uma reflexão a respeito das dimensões complexas em torno dos processos de comunicação do futebol e ampliar a bibliografia trazendo, de forma crítica, observações sobre fatos recentes.

1.3 HIPÓTESE

A análise de reportagens veiculadas em televisão pode levar a entender, segundo Salles (2006), que o processo de criação jornalístico se modifica a partir de fatos novos, inesperados, como os sugeridos pelos jogadores de futebol. Em consequência do profissionalismo atingido pelos clubes e pelas seleções de futebol, os atletas são blindados por assessorias de imprensa, não têm mais autonomia para dar entrevistas nos vestiários, nos estacionamento dos clubes, muito menos em casa, a não ser que seja sob a supervisão de um assessor. A preocupação com a própria imagem também parece crescer ao passo que a exposição aumenta.

No universo das redes sociais, então, a imagem televisiva é ampliada em uma escala ainda maior e ganha novos contornos. Por isso também “o futebol é o melhor chamariz para a televisão” (MORAES, 2008). O conceito de Moraes se transformou em pouco tempo, no sentido de que a tecnologia facilitou a divulgação das informações. A cobertura parece ser a maior já vista sobre o esporte, mas só isso não é suficiente para dar voz aos jogadores que estão nos noticiários. Na maior parte dos casos, eles só falam quando ganham uma oportunidade e, ao falar, precisam atender ao que os jornalistas querem que eles falem.

Vamos tentar comprovar essas afirmações no decorrer deste estudo. Foram feitos contatos com assessorias de imprensa, no intuito de elaborar uma pesquisa qualitativa sobre o fato. Porém, todas negaram a participação dos atletas, e passar por cima dessas instituições poderia acarretar penas como ter o trabalho cerceado no exercício da função de repórter de TV. Porém, alguns jogadores aceitaram dar suas opiniões sobre o tema em entrevistas feitas pelo aplicativo de smartphone *WhatsApp*. Entre os que aceitaram falar, a maioria joga no Santos. Entre as assessorias dos clubes de futebol de São Paulo, a do clube santista é a que tem maior transparência e compreensão do trabalho dos jornalistas, permitindo, mesmo

que com hora marcada e na presença de assessores, entrevistas¹ que extrapolam os assuntos corriqueiros do futebol.

De acordo com Giulianotti (2002), em qualquer lugar, o futebol nos fornece uma espécie de mapa cultural, uma representação metafórica, que melhora nossa compreensão de sociedade. Para ele, o código universal do futebol é utilizado para expressar formas particulares de identidade social e cultural. O futebol é uma das grandes instituições culturais, como a educação e os meios de comunicação de massa, que formam e consolidam identidades nacionais no mundo inteiro. Por isso, há a possibilidade de que esse processo de identificação cultural sinta os reflexos desse novo momento. Kamper (2002a) entende que a cultura se deixa seduzir pela imagem. O filósofo alemão, que conheceu o Brasil em várias visitas, sempre viu o consumo como ilusão, o que não impede os jogadores de ficarem preocupados com sua imagem.

À medida que jogadores chamam a imprensa para demonstrar seus anseios e suas visões sobre o futebol, a cultura ganha novos contornos. Assume características que passam a ser confirmadas a partir do que dizem os agentes em questão, um “prato cheio” para os veículos de comunicação. Polêmicas que vão agendar o conteúdo exibido na mídia.

1.4 METODOLOGIA E EMBASAMENTO TEÓRICO

No presente estudo, vamos revisar as produções científicas nacionais e internacionais que abordam as relações entre jogadores de futebol e televisão. Busca-se ainda contrastar a imagem do jogador explorada pela televisão e a imagem que ele, como corpo, quer passar.

O estudo será centrado na análise de recentes fatos jornalísticos da mídia esportiva, buscando conceitos sobre cultura e princípios que norteiam a teoria da comunicação. Para isso, se fundamentará nas obras de autores como Cecilia Salles (2006), que aborda o conceito de criação em rede. Sua interpretação acerca dos processos de criação permite inferir as consequências do surgimento de fatos

¹ Serginho Chulapa, o maior artilheiro do São Paulo e ídolo do Santos, dá entrevista à Record e fala como são as entrevistas hoje em dia. Ele conta que os jornalistas entravam no vestiário após os jogos e cada um falava com quem queria. Para assistir, pela internet, basta consultar: R7. **Serginho Chulapa abre o seu álbum para o Esporte Fantástico**. 27/05/2017. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/esporte-fantastico/videos/-serginho-chulapa-abre-o-seu-album-para-o-esporte-fantastico-27052017>>. Acesso em: junho de 2017.

inesperados durante a reportagem. As conexões são geradas através de conceitos e momentos vistos e revistos, produzindo elementos de interação que vão guiar a criação do jornalista.

Kamper (2002a), por sua vez, será importante para entendermos a preocupação dos jogadores com a própria imagem, bem como o desafio de encarar um meio de comunicação que sobrevive do consumo em grande escala. Para Kamper, o mais difícil é, sem dúvida, uma existência sem imagem. Ainda sobre imagem, cabe notar que “o esporte é uma grande instituição moderna baseada nas formas ancestrais de espetáculo” (BARTHES, 2009, p.104). A contribuição de Barthes é essencial para compreendermos as dimensões que o futebol atingiu. E Bordieu (2005) faz uma importante análise sobre como os Jogos Olímpicos se tornaram um grande espetáculo explorado pela TV – o conceito é válido para se fazer uma relação com o futebol, que também está no programa olímpico.

A abordagem de Ribeiro (2003) esclarece como o futebol se incorporou à cultura do país e situa a importância da cobertura esportiva nesse sentido. Para ele, o processo de identificação cultural resulta da constituição de cada um de nós, de onde e como fomos feitos e ainda continuamos nos fazendo. O Brasil é extremamente novo, e é por isso que o brasileiro ainda busca se inserir nessa identificação. O futebol, no entanto, se torna elemento constituinte dessa formação.

Daolio (2005) faz um resgate das relações sociais e do comportamento do brasileiro que vai complementar a associação da cultura ao futebol. Para torcer é preciso criar vínculos. Não é uma definição geneticamente estabelecida, como dá a entender quem diz que já nasceu torcendo pelo clube. Torcer é uma construção cultural e baseia-se principalmente em nossas relações, em nossas experiências. Desde meninos somos influenciados por familiares e amigos. Ganhamos bola de futebol e uniforme do clube preferido por um de nossos pais.

Ribeiro (2003) traz ainda o conceito de identidade nacional associada ao futebol. Atesta o autor que o futebol tem um grau de autonomia que passa pela genialidade individual do jogador, assim como aconteceu com Leônidas, Pelé e Garrincha e também acontece com Neymar e Ronaldo. É perceptível como as figuras desses indivíduos são fundamentais na construção da identidade nacional. Seu desempenho nos campos determina em alguns momentos mágicos a essência nacional.

Vaia (1999) nos ajuda a entender como a evolução dos processos de comunicação contribuiu para a instantaneidade da publicidade dos fatos. No futebol, hoje, a TV tem o alcance que o rádio teve por muito tempo. Mas como nosso estudo tem como foco a televisão, Erbolato (1981) explica como o jornalismo especializado se apodera também do que vai para a TV aberta através de programas específicos. Enquanto a leitura de Wolf (2002) permite o estudo das Teorias da Comunicação, introduzindo a especialização dos conteúdos.

Esta é uma pesquisa exploratória e interpretativa. Isso significa que o pesquisador faz uma interpretação dos dados. Inclui o desenvolvimento da descrição de pessoas ou cenários, análise de dados para identificar temas ou categorias e, finalmente, interpretações ou conclusões sobre seu significado, pessoal e teoricamente, mencionando as lições aprendidas e oferecendo mais perguntas a serem feitas. Isso também significa que o pesquisador filtra os dados através de uma lente pessoal, situada em um momento sociopolítico e histórico específico (CRESWELL, 2007).

Diante do exposto, este estudo encontra-se estruturado em três partes. Vamos primeiro conhecer a história do esporte e saber como o futebol surgiu, para depois entender como ele se tornou o esporte das multidões. Já abordando este contexto atual, vamos detalhar os casos que motivam a pesquisa e a sua relação com a comunicação, verificando ao mesmo tempo como os jogadores se enxergam nesse cenário. Em seguida, chega o momento de contextualizar as notícias no cenário cultural brasileiro. Vamos ver como a cultura abraçou o futebol no Brasil, bem como a contribuição da mestiçagem para o futebol brasileiro que encanta, mas não é notícia. O presente estudo ainda pretende analisar como se estruturam as reportagens e a cobertura jornalística diante dessa nova forma de requisitar notícias vista entre os jogadores e, por fim, examinar o poder dessas imagens.

Vamos começar, então, pelo resgate histórico sobre o surgimento do esporte e o desenvolvimento do futebol.

2 - LEVANTAMENTO HISTÓRICO

2.1 O JOGO E O JOGADOR

A presente dissertação trata do futebol da atualidade. Vamos analisar mais adiante casos de jogadores de futebol que reivindicam a atenção das câmeras ao vivo e, como isso, transformam o noticiário esportivo. Mas antes é preciso entender o universo em que esses atletas estão inseridos.

Os jogos no Brasil, principalmente os da primeira divisão, são grandes eventos, assim como em todo o mundo hoje em dia. Em torneios internacionais como Copa do Mundo, Liga dos Campeões da Europa e Copa Libertadores, por exemplo, os jogos atraem grandes públicos dentro e fora dos estádios. Reconhecer essa realidade é entender que o esporte se modificou ao longo do tempo. O jogo enquanto cultura acaba sendo sufocado pela dimensão do evento. Esse paradigma se justifica na medida em que muitos autores entendem que o jogo é maior do que o esporte e do que os eventos em termos culturais.

Contudo, os estudos sobre jogos permitem várias abordagens. Muitos pesquisadores consideram o “jogo” como um produto cultural, mas vamos adotar aqui uma abordagem que o relaciona com o conceito de cultura. Huizinga (2005) afirma que o jogo é comunicativo e fundamental para a sobrevivência dos seres vivos. Ou seja, o jogo em seu caráter lúdico e inter-relacional seria algo inerente aos animais e aos homens, não dependendo da inteligência. A afirmação traz um pensamento primitivo sobre o jogo que se fundamenta na origem da humanidade.

O jogo é uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e alegria e de uma consciência de ser diferente da vida cotidiana. (HUIZINGA, 2005, p.33)

Ainda segundo Huizinga, o “jogo” está na matriz de vários agentes culturais, surgindo como direito, arte, religião e ciência. Portanto, por ora, é suficiente entender que o “jogo” é gerador de cultura através do caráter lúdico, que acaba sendo suprimido no futebol profissional e nos grandes eventos esportivos atuais.

Contudo, a presente dissertação se propõe a analisar atos de jogadores de futebol inseridos num contexto bem diferente do verificado nesse referencial histórico. Por isso, é importante entendermos a própria definição de “jogador”: trata-se de alguém que participa de um jogo. Este foi profundamente estudado ao longo dos anos, mas aqui nos interessa o jogo como esporte. O jogo está na base conceitual e funciona como vinculador e mediador das atividades esportivas.

Roland Barthes afirma que “o esporte é feito para relatar o contrato humano” (BARTHES, 2009, p.105). A afirmação nos permite entender que em todas as relações contratuais há regras e coerções, e assim é o esporte. Ainda que as regras já existissem no ambiente do jogo, elas são amplificadas e ganham destaque no esporte.

O que é o esporte? O esporte responde com outra pergunta: quem é o melhor? Mas o esporte dá um novo sentido à questão dos antigos duelos: pois a excelência do homem só é buscada aqui em referência às coisas. Quem é melhor para vencer a resistência das coisas, a imobilidade da natureza? Quem é o melhor para trabalhar o mundo e oferecê-lo aos homens... a todos os homens? Eis o que diz o esporte. Às vezes, queremos fazê-lo dizer outra coisa. Mas o esporte não foi feito para isso. (BARTHES, 2009, p.105)

Segundo esse trecho do artigo de Barthes, o esporte remete à natureza e ao corpo.

No esporte, o homem vive o combate fatal da vida, mas este combate é afastado pelo espetáculo, reduzido em suas formas, despojado de seus efeitos, de seus perigos e de seus pudores: ele perde sua nocividade, não seu brilho ou seu sentido. (Barthes, 2009, p.105)

Gebauer e Wulf (2004) mostram que o corpo tem papel fundamental no esporte. Os pensadores alemães vão além dos jogadores ao citar o corpo nesse contexto. Eles dizem que o corpo, apesar de ser essencial, não é exclusivo para a constituição dessas práticas: “(...) o indivíduo é parte no jogo esportivo de um grande todo que abrange outras pessoas, o sujeito agente, e outras ações, além daquelas do presente.” (p.159)

Voltando à correlação entre jogo e esporte, verifica-se que o indivíduo é apenas parte de uma imensa rede de relações no jogo. Assim,

O princípio do esporte não é um indivíduo, mas a ampliação do homem. Ao invés de contemplarmos o esporte a partir de um indivíduo, vamos inverter a perspectiva: o esporte é um meio de comunicação; ele recebe o indivíduo em um mundo criado mimeticamente. (GEBAUER, WULF, 2004, p.159)

Esse corpo presente no esporte se refere não só ao jogador, mas também ao parceiro, segundo Gebauer e Wulf (2004), ou seja, diz respeito ao esporte como coletividade. É possível, nesse ponto, fazer uma relação com o futebol, incluindo entre os corpos presentes os fiscais do jogo, os juízes, auxiliares e até mesmo a torcida. Nesse contexto, cabe ainda destacar como corpos as traves, linhas demarcatórias do campo, assim como a própria bola.

Através dessa análise os pensadores alemães definem o esporte como um meio de comunicação “reminiscente”, pois mostra como “os homens certificam-se do mundo”, já que os gestos do esporte são “gestos de certeza”. Assim, o jogo esportivo seria marcado pela repetição. Para ganhar é preciso repetir jogadas capazes de levar à vitória. No futebol de hoje em dia encontramos muito isso quando se fala em esquema de jogo vencedor, ou estilo de jogo vencedor. Era o que se notava no time de futebol do Barcelona desde a era Ronaldinho Gaúcho até a saída de Daniel Alves e na seleção de futebol da Holanda de 1974, que tinha o “chamado” Carrossel Holandês, só para citar dois exemplos de esquemas clássicos. Os dois times jogavam com grande velocidade e muitos toques de bola – valorizavam a posse de bola até chegar ao gol. Levando essas informações em conta, toda bela jogada testemunhada em uma partida seria uma lembrança do jogo já jogado. Isso, de certa forma, explicaria também a nostalgia que existe na forma como se faz a comunicação esportiva.

Gebauer e Wulf (2004) chegam a apontar que o homem, pelo esporte, tenta até regradar o meio ambiente. Na visão deles, o tempo e o espaço criado para o jogo esportivo são preenchidos e estruturados de modo a garantir a repetição do jogo continuamente.

No jogo esportivo, o agente não ascende, com a ajuda do seu espírito e da experiência empírica, a um nível mais alto, ao nível da abstração, mas toma, ao contrário, algo já existente e o transforma. Ele sai da praxis social para o esporte, ou para o teatro, ou para o ritual. Todas as três áreas da ação levam respectivamente a praxis social a um meio de comunicação

diverso. Todos os três são meios de comunicação remanescente; o teatro é uma lembrança de como algo aparenta (uma pessoa ou uma ação), o ritual, uma lembrança de como e sob quais circunstâncias nós temos algo em comum; o esporte é uma lembrança de como os homens comportam-se diante do meio ambiente (material e pessoal). (...) Os objetos são concretizados com o tempo e no tempo de acordo com determinados ritmos: eles tornam-se coisas reconhecíveis. (GEBAUER, WULF, p.60)

Se jogar é preencher o espaço regulamentado com objetos reconhecíveis, podemos entender que jogar nos faz sociáveis, mediante uma violência sublimada, como afirmam Elias e Dunning (1992), já que o jogo define ganhadores e perdedores estabelecendo papéis sociais a partir de rituais de disputa. É por isso que esses sociólogos afirmam que o esporte diz muito sobre o ser humano e o processo de civilização.

Os professores de educação física tentam incutir na cabeça dos alunos que mais importante do que vencer é participar, o que revela a importância maior do caráter sociável dos jogos, mas não elimina o desejo de ser melhor do que os outros a partir das vitórias – o caráter perverso não exclui o outro e vice-versa. Sobre isso, Gebauer e Wulf (2004, p.63) acrescentam que “o importante é o vencedor e não os vários perdedores. O vencedor de um torneio é muito mais do que aquele que permanece no final: ele é o indivíduo legítimo, sua identidade é sancionada através da luta”.

Vale acrescentar que, ao partir para o esporte profissional, os jogadores são contratados para vencer, e não apenas para participar de uma ou várias competições. A cobrança é feita tanto pela direção da instituição contratante como pela torcida e, nos dias atuais, também pela imprensa. Nesse sentido, jogar é relacionar-se socialmente e vencer é construir identidade e ser reconhecido por ela ante os demais.

No jornalismo esportivo costuma ganhar mais destaque o protagonista da equipe, esse tem maior chance de aparecer na televisão, é o chamado “craque” da partida ou do time. Seu desempenho sempre é fator de interesse, seja por uma atuação boa ou uma não tão boa assim. Sobre o protagonismo no esporte podemos citar Cagigal (1972), que, embora apresente algumas ideias que contrastam com as apresentadas neste estudo, define o protagonista como formador de individualidades no universo coletivo que está sendo estudado: “*El manejo de un balón, con los pies,*

tiene mucho de acción artesanal, en la cual, una técnica se introduce, pero donde la acción personal siempre tiene algo nuevo, algo de creación.” (Cagigal, 1972, p.15-16) O pensamento do teórico espanhol traz uma explicação acerca da individualidade implícita no futebol. Os jogadores aptos a levar essas individualidades às últimas consequências acabam sendo mais explorados pelos noticiários, porque são os mais aclamados pelos torcedores.

Os atletas mais habilidosos, capazes de tomar decisões inesperadas e surpreendentes, são dotados de um protagonismo diferente daquele que se verifica no esporte como ritual. Segundo Huizinga (2005), essa característica se refere à capacidade de repetir façanhas e realizar esquemas de ação já desenhados nas regras do esporte em execução. Seria um protagonismo muito mais do que apenas pela repetição. “Portanto, a função do ritual está longe de ser simplesmente imitativa, leva a participação no próprio ato sagrado.” (HUIZINGA, 2005, p.18)

Huizinga (2005) aproxima o ritual da noção de culto. Para ele, a palavra “culto” tem uma explicação relevante para o estudo dos jogos, estaria ligada à capacidade de, no movimento, repetir gestos que já conhecemos, permitindo aos espectadores e participantes reconhecê-los. Ora, numa partida de futebol, isso é visto com frequência. Códigos foram criados para ordenar esse culto. E fora do regulamento do próprio jogo em si também há gestos e manifestações que permitem reconhecer esse culto característico das partidas de futebol, até mesmo sem vê-las. Aquele grito de “Uuuuhhhh” na torcida, normalmente, remete a um gol perdido por pouco, isso sem falar dos cantos das torcidas, dos uniformes e das cores que representam os times.

Nesta parte do estudo vimos conceitos que vão ser úteis nos próximos capítulos. Porém, vamos estudar mais a fundo a origem do esporte primeiro.

2.2 ORIGEM DO ESPORTE E A ASCENÇÃO DO FUTEBOL

Os primeiros registros sobre o termo “esporte” surgiram no século XII, na França. “Disport”, em francês, vem de “deport”, que significa divertimento, segundo o Dicionário Tubino do Esporte (TUBINO, GARRIDO, TUBINO, 2007, p.36). Com o passar dos anos, o conceito foi se modificando. Da França ganhou o mundo. “No século XIV, os ingleses começam a usar a palavra ‘disport’, já com o sentido de passatempo, recreação e jogo.” (p.36) E na própria Inglaterra o termo também foi

sofrendo alterações. Marinheiros começaram a usar “a expressão ‘se *desporter*’ para se referir a diversões de confronto entre suas habilidades físicas” (p.36).

Nesse sentido, nota-se algo semelhante especificamente com relação ao futebol. O esporte, hoje popular no mundo todo, em determinado período também representava o confronto entre as habilidades físicas de seus participantes, como veremos mais adiante no item do referencial histórico especificamente sobre o futebol, que relata a prática do esporte pelos soldados nos intervalos entre as batalhas, na Idade Média. Ao adentrar o universo das zonas portuárias da Inglaterra, onde o futebol se difundiu no final do século XIX, segundo Tubino (1993), pode-se dizer que o esporte começou a ser tratado como algo ligado a folga, atividade realizada fora do trabalho, se aproximando, assim, do conceito tradicional de jogo.

No entanto, há que se levar em consideração outro ponto neste estudo. Quando se diz atividade realizada fora do porto, fora do trabalho, se pressupõe algum dispêndio de energia. Passa-se a excluir desse momento de lazer atividades mais paradas, como os jogos de tabuleiro. Contudo, na era medieval, atividades desse tipo chegaram a ser proibidas. Segundo Huizinga (2005, p.218), “a aceitação dos jogos e dos exercícios corporais como valores culturais importantes só surgiu no fim do século XVIII”.

Contudo, ainda há pouco argumento para se definir o esporte, muitas questões ideológicas podem ser levadas em conta. Barão de Coubertin, o criador do Movimento Olímpico, dizia: “O Esporte é um culto voluntário e habitual do exercício muscular intensivo, apoiado na vontade de progredir, podendo implicar até o risco.” (ESTADELLA, 1979, p.32) Percebe-se mesmo na definição de Coubertin que ainda não há referência sobre o profissionalismo no esporte em seu ideal.

Pierre de Coubertin foi o segundo Presidente do Comitê Olímpico Internacional. Ele nasceu em 1863 e morreu em 1937, época em que o profissionalismo no esporte ainda não tinha o tamanho de hoje. O barão foi um grande defensor do amadorismo, do conceito de esporte sob forte influência do “jogo”. O Olimpismo, do qual ele fez parte, era um movimento que se caracterizava pelo simples prazer de praticar as atividades e, por meio delas, promover a confraternização entre homens e povos.

Vamos buscar em outro francês mais um conceito. Estadella (1979, p.32) se inspira em Bernard Gillet para dizer que o esporte é “uma luta e um jogo; é uma atividade física intensa, submetida a regras precisas e preparada por um

treinamento metódico”. Surge, a partir daqui, uma modificação de conceito, passando a levar em conta mais elementos. Já aparece aqui referência à necessidade de criar instituições para organizar o esporte, numa visão um pouco mais burocrática sobre o tema.

Tubino também contribui para a definição sobre o esporte:

O esporte quando praticado generalizadamente (...) é uma das manifestações da cultura física que também compreende a dança e a recreação (atividades de fim de semana no campo, por exemplo) e se fundamenta na Educação Física. (TUBINO, 1993, p.9)

Aqui já aparece um contexto inclusivo e pedagógico. Mas, segundo Estadella (1979), há o que se complementar acerca de todos os conceitos apresentados até agora:

O esporte, compreendido como atividade não profissional, apresenta um componente muitas vezes esquecido: a generosidade do esforço. Enquanto a maior parte das ações e gestos humanos inserem-se num contexto utilitário – servem para alguma coisa, através delas obtém-se algo –, o esporte pressupõe desperdício de energias que tem um fim em si mesmo. Num mundo técnico e instrumentalizado, onde todos os valores parecem ser medidos com critérios econômicos, o esporte é algo desafiante pelo seu aparente desdém em relação ao valor do tempo, consumindo forças sem outra finalidade, além do esbanjamento de gozo dentro de um marco competitivo. (ESTADELLA, 1979, p.32)

Alcoba Lopez (1993) traz outra definição. Para o teórico espanhol, o esporte é uma atividade física, individual ou coletiva, praticada de forma competitiva. No entanto, Lopez faz uma separação sob dois pontos de vista: um deles, tomando o caráter lúdico do esporte e o outro, seu caráter agonístico, em referência aos combates atléticos gregos, ressaltando, neste último, já uma atividade exercida em forma de trabalho, com cunho profissional.

O sociólogo francês Magnane (1969) também propõe um conceito que incorpora a possibilidade de profissionalização. Para ele, o esporte é:

Uma atividade do lazer cuja predominância é o esforço físico, participando simultaneamente do jogo e do trabalho, praticada de maneira competitiva, comportando regulamentos e

instituições específicas, e suscetível de transformar-se em atividade profissional. (MAGNANE, 1969, p.71)

Nota-se nos conceitos apresentados uma evolução dos pontos de vista e certa tentativa de dissociar o esporte do jogo. Huizinga chega a dizer que o esporte se tornou “profano” e já não se configuraria como uma atividade cultural. “No caso do esporte temos uma atividade nominalmente classificada como jogo, mas levada a um grau de organização técnica e de complexidade científica que o verdadeiro espírito lúdico se encontra ameaçado de desaparecimento.” (HUIZINGA, 2005, p.221)

Entende-se que essas informações são importantes para se entender como surgiu o esporte, e muito de tudo isso vale para o futebol. Uma das formas de se compreender o sucesso alcançado pelo futebol no século XX pode ser pela observação da sua rápida organização ao longo do século anterior. O futebol e os demais esportes modernos foram organizados nesse ambiente de entendimento das atividades esportivas para preparação do corpo, para adequação e integração do indivíduo na sociedade e no ambiente de trabalho. Em relação ao corpo, o esporte sempre foi um meio de exploração de limites. E foi com base também na exploração desses limites que os esportes de alto rendimento foram sendo criados.

Mais uma vez, chamamos atenção aqui para o próximo item deste estudo, que vai trazer mais detalhes sobre a unificação das regras do futebol, em 1863, com a International Board. Veremos mais adiante que esse fato foi responsável por promover a expansão desse esporte. De certa forma, a burocratização da atividade esportiva gerou a sua expansão. Ainda sobre a evolução do futebol, cabe ressaltar que na Europa, onde foi criada a regulamentação da modalidade, era uma febre entre o proletariado.

As relações de trabalho se modificaram também no futebol e no esporte em geral depois da Revolução Industrial. A exploração das marcas fez com que os atletas recebessem mais para competir, e os meios de comunicação passaram a vender mais para transmitir. Vamos recorrer mais uma vez a Barthes para entender como o esporte chegou aos dias atuais:

Em determinadas épocas, em determinadas sociedades, o teatro teve uma grande função social, reunindo a cidade inteira numa experiência comum: o conhecimento de suas próprias paixões. Hoje é o esporte que a sua maneira, exerce esta

função. Paralelamente, a cidade cresceu: não é mais uma metrópole, é um país, muitas vezes até o mundo inteiro. O esporte é uma grande instituição moderna baseada nas formas ancestrais de espetáculo. (BARTHES, 2009, p.104)

Como foi visto até agora, a constituição do esporte na modernidade é resultado de um processo longo e que, relegando a teoria do jogo a uma importância menor, faz parte da vida cotidiana. O pensador francês ainda ajuda a entender como o esporte de alto rendimento virou espetáculo justamente pelo cenário construído pelos meios de comunicação de massa. O elemento espetacular é constituinte da natureza do esporte, o que remete às práticas teatrais e ritualísticas. Nesse caráter ritualístico há de se levar em conta o público que vai assistir às performances. Os espectadores, no papel de coautores, são agentes da observação da disputa. Esses coautores estão de olho em tudo o que acontece, mas principalmente nos corpos evidenciados.

Rodrigues (2008, p.25) lembra que o corpo “continua a ser um campo de batalha onde diferentes concepções se apresentam e muitas vezes se conflitam”. É uma referência aos diversos modelos de corpo que se observam hoje em dia. Há exemplos de saúde, mas os noticiários também destacam quando esses corpos se machucam. Os modelos de beleza estampam as capas das revistas e dos portais eletrônicos, sendo que esses padrões e definições mudam conforme o local estudado. Oriente e ocidente, por exemplo, já apresentam muitas diferenças. Para Rodrigues (2008, p.11), “esses inúmeros valores e significados atribuídos ao corpo são fruto de uma construção social influenciada pelos valores, práticas, confluências e conflitos das sociedades em que cada corpo se desenvolve e vive”.

Na sociedade do século XX, o esporte também passa a fornecer imagens de eficiência e sucesso. Se antes o esporte era ponto de fuga, o momento de ruptura da seriedade, transformou-se em um dos mais eficientes modelizadores das relações sociais. O esporte, reduzido a quem ganha e quem perde, deixa de ser uma metáfora da sociedade e passa a ser o paradigma dela. A partir da linguagem esportiva constroem-se imaginários de felicidade associados a vencer sempre, no trabalho, nos relacionamentos e tudo o mais. Ser perdedor é estar ligado a uma não vida.

Retomando a análise proposta por Barthes (2009) a respeito da relação entre o esporte e o teatro, podemos dizer que o esporte seria um teatro moderno e institucionalizado que constrói textos resgatando a sua própria ancestralidade. Além disso, segundo Hillman (1993), ser telespectador nesse jogo de simulações também é estar em campo, dentro do ambiente vinculante do esporte, que constrói “cidades” entre aficionados.

Sodré (1977) nos ajuda a entender essa assimilação sugerida por Barthes e outros autores fazendo uma reflexão sobre o futebol nesse ambiente de esporte moderno:

No espetáculo futebolístico, o torcedor é espectador e ator ao mesmo tempo. Espectador porque não participa fisicamente do que se passa em campo. Ator porque a torcida (a discussão acalorada, o arrebatamento, enfim, a maneira como o espectador desempenha seu papel) faz parte necessária do show. (SODRÉ, 1977, p.140-141)

Ou seja, quando falamos em espetáculo esportivo, como a Copa do Mundo de futebol, por exemplo, temos por base um sistema de imagens geradas pelo e para o esporte vinculadas ao espetáculo midiático. Tudo isso transforma os agentes envolvidos. Como tratamos aqui de futebol, o Campeonato Brasileiro também pode ser citado como exemplo nesse contexto da exploração desses espetáculos pelas televisões em relações que surgem antes mesmo dos eventos e se mantêm depois deles. Portanto, os meios de comunicação parecem capazes de modificar os corpos que são exibidos. O consumo é quem dita como os corpos devem ser. Por isso, os jogadores de futebol atuam como produtos enquanto ídolos pelo talento que mostram em campo.

No Brasil, essa relação se acentua, tamanha é a preferência popular por esse esporte. Só que o futebol, como conhecemos hoje, tem pouco mais de cem anos. A história da origem do futebol é riquíssima e tema do próximo item deste levantamento histórico.

2.3 OS PRIMÓRDIOS DO FUTEBOL

O futebol nem sempre foi como vemos hoje. Há relatos de que a modalidade já esteve muito mais para o rugby ou o futebol americano. O atual técnico campeão

brasileiro, Cuca, tem dito em suas entrevistas que o futebol é uma conquista de territórios. O treinador, por sua vez, é o articulador dessas conquistas. É preciso encontrar trincheiras no meio do campo para chegar ao seu objetivo. A metáfora usada pelo técnico é resquício do que sempre foi o futebol, uma conquista de territórios, nem sempre praticado apenas com os pés.

As origens do jogo com bola são remotíssimas. Alguns estudos apontam que a Babilônia e o Egito Antigo – os primeiros centros de civilização na Antiguidade – foram os pioneiros na prática de algo semelhante ao futebol. Há uma polêmica em torno do assunto e informações divergentes entre vários autores. No entanto, é mais comum entre os pesquisadores a ideia de que os primeiros registros datam de dois mil e duzentos anos atrás.

De acordo com Aquino (2002), o futebol primitivo era chamado de *tsuchu*, no período da dinastia Han (202 a.C. - 226 d.C.). O nome do esporte significava “golpe na bola com o pé”. Já na dinastia Ming (1368 - 1644), o *tsuchu* tinha três modalidades, uma delas lembrava muito a habilidade das embaixadinhas do futebol moderno.

[...] em uma delas, havia a participação de um único jogador fazendo malabarismos com a bola. Outra modalidade envolvia a competição entre duas equipes empenhadas em lançar a pelota sobre uma rede no meio do campo. Aos adversários cabia evitar que a bola tocasse o solo antes de ser devolvida a outra metade do campo. A terceira modalidade opunha duas equipes empenhadas em arremessar a bola em algo parecido com gols colocados em cada canto do campo. (AQUINO, 2002, p.11-12)

O Japão não ficou muito atrás da China na iniciativa futebolística. Na terra do Sol nascente o esporte se chamava *kemari*. A princípio, era praticado como treinamento militar; mais tarde, passou a alcançar os nobres. O que chama a atenção no *kemari* é a bola, que, segundo registros antigos, tinha 22 centímetros de diâmetro e era recheada com crinas de cavalo.

O futebol dos romanos era o *harpastum*. A bola tinha uma capa de couro, chamada *follis*, que envolvia uma bexiga de boi cheia de ar. Talvez venha daí o apelido “bexiga” que se dá até hoje à bola de futebol.

Na América Central, o futebol arcaico tinha o nome de *pok-tai-pok*. Segundo Aquino (2002), os perdedores eram decapitados. E, em muitos casos, as partidas

continuavam entre os vencedores, com as pelotas de borracha sendo substituídas pelas cabeças dos perdedores.

No México, o futebol era jogado com bola de borracha maciça que representava o Sol. Jogava-se com o joelho, o cotovelo, o ombro e, muitas vezes, com os quadris. Entre os astecas e maias as disputas eram ritualísticas e tinham como objetivo comemorar as vitórias obtidas em batalhas contra eventuais adversários.

Aquino (2002) lembra que na Idade Média, em Florença, na Itália, o futebol era uma forma de solucionar as diferenças entre os políticos. Até então a violência era liberada. Mas, a partir de 1580, empurrões e pontapés passaram a ser punidos.

Já na Idade Moderna, a violência continuava, embora surgissem tentativas de combatê-la. Aquino (2002, p.15) cita William Shakespeare, que no século XVI escreveu “Tomais-me por uma bola de futebol? Vós me chutais pra lá e ele me chuta pra cá. Se devo durar neste serviço, deveis forrar-me de couro”.

Pesquisadores acreditam que o *calcio*, como é chamado o futebol na Itália, chegou à Inglaterra por volta do século XVII. E só no século XVIII as agressões começaram a ser punidas efetivamente, emergindo as primeiras experiências de criação das regras do futebol.

Em 1863 foi fundada a Football Association. Aí que surgiu o futebol definitivamente. No mesmo ano, a associação definiu as 14 regras do futebol. Mas, de acordo com Aquino (2002), o profissionalismo só se iniciou em 1885. No ano seguinte foi criada a International Board, entidade cujo objetivo principal era restabelecer e mudar as regras do futebol, quando necessário. No ano de 1897, uma equipe de futebol inglesa chamada Corinthians fez uma excursão fora da Europa, contribuindo para difundir o futebol pelo mundo.

Já em 1904 foi criada a Fifa (Federação Internacional de Futebol), associação que organiza campeonatos de futebol até hoje no mundo todo.

Não é de se espantar que, em muitos países – inclusive rivais da sociedade inglesa – houvesse resistências a adoção do futebol, que tinha na Inglaterra a pátria mãe. Mesmo assim, o futebol ganhou o mundo. Derrubando barreiras, rapidamente tornou-se paixão nacional, fosse na França, onde chegou em 1872, na Suíça, em 1879, na Bélgica, em 1893 e no Brasil, em 1894. (AQUINO, 2002, p.20)

No Brasil, oficialmente, o futebol moderno chegou primeiramente em São Paulo. O responsável foi Charles Miller. Filho de pais ingleses, ele foi estudar em Southampton, na Inglaterra, quando tinha 9 anos. E foi lá que aprendeu a praticar o esporte. Miller até vestiu a camisa da seleção do condado de Hampshire. Mas, em 1894, ao retornar a São Paulo, trouxe para o Brasil “elementos” do futebol. Na bagagem vieram duas bolas de couro, camisas, chuteiras e calções.

De acordo com Daolio (2005), o descendente de ingleses Oscar Cox introduziu o futebol no Rio de Janeiro em 1897. Ele seguiu o exemplo de Charles Miller e trouxe bolas e equipamentos da Inglaterra. No início, eram os nobres que disputavam as partidas. Aquino (2002) afirma que os jornais paulistas davam às notícias formalidade proporcional à das funções dos jogadores na sociedade. Mas logo o futebol se difundiu nas fábricas e indústrias.

Contudo, embora oficialmente sua introdução no Brasil esteja ligada a duas pessoas da elite, pressupõe-se que o futebol já era praticado há mais tempo no Brasil.

A prática do futebol logo se difunde por fábricas e indústrias, passando a ser praticado também por trabalhadores. Todavia, crê-se que o futebol já se faz existir no Brasil em virtude do contato que havia nos colégios, nos cais e nas fábricas com aqueles que já tinham experiência de convívio com a cultura européia. (DAOLIO, 2005, p.22)

E nessa busca histórica já se percebe a paixão dos brasileiros pelo futebol:

Uma das características da relação entre brasileiros e futebol foi a paixão, demonstrada desde os primeiros momentos, seja na rápida proliferação dos campos de “pelada”, clubes, campeonatos, seja na ida de grande contingente de espectadores aos jogos da época. O futebol desbanca outros esportes como remo e turfe e vai aos poucos tornando-se a paixão nacional. (DAOLIO, 2005, p.21)

Aos poucos o futebol foi ganhando adeptos e se organizando no país. O primeiro clube registrado foi o Sport Club Rio Grande, da cidade de Rio Grande (estado do Rio Grande do Sul), em 1900. O clube ainda está em atividade hoje em dia.

No mundo inteiro as competições regionais já aconteciam, mas a Fifa decidiu realizar a primeira Copa do Mundo em 1930, no Uruguai. O Brasil participou dessa primeira edição, e já nesse primeiro ano dá pra ver a clara influência política que o esporte sempre teve. O país vivia momentos difíceis, era a Revolução de 30, e o presidente Washington Luís viu aí uma oportunidade de aumentar sua popularidade, então convocou 15 jogadores de São Paulo e 9 do Rio de Janeiro.

O Brasil sempre vislumbrou a possibilidade de o futebol se tornar um megaevento esportivo, tanto que construiu o maior estádio do mundo para a Copa de 1950, o Maracanã. A imprensa brasileira vivia ali a maior cobertura esportiva da história. O rádio estava em sua época de ouro, com Antônio Cordeiro e Jorge Curi, e os jornais estampavam no dia da final manchetes como “Hoje o povo vai comemorar o título”, “Brasil, campeão do mundo” e “Hoje é dia de glória suprema” (AQUINO, 2002, p.68). É curioso perceber que essas manchetes tratam o Brasil como melhor do mundo e nem é citada a modalidade esportiva. É como se a vitória no futebol sustentasse uma hegemonia em todos os sentidos.

Naquela final, mais de 210 mil pessoas se espremiavam nas arquibancadas. E quem estava em casa ouvia pelo rádio. Estima-se que mais de 52 milhões de pessoas estavam ouvindo a final da Copa de 50. Mas o jogador Ghiggia, da seleção italiana, acabou com a festa dos brasileiros e deu o título ao Uruguai.

A cobertura da imprensa brasileira sobre o futebol não parou de crescer desde então. A televisão só passou a transmitir as partidas no Brasil ao vivo, em cores, em 1970, um ano de grandes perseguições pelo regime militar. Apesar disso, já se provava ali a grande influência da imprensa sobre o futebol. Tanto é que João Saldanha, comentarista esportivo, foi chamado para escalar a seleção, só não podia contrariar o presidente Médici. Mesmo assim, ele o fez. A imprensa acabou fazendo cobranças e Zagallo foi o substituto. Outros técnicos da seleção depois também viraram comentaristas de futebol. Falcão é um exemplo, Muricy Ramalho é outro...

Para a televisão, a Copa do Mundo dos Estados Unidos, em 1994, atingiu números “estrondosos”. As emissoras passaram a transmitir os 52 jogos ao vivo. A transmissão foi feita para 189 países e atingiu mais de 400 milhões de espectadores na época. A divulgação em massa pela TV confirmava a “paixão nacional” como aliada das emissoras. A Rede Globo passou a investir e muito no futebol: pagou US\$ 240 milhões pelos direitos de transmissão da Copa de 2002. Segundo a CBF (Confederação Brasileira de Futebol), o Brasil tinha ao final de 1998 15 mil times

inscritos na Confederação, enquanto o universo de praticantes chegava a 580 mil. Ou seja, um gigantesco mercado consumidor dos produtos do futebol. Pelos direitos de transmissão da Copa seguinte, de 2008, a Globo pagou o dobro, revelando o grande interesse em faturar em cima do megaevento esportivo. O investimento foi de quase meio bilhão de dólares, na época. Mas não era para difundir a cultura do futebol, a Globo estipulou regras junto à CBF.

O contrato da CBF com a Globo obriga os jogadores a dar entrevistas após as partidas da seleção brasileira e dá à emissora poderes sobre os horários dos jogos do time nacional. A CBF também se obriga a “envidar os maiores esforços” para que a Globo tenha condições de fazer a mais ampla cobertura jornalística das partidas da seleção. (AQUINO, 2002, p.112)

Para atender a tantos pedidos, a CBF se obrigou a investir na assessoria de imprensa. Já começava nessa época, ainda de forma embrionária, o uso de assessorias de imprensa para coordenar a relação entre clubes e jogadores e os meios de comunicação. Até então, era livre o trabalho dos jornalistas, que chegavam a entrar nos vestiários após os jogos. Ou seja, começava aí a padronização da oferta de conteúdo aos jornalistas.

Novidade, mais uma vez, aconteceu na Copa de 1998. Essa foi a primeira com cobertura da internet. Aliás, hoje em dia, a internet faz a maior cobertura dos eventos esportivos, inclusive do futebol. Porém, ainda não eliminou o telejornalismo esportivo. As mídias estão num momento de convergência: já existe TV dentro da internet e programas de internet na programação das TVs. Contudo, o horário nobre da principal rede de televisão do país ainda é do futebol nas quartas-feiras. E raramente acontece de alguma emissora bater a audiência do futebol de quarta à noite.

Enfim, para encerrar esta pesquisa histórica, podemos concluir que as Copas do Mundo se tornaram megaeventos esportivos, principalmente a partir de 1994. A cobertura sobre o futebol no Brasil também cresceu muito e ficou mais difícil ter acesso aos jogadores para produzir conteúdo exclusivo sobre o espetáculo das multidões. O futebol alcançou um nível tão alto de profissionalismo que as assessorias de imprensa das empresas invadiram os clubes de futebol e causaram uma pasteurização do conteúdo, além de definir quem fala o quê.

3 - OS JOGADORES AO VIVO

Nesta parte do trabalho, vamos entender os fatos que motivaram este estudo. São dois momentos, entre tantos que aconteceram nos últimos tempos dentro dos jogos de futebol, que se tornaram espetáculos midiáticos no país.

O primeiro exemplo motivador desta pesquisa vem de um fato jornalístico que aconteceu no dia 28 de agosto de 2014. O Santos enfrentava o Grêmio em Porto Alegre. Era ano de Copa do Mundo. A Fifa havia feito uma grande campanha contra o racismo – antes dos jogos, cartazes eram expostos com frases que condenavam atitudes racistas. E, nesse jogo especificamente, aconteceu o contrário do que a campanha pregava.

A partida estava no segundo tempo. O goleiro do Santos já tinha ouvido muitos xingamentos e provocações, até que decidiu ir em direção às câmeras e apontar para a torcida. Não dava para ouvir o que ele dizia, mas os gestos evidenciavam que havia acontecido algo estranho. Ele apontava em direção aos torcedores o tempo todo.

Duas emissoras de TV transmitiam aquele jogo: a Globo e a ESPN Brasil. A Globo não embarcou no convite “desesperado” do jogador. Por outro lado, a ESPN apontou as câmeras para a torcida e flagrou uma torcedora da equipe do time gaúcho chamando Aranha de “macaco”. Além disso, outros torcedores imitavam sons de macaco para que o atleta ouvisse.



Figura 1 - Goleiro Aranha aponta para torcedores no jogo entre Santos e Grêmio – Porto Alegre, 28/08/2014. Foto de Ricardo Rimoli / Agência Lance²

Na reportagem da ESPN.com.br (28/08/2014), o redator descreve a fala do goleiro Aranha na íntegra – o relato do jogador mostra que ele estava revoltado:

“O fato de ter uma campanha contra o racismo no telão da outra vez não é à toa. A torcida xingar e pegar no pé é normal. Mas daí começaram a falar ‘preto fedido’, ‘cambada de preto’, fiquei nervoso, mas fiquei me segurando. Fizeram rápido e pouco um coro de macaco, para não dar tempo de pegar. Pedi para o câmera virar e mostrar, mas ele não fez isso. Fico p... com essas coisas acontecerem aqui. Mas isso dói, dói. Não é possível. Vem falar que eu estava insultando a torcida, virei e falei que eu era preto sim, negão”, afirmou o goleiro.

² TERRA. **Aranha pede respeito e quer "leis cumpridas" em caso racismo.** 29/08/2014. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/santos/aranha-pede-respeito-e-quer-leis-cumpridas-em-caso-racismo,c21260d112328410VgnVCM4000009bcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 18/02/2017.

Ao dizer que a câmera não mostrou o comportamento da torcida, o goleiro Aranha se referia à Globo, que em um primeiro momento não colocou no ar o que estava acontecendo. Em outro trecho da entrevista após o jogo, o goleiro disse mais uma vez que teve a intenção de fazer uma denúncia: “No meio de tanta gente, fica difícil assim, mas tá dado o recado pra próxima partida.”

O fato foi tão explosivo quanto uma bomba. Causou efeitos. O técnico do Santos, Oswaldo de Oliveira, usou o espaço da entrevista coletiva pós-jogo para comentar o caso: “Essa questão do racismo, a gente podia fazer o seguinte: parar de falar e as autoridades punirem.” (ESPN.COM.BR, 28/08/2014)

Por ter sido mostrado ao vivo, os jornalistas buscaram repercutir o caso depois do jogo. Era só sobre isso que se falava na zona mista³. Alguns jogadores e algumas pessoas envolvidas com o futebol se posicionaram sobre o que foi mostrado na televisão. Os trechos explicitados a seguir também foram extraídos de reportagem da ESPN.com.br (28/08/2014).

Edu Dracena, zagueiro do Santos [na época]: “Isso é lamentável no futebol e na vida. Todo mundo é igual a todo mundo. Não tem como discriminar ninguém hoje. Você vê no futebol, onde tem espetáculo, uma pessoa imbecil como essa tem que ser banida do futebol, não pode nem entrar no estádio. O Aranha foi muito feliz ao denunciar e só assim podemos acabar isso. [...] Essas pessoas sozinhas não têm essa atitude. Por estar acompanhado, de querer chamar a atenção, fazem esse tipo de ofensa.”

Zé Roberto, meia do Grêmio [na época]: “É lamentável a gente viver no século XXI e estar passando por uma situação como essa, eu só tenho que lamentar. Como pegou a imagem clara, tem que haver punição. Infelizmente, a gente vive em um país racista. Só lamento que, às vezes, numa situação como essa, o próprio clube sai punido por não ter nada a ver, se tratando de um torcedor do clube. [...] Na minha carreira, pelo que me lembre, no tempo que joguei na Alemanha, eu nunca passei por essa situação. Uma situação desagradável que eu nunca espero passar. Não tenho muito o que falar dessa questão, é de ficar indignado, com tantas raças diferentes, cores diferentes, e viver um episódio desse dentro do nosso estádio. [...] A gente fica muito chateado. Quem teve esse ato de racismo pode ser punido, embora não sei se adianta muita coisa, porque é uma coisa que está encubada. Ainda que venha a ter punição, a gente vai continuar vivendo com esse

³ Zona Mista é o nome dado ao lugar onde os jogadores dão entrevistas ao final dos jogos. É um espaço convencionado mundialmente. E não é apenas de uso dos atletas de futebol, outros esportes também têm esses espaços para os jornalistas poderem ter contato com os atletas.

tipo de situação de racismo. [...] Como me falaram que a televisão pegou a pessoa, que seja punido, embora não vá minimizar muita coisa, porque no Brasil não é novidade. Não deva ter solução. Que tenha punição, mas não solução eu creio que não tenha não.”

Arouca, volante do Santos [na época]: “Espero que as autoridades possam tomar atitude, punir essas pessoas, que tiveram esse tipo de ato, porque não dá pra aceitar mais. Algumas pessoas olham outras fazendo, olham que não dá em nada e acabam tomando a mesma atitude. Enquanto não houver uma atitude mais severa, a gente vai continuar passando por isso.”

Robinho, atacante do Santos [na época]: “Somos todos iguais. O Grêmio é muito grande, tem que identificar, não precisa generalizar, não foi a torcida toda, mas a gente fica chateado. [...] Não precisa punir todo mundo, não foram todos os torcedores, tem muitas câmeras que dão para identificar bem. Tem que ter punição severa para eles, não vem mais para o estádio. Tem jogador do grêmio que é negro.”

Muricy Ramalho, técnico do São Paulo [na época]: “Isso é coisa do nosso país. Está nesta situação, os caras brigam, roubam em cima, isso é um exemplo do país. Nossa educação é ruim. O cara vai para dentro do campo como na rua está acontecendo, xingar as pessoas. E sabe que não vai acontecer nada. Isso está chato. Eu trabalhei dois anos com o Aranha no Santos. O cara que xingou... Primeiro que deveria ser preso. E segundo que não teve a chance de conhecer quem é o Aranha. Imagina como tá o filho do Aranha. Isso é um reflexo do nosso país.”

Zinho, gerente de futebol do Santos [na época]: “A gente lamenta muito, não cabe mais isso na sociedade que a gente vive. Esse ato e essa torcedora, a gente fica muito triste. Não pode uma paixão, um sentimento de um jogo extrapolar para essa esfera. Nós ficamos muito tristes. Somos solidários ao Aranha e contra qualquer tipo de preconceito. [...] Nós temos nosso departamento jurídico, seria leviano da minha parte falar qualquer comentário sobre o que o Santos faz ou não, e vamos, primeiro, dar o apoio ao nosso atleta.”

Como consequência, inúmeras reportagens sobre o assunto tornaram-se prioritárias na agenda do jornalismo nacional. O caso inclusive foi noticiado em outros países. A casa onde a menina flagrada em ato racista morava foi apedrejada. Ela perdeu o emprego e ainda teve que responder processo por racismo.



Figura 2 - Torcedora do Grêmio flagrada pela TV.

Foto: Reprodução TV/ESPN Brasil⁴

Outro fato motivador da presente pesquisa também aconteceu em ano de Copa do Mundo. O jogador Emerson Sheik, quando estava no Botafogo, protagonizou cenas que deram o que falar, embora não tenham alcançado a mesma dimensão do caso do goleiro Aranha. No jogo contra o Bahia, ele levou um cartão amarelo. Em seguida, olhando para a câmera que registrava o jogo, disse “CBF, é pra você”. Depois, ele tomou o segundo cartão amarelo e foi expulso. Quando saía de campo, procurou outra câmera e foi bem pertinho dela. Sabendo que estava em destaque, disse: “CBF, você é uma vergonha, vergonha, vergonha...”



Figura 3 - Emerson reclamando para a câmera. Foto: Pedro Martins/AGIF⁵

⁴ *Frame congelado da cena registrada pela televisão. Cf.: GIOVANI MATTIOLLO. Repugnante: Vídeo mostra os insultos racistas da torcida do Grêmio. Publicado no Youtube em 28 ago. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LDXNqBP8EYw>>. Acesso em: 18/02/2017.*

⁵ *Cf.: GENTILE, Bernardo. Sheik é expulso e usa câmeras para criticar mais uma vez a CBF: 'Vergonha'. Uol Esporte. Futebol - Brasileiro. 17/09/2014. Disponível em: <<https://esporte.uol.com>.*

A seguir, podemos observar outra foto, novamente um *frame* congelado da reportagem⁶ que exhibe o momento em que Emerson Sheik corre para as câmeras.



Figura 4 - Detalhe da cena registrada pela câmera ⁷

Após o jogo, todos os repórteres queriam saber sobre o acontecido, ou sejam, o jogador conseguiu a publicidade que queria para a denúncia. Também na internet está disponível uma reportagem⁸ sobre o assunto.

Sheik começou a responder aos repórteres ainda dentro de campo. Posicionou-se de frente para a câmera para, em posição de discurso, desabafar: “Falar alguma coisa sem ver as imagens é ruim, né. Foi mostrado pra nós o histórico do seu Emerson... CBF, vocês têm que tomar vergonha na cara e respeitar os outros, respeitar o profissional, tá? Vocês têm que tomar vergonha.”

Assim, a primeira pergunta da entrevista coletiva pós-jogo foi sobre a denúncia. O jogador ganha espaço para explicar como vê a questão da arbitragem promovida pela CBF:

br/futebol/campeonatos/brasileiro/serie-a/ultimas-noticias/2014/09/17/sheik-e-expulso-e-usa-cameras-para-criticar-mais-uma-vez-a-cbf-vergonha.htm>. Acesso em: 18/02/2017.

⁶ Cf.: EDUARDO COBAIN. **Emerson Sheik critica a CBF**. Publicado no Youtube em 27 out. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=b_m9jeshR5A>. Acesso em: 19/02/2017.

⁷ Cf.: NETO. Emerson Sheik - Entenda o caso. **Blog do Neto** - Uol Esporte. 04/10/2014. Disponível em: <<https://blogdoneto.blogosfera.uol.com.br/2014/10/04/emerson-sheik-entenda-o-caso/>>. Acesso em: 19/02/2017.

⁸ Cf.: BG - BOTAFOGO GLORIOSO. **De Sheik para CBF** - Toma vergonha na cara! Publicado no Youtube em 04 set. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZkpU-dnxlio>>. Acesso em: 19/02/2017.

Não são profissionais, não são, então, não deveriam estar lá. A vergonha é em relação a isso, é de estar vivendo todo o dia pro clube, trabalhando, assim como outros atletas, de maneira geral... Os caras estão no escritório trabalhando, outros nem trabalham, não sei da vida deles, mas uma coisa eu tenho certeza, a vida deles não é só pro futebol. A vida deles não é só arbitrar. Então, é isso que a gente precisa rever e a CBF também.⁹

Pelo que ficou claro nesse exemplo, o jogador do Botafogo estava há muito tempo em desacordo com a arbitragem da CBF e aproveitou o momento da transmissão para todo o Brasil ao vivo para falar o que pensa.

Como já foi citado, os dois fatos motivaram a ideia de fazer este estudo, porque revelam momentos de grande relevância para a prática cotidiana do jornalismo esportivo. Agindo dessa maneira, os jogadores conseguiram a atenção de milhões de pessoas. Ambos os casos representam um desabafo. Eles conseguiram usar a própria imagem para chamar atenção. Usaram um veículo de grande alcance pra conseguir isso. E ainda conseguiram destaque na pauta do noticiário veiculado na sequência. Mas esses fatores serão estudados mais tarde.

Poderiam ser citados ainda outros tantos casos que continuaram acontecendo ao longo do ano de 2017. Por exemplo, o ex-técnico do Palmeiras Eduardo Batista foi alvo de muitas críticas no início da temporada. Até que no fim do mês de abril decidiu atacar os jornalistas em uma entrevista coletiva que estava sendo transmitida ao vivo para TV e para internet. Ele pediu respeito ao trabalho dele e culpou os jornalistas por forçarem um clima de brigas e intrigas no vestiário. Na semana seguinte acabou demitido, porque a direção do clube passou a ser cobrada pela imprensa. Enfim, outros casos poderiam ser citados, uma vez que esse tipo de intervenção tem se tornado cada vez mais comum. Contudo, para organizar o estudo, serão analisados apenas os dois primeiros citados anteriormente.

Com base nesses fatos cada vez mais comuns, houve a tentativa de entrevistar os jogadores dos quatro maiores clubes de São Paulo para saber o que pensam sobre o assunto, mas as assessorias de imprensa não permitiram. Uma constatação, na prática, de um dos motivos por que jogadores e integrantes de comissões técnicas são orientados antes de falar. O filtro é institucionalizado. Sem a

⁹ Cf.: TERRA. **Sheik explica por que chamou CBF de vergonha e ataca juízes**. Publicado no Youtube em 19 set. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LiViNUJWI9o>>. Acesso em: 18/02/2017.

autorização dos assessores, toda oportunidade de produzir um conteúdo jornalístico diferenciado cessa. Esse veto à fala já seria também consequência da profissionalização do esporte, que será vista mais adiante.

Na rotina dos jornalistas, o contato com os assessores é a única forma de acesso aos jogadores. Em contrapartida, diante do relacionamento pessoal com alguns atletas, e com o auxílio do produtor de TV Eusir Bastos, algumas respostas foram obtidas para inclusão na presente dissertação.

3.1 A FALA DOS JOGADORES

A dificuldade dos jogadores em falar de forma exclusiva para um determinado jornalista foi confirmada na realização deste estudo. A ideia era buscar opiniões sobre o tema. Como pressupõe uma pesquisa exploratória, o procedimento planejado envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão. (GIL, 2007)

Quatro jogadores aceitaram falar sobre o assunto através de contato feito pelas redes sociais. Essa tem sido a forma mais fácil e informal de conversar com os jogadores na atualidade. Aliás, as próprias emissoras de televisão costumam buscar conteúdo nas redes sociais para publicar reportagens. Esse, porém, não é o objetivo central da pesquisa, o relato serve apenas para complementar a investigação. Ademais, não é um conteúdo exclusivo, está na internet para acesso de todos. Mas cada vez mais é informação que embasa noticiário e que também gera notícia.

Para conseguir as respostas dos jogadores, as entrevistas foram feitas através de registro no celular ou no computador. E é assim que muitos jornalistas conseguem entrevistas exclusivas hoje em dia. Na final olímpica do boxe nos Jogos de Londres, a equipe de reportagem da TV Record conseguiu entrevistar o medalhista de prata, Esquiva Falcão, momentos antes da luta decisiva, através de um agendamento feito pelo Facebook, plataforma de conversa online utilizada por mais de um bilhão de pessoas diariamente. O bate-papo pelas redes sociais via internet foi a única forma encontrada para driblar as assessorias.

Cabe ressaltar que, nesse universo, o trabalho desenvolvido pela assessoria de imprensa do Santos F. C. é diferenciado. É consenso entre os jornalistas esportivos de São Paulo que a equipe que representa o clube santista no contato

com a imprensa é formada por profissionais mais flexíveis, que não moveriam represálias a jornalistas que buscam a palavra dos atletas sem passar pelo seu “crivo”.

O estudo não tem o objetivo de criticar em demasia o trabalho das assessorias no futebol, esse é um trabalho que tem mudado muito nos últimos anos. Não é à toa que Elisa Ferraretto e Luiz Ferraretto (2009) já estão na quinta edição de seu livro “A Assessoria de Imprensa: Teoria e Prática”. Diante desse cenário em transformação, os autores discorrem sobre a função do jornalista assessor de imprensa:

A função do assessor de imprensa é facilitar a relação entre seu cliente – empresa, pessoa física, entidades e instituições – e os formadores de opinião, cabendo a esse profissional orientar o assessorado quanto ao que pode ou não interessar aos veículos de comunicação e, portanto, vir a ser notícia.

Uma das atribuições essenciais do assessor de imprensa é, assim, a intermediação das relações entre o assessorado e os veículos de comunicação, tendo como matéria-prima a informação e como processo a sua abordagem na forma de notícias.

Ao longo dos anos com a evolução da atividade, outras demandas de comunicação foram incorporadas o dia a dia das assessorias. (FERRARETTO, FERRARETTO, 2009, p.12)

Além disso, como visto previamente, essa intermediação entre jogador e imprensa no futebol é produto da modernização e das grandes proporções que o espetáculo esportivo tomou.

Diante do exposto, o presente estudo levará em consideração as opiniões de quatro jogadores da atualidade que são assessorados pelas assessorias de imprensa dos clubes de futebol. Foram feitas as mesmas três perguntas para todos. Conseguimos as opiniões de Rafael Longuine e Gauthier, do Santos, de Deola, do Juventus, e Pablo, do Corinthians. As entrevistas na íntegra estão no final do trabalho, no Anexo 1, como forma de trazer mais detalhes da interpretação dos jogadores de futebol sobre o tema analisado. Mas, de antemão, neste capítulo será explanado um resumo das informações obtidas.

Na primeira pergunta, houve uma tentativa de deixar os entrevistados tranquilos sobre o controle interno dos clubes onde jogam, informando que a intenção da pesquisa não é afirmar se a assessoria de imprensa é boa ou ruim. Ao mesmo tempo, foi deixada clara a dificuldade dos jornalistas em conseguir contato

com os atletas. Todos os jogadores concordaram que, realmente, há hoje uma blindagem por parte das assessorias.

De forma mais direta, foi perguntado se os jogadores têm a oportunidade de falar o que querem, a qualquer hora, com a imprensa. Pablo, atleta do Corinthians, respondeu que é comum o jogador não conseguir falar o que quer. Gauthier, do Santos, disse que não se preocupa com isso; e Rafael Longuine, também do Santos, disse que depende da assessoria de imprensa, demonstrando a veracidade da alegação dos jornalistas sobre a assessoria de imprensa do Santos, que parece passar mais tranquilidade no trato com os atletas. Os profissionais contratados pelo clube deixam os assessorados mais soltos com a imprensa. Entretanto, cabe notar que muitos jogadores têm, além da assessoria do clube, assessores pessoais para tratar do agendamento de entrevistas, conteúdo a ser publicado nas redes sociais, marketing pessoal etc.

Contudo, a maior contribuição sobre a possibilidade ou não de falar o que querem é do goleiro Deola. Aliás, ele foi mais longe em todos os questionamentos – foi o que mais refletiu, sem se preocupar com a assessoria de seu clube, talvez pelo fato de estar num time com menos visibilidade se comparado aos demais e, por consequência, menos preocupação com a imprensa. Entretanto, vale ressaltar, para quem não acompanha muito a rotina do futebol, que Deola é aquele que poderia ter sido o sucessor do ídolo incontestável dos palmeirenses, o goleiro Marcos. O mais experiente entre os entrevistados trouxe a maior contribuição.

O goleiro chegou a afirmar o que se ouve em muitas rodas de bate-papo entre jornalistas: que o “politicamente correto” predomina hoje em dia e há muito tempo. Ele acha que isso pasteuriza o noticiário, deixa sem gosto. O atleta acrescentou, porém, que a culpa também é de jornalistas que distorcem as falas e deixam os jogadores sem defesa. Então, aqui surge mais uma justificativa para o controle das assessorias. Ele disse ainda que o problema é mais grave na imprensa escrita e que muitos buscam polêmica como estratégia para vender jornais a qualquer custo.

A entrevista prosseguiu com um questionamento ainda mais simples, e as respostas objetivas foram bem conclusivas. A pergunta era se o jogador costuma falar o que pensa quando tem oportunidade, e Longuine, do Santos, foi o único a dizer que depende de cada um. Os outros responderam que jogador nenhum fala o que pensa. Acontece aqui a retomada do que foi dito antes, aquele “politicamente

correto” a que Deola se referiu. Isso quer dizer que os jogadores tentam agradar na média das respostas.

Ao longo da história do futebol, alguns jogadores foram a antítese disso. Romário, Edmundo, Viola e Vampeta são exceções, e um dos estudados, Emerson Sheik, está entre eles. Felipe Melo, do Palmeiras, é outro que não mede as palavras – costuma se meter em confusões pelas suas declarações. Ao se integrar ao Palmeiras, em 2017, chegou dizendo que ia dar tapa na cara de uruguaio, o que exigiu uma retratação diante dos uruguaios nas vésperas de um dos jogos da Libertadores, que é a maior competição sul-americana.

O ousado chegou!
“Se tiver que dar tapa na cara de uruguaio, vou dar”, diz Felipe Melo

Figura 5 - Manchete da ESPN.com.br do dia 17/01/2017

A entrevista polêmica do jogador do Palmeiras também pode ser acessada pela internet.¹⁰ A declaração rendeu para os jornalistas, assim como aconteceu com os dois exemplos centrais da pesquisa. O jogador do Palmeiras teve que pedir desculpas.

Felipe Melo se desculpa e diz que não vai “dar tapa na cara de uruguaio”

Figura 6 - Manchete da ESPN.com.br do dia 11/04/2017

Essa foi a forma encontrada pelo clube para acalmar os ânimos na véspera do primeiro jogo decisivo contra uma equipe uruguaia, no caso, o Peñarol. Essa entrevista (ESPN.COM.BR, 11/04/2017) também teve milhões de acessos na internet e foi exibida em todos os programas de bate-papo não só da ESPN, mas de todas as emissoras. Só que tudo isso ainda respingou na própria partida.

¹⁰ Cf.: CANAL DO TORCEDOR. **Felipe Melo fala que "vai dá porrada" e "tapa na cara de Uruguaio"**. Publicado no Youtube em 17 jan. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MXEjjQHtlZs>>. Acesso em: 01/05/2017.

Melo acusa uruguaio de racismo: "é o tapa na cara que falei"

Figura 7 - Manchete da seção de esportes do portal Terra em 13/04/2017

O jogador foi chamado de “macaco” pejorativamente por um uruguaio durante o jogo. Na fala citada a seguir Felipe Melo explica o que gerou essa manchete. A declaração foi feita após o jogo contra o Peñarol:

“O cara que fez o gol deles (Gastón Rodríguez) ficou durante muito tempo me chamando de macaco. Macaco para cá, macaco para lá. Eu acho que a televisão dá para pegar bem ele me chamando de macaco. Sou preto mesmo, acho que ele deve ter algum problema, a mulher dele já teve ter traído ele com algum negão, alguma coisa assim. Mas o importante é que ganhamos o jogo”, disse o volante [...]. (CALIÓ, 13/04/2017)

A declaração dava sequência à polêmica, que se estendeu por mais tempo porque ainda teve o jogo de volta, lá no Uruguai. Trata-se de mais uma demonstração, portanto, de como o assunto é pertinente e continua gerando novos episódios a cada dia. Enfim, foi só mais um exemplo de alguém que colabora para alimentar a criatividade do noticiário esportivo, na contramão do “politicamente correto” que Deola descreveu há pouco.

A terceira e última pergunta foi um pouco mais elaborada, com a intenção de situar o jogador dentro do cenário da pesquisa. Os dois casos que norteiam a análise foram citados para esclarecer o motivo da pergunta. No intuito de contextualizar a indagação, foi comentado ainda que, quando comemoram gols, alguns jogadores mostram mensagens em camisas vestidas por baixo da camiseta oficial – os clubes pedem para os jogadores vestirem camisas de campanhas antes do início de determinados jogos. Por isso caberia perguntar se um bom momento para o jogador dizer o que pensa, fazer uma homenagem ou um protesto seria mesmo ao vivo, quer numa transmissão de jogo ou numa entrevista coletiva.

As respostas para essa pergunta seguiram para o rumo já esperado, conforme mencionado na introdução deste trabalho. Todos os entrevistados mostraram saber como se dá uma transmissão ao vivo, ou seja, já perceberam que é quase impossível cortar quando se está ao vivo. Pode ter sido uma informação repassada pelas assessorias, como também uma observação realizada a partir dos noticiários. O goleiro Gauthier disse ainda que seria o momento ideal para quem

deseja criar polêmica, mas afirmou não ser esse o seu caso. Pablo concorda, principalmente no sentido de aproveitar essa oportunidade para passar mensagens positivas. Longuine lembrou o momento da comemoração do gol. Nesse instante é muito comum ver manifestações diversas dos jogadores, inclusive para mostrar “dancinhas” de grupos musicais de amigos ou até mesmo de gente que os contrata para fazer propaganda.

A preocupação do goleiro Deola é no sentido de alguém sair lucrando com o que é mostrado ao vivo. O ex-goleiro do Palmeiras, mais uma vez, foi o que mais se aprofundou no assunto. Ele fez questão de frisar que, com certeza, para chamar atenção tem que ser ao vivo, lembrando ainda uma “malandragem” necessária ao jogador: precisar ter ciência de que haverá consequência. Na opinião dele, essa consequência pode ser boa ou ruim. “Vamos supor, você ganhou um dinheiro para fazer uma propaganda de uma determinada marca e, chega na hora da entrevista, você dá uma informação que remete àquela marca, você conseguiu”, disse o goleiro. É uma demonstração de consciência da oportunidade de obter vantagens por meio da transmissão ao vivo. Entretanto, segundo Deola, jogadores muito ousados podem sofrer represálias de algumas emissoras. Ele ainda comentou o caso do goleiro Aranha em 2014: “No caso do Aranha, ele tava fazendo um apelo racista, então isso é válido.”

Já o jogador do Juventus, que disputa a série A2 do Campeonato Paulista, fez referência aos próprios clubes, que também levam vantagem nessas transmissões. Os times de futebol recebem uma cota anual das emissoras que transmitem as partidas, e eles ainda podem estampar nas camisas as marcas dos investidores. Para o jogador, são essas estratégias que movem o espetáculo que é a alegria do povo brasileiro. É a exposição de marcas que garante os investimentos e, por conseguinte, a disseminação da cultura popular, numa espécie de cadeia em que um vai se alimentando do outro.



Figura 8 - Camiseta do Palmeiras com destaque maior para a Crefisa



Figura 9 - Camiseta do Corinthians com destaque para a Caixa



Figura 10 - Camiseta do Santos com destaque para o Banco BMG



Figura 11 - Camisa do São Paulo com destaque para vários patrocinadores

Nesses exemplos está a comprovação do que o goleiro Deola falou. Muita gente nem repara, mas em todas as camisas o nome do patrocinador é maior do que o do próprio clube. Isso para aparecer na TV, nas fotos dos jornais... Deola não contou, mas os jornalistas sabem que os jogadores, quando vão dar entrevistas, precisam estar com o uniforme. A camisa do São Paulo é a que tem mais marcas, entre os quatro maiores times do estado de São Paulo.

O goleiro, em entrevista concedida para este trabalho, lembrou as propagandas minúsculas na região do ombro. Na última foto mostrada, fica claro que o torcedor mal consegue ver o que está escrito da arquibancada. Mas, certamente, quando a câmera flagra o jogador na entrevista, aquela marca discreta no ombro ganha destaque – e, como Deola diz, não dá para cortar o pescoço do jogador. O próprio jornalismo acaba fazendo divulgação publicitária, por mais que isso seja evitado nas redações. Todos esses comentários dos entrevistados podem ser conferidos na íntegra no Anexo 1 da pesquisa.

Enfim, as iniciativas dos jogadores que protagonizaram os casos motivadores desta pesquisa pautaram o noticiário, modificando conteúdos produzidos pelos jornalistas. São atletas profissionais, representantes do esporte moderno, atores do espetáculo midiático do futebol. Mas, antes de chegarem a esse nível profissional, cresceram num país onde se fala sobre futebol todos os dias, não apenas na mídia. Essa relação cultural será estudada no próximo capítulo.

4 - RELAÇÃO ENTRE FUTEBOL E CULTURA

Até agora foi feito um resgate conceitual e histórico sobre o esporte e o futebol. Já conseguimos entender a evolução desse universo que é tão difundido hoje no Brasil.

Os fatos que motivaram o estudo envolvem dois personagens principais, dois denunciadores que são brasileiros. Um mulato e outro com descendência árabe, que justifica as feições e o apelido. Emerson Sheik é um brasileiro oriundo de um importantíssimo e pouco abordado encontro entre as civilizações ameríndias, ibero-andaluzas e afro-árabes.

Apesar dos longos debates sobre os elementos que confluíram no panorama dos grandes descobrimentos ibéricos, não se pode negar o papel dos conhecimentos ibero-arábicos (assim entendidos aqueles dos moçárabes, judeus e muçulmanos). Se tais conhecimentos eram originais, adaptados ou aperfeiçoados constitui o eixo de outro intenso debate em que há de se levar em consideração a velha prática árabe de fazer ciência mediante recortes e fusões (ALFONSO-GOLDFARB, 1993).

Ainda em relação a esse paradigma mestiço do processo migratório, Bastide há 60 anos já vinha se dando conta de que:

[...] o sociólogo que estuda o Brasil não sabe mais que sistema de conceitos utilizar. Todas as noções que aprendeu nos países europeus e norte-americanos não valem aqui. O antigo mistura-se ao novo. As épocas históricas emaranham-se umas nas outras. Os mesmos termos como “classe social” ou “dialética histórica” não têm o mesmo significado, não recobrem as mesmas realidades concretas. Seria necessário, em lugar de conceitos rígidos, descobrir noções de certo modo líquidas, capazes de descrever fenômenos de fusão, de ebulição, de interpenetração, noções que se modelariam conforme uma realidade viva, em perpétua transformação. O sociólogo que quiser compreender o Brasil, não raro, precisa transformar-se em poeta. (apud PINHEIRO, 2013, p.22)

Por isso, vamos começar analisando a mestiçagem no Brasil, levando em conta o terreno da tradução. Depois seguiremos para o futebol e, por último, a televisão e a sua relação com a cultura. Antes, aproveitando o gancho de Bastide, vamos à análise do texto de alguém que contou o futebol em poesia. No excerto apresentado a seguir, Carlos Drummond de Andrade já se referia à cobertura jornalística, num dos poemas escritos no livro “Quando é Dia de Futebol”. A função do jornalista mesmo ganhou evidência num tempo em que ainda era o rádio que mostrava o glamour do futebol em belos tons sonoros.

Drummond escreveu durante quinze anos para o *Jornal do Brasil* – foi colaborador do impresso de 1969 a 1984. O poeta e cronista enfrentou os “anos de chumbo” no jornal. O ano é 1970. É a Copa do México, a primeira transmitida em cores para o Brasil. E Drummond presenteia os leitores com um poema que deixa clara essa paixão do brasileiro pelo esporte e lembra a paixão dos jornalistas pelo futebol.

Meu Coração no México

Meu coração não joga nem conhece
as artes de jogar. Bate distante
da bola nos estádios, que alucina
o torcedor, escravo de seu clube.
Vive comigo, e em mim, os meus cuidados.
Hoje, porém, acordo, e eis que me estranho:
que é de meu coração? Está no México,
voou certo, sem me consultar,
instalou-se, discreto, num cantinho
qualquer, entre bandeiras tremulantes,
microfones, charangas, ovações,

e, de repente, sem que eu mesmo saiba
 como ficou assim, ele se exalta
 e vira coração de torcedor,
 torce, retorce e se distorce todo,
 grita: Brasil! Com fúria e com amor.
 (JORNAL DO BRASIL, 09/06/1970)

De fato, a seleção brasileira de 1970 era capaz de gerar todo tipo de sentimento nos brasileiros. É tida como uma das melhores da história. Vale lembrar que foi o ano do tricampeonato mundial, que levou o país a ser considerado o “país do futebol”.

Em relação à Copa de 70 e à identificação gerada, Daolio (2005) acrescenta:

O estilo de jogo brasileiro que parece se enquadrar melhor com o que o povo deseja, principalmente em relação a seleção brasileira, é o que se assemelha ao futebol praticado na Copa de 1970. Com um futebol ofensivo, o Brasil ganhou todas as partidas, e encantou o mundo. A população identificou-se com o futebol apresentado e esta seleção tornou-se paradigma do que seria realmente o futebol brasileiro. A seleção brasileira de 1970 ficou conhecida pelas belas jogadas realizadas. Muitas não acabaram em gol, mas até hoje são reprisadas como grandes momentos do nosso futebol. Nessa seleção foi constatado que o jogador brasileiro parece ter uma tendência a executar jogadas consideradas difíceis, prefere o drible, a jogada de efeito, o gol de placa, a bicicleta, a chaleira, enfim, a jogada mais difícil. (DAOLIO, 2005, p.66)

Não só a seleção de 1970, mas todas as seleções a partir dos anos 50 representam a miscigenação característica da população brasileira.

O “torcer em si” é uma manifestação cultural. Tem gente até que diz que já nasceu torcedor de um time específico. Na verdade, as relações sociais explicam tal fenômeno.

Torcer é uma construção cultural e baseia-se, principalmente, em nossas relações, em nossas experiências. Desde meninos somos influenciados por familiares e amigos. Ganhamos bolas de futebol e o uniforme do clube preferido por um de nossos pais. [...] todos nós começamos com um equipamento natural para viver milhares de espécies de vida, mas terminamos por viver uma espécie. (GEERTZ, 1989, p.57)

Temos tantas possibilidades de escolha quanto tantos times existirem, mas escolhemos apenas um. Mesmo que tenhamos uma simpatia por algum outro time, o chamado ‘time do coração’ é somente um. É somente um para toda a vida. (MORATO, 2005, p.76)

Ou seja, são as influências de familiares, de amigos, a identificação com a história, com a origem de um clube, a proximidade com um time, com um campo de futebol, as experiências vivenciadas que aproximam o brasileiro do futebol. Isso está por todos os lados. “Domingo, eu vou ao Maracanã/ Vou torcer pro time que sou fã [...]” A letra de Neguinho da Beija-Flor é um exemplo de como a música e outros elementos culturais fortalecem essa relação.

Os próprios jogadores citados nesta pesquisa devem torcer para um determinado time, apesar de ser considerado antiético divulgar esse time. Mas os próprios jogadores de futebol são apaixonados pelo que fazem e pelo que acabam construindo na sociedade. É como se o futebol unisse classes sociais, brancos e negros etc.

4.1 O BRASIL MESTIÇO

Entender este Brasil mestiço nos ajuda a perceber como a multiplicidade é tão marcante por aqui. Os dois jogadores citados são exemplos de integrantes da cultura mestiça do Brasil e da América Latina. Descendentes de povos que migraram para o Brasil e aqui se misturaram com o que já existia. Elementos de uma cultura de difícil definição, em constante transformação, com “filigranas” distintas que enriquecem o devir. Todo esse movimento e nomadismo sanguíneo pertencem mesmo a quem não viaja. Emerson Sheik e Aranha, os dois atletas aqui estudados, são perfeitamente integrados ao elemento cultural do futebol.

A cultura no Brasil reveste-se de uma enorme complexidade, com grande capacidade de tradução, de inclusão, caracterizada pelo caráter excessivo das combinações entre códigos, séries e linguagens. É como se a sociedade brasileira fosse formada por várias outras sociedades, num contexto em que a variação é uma filiação do múltiplo. A tradução torna-se um elemento de análise importante porque é onde as mediações se tornam laboratório.

A aceleração dos dispositivos tradutórios inscritos nos mecanismos produtivos das culturas plurais intensifica reticularmente o pendor para a incorporação material do alheio. Tal incorporação só pode ser percebida, na maior parte das vezes, nas junturas ou dobradiças em que as partículas são transferidas intersticialmente de umas linguagens para outras,

onde se desenha esse entre mestiço de formas em devir.
(PINHEIRO, 2013, p.18)

É o que se vê, inclusive, na produção poética e jornalística do país. “Posto que o contexto cultural é um fenômeno complexo e heterogêneo, um mesmo texto pode entrar em diversas relações com as diversas estruturas dos distintos níveis do mesmo.” (LOTMAN, 1996)

Darcy Ribeiro (1995) diz que “nossa cultura é formada por características multifacetadas ‘desindianizando’ o índio, ‘desafricanizando’ o europeu e fundindo suas lembranças culturais”. É uma forma de explicar a pluralidade como característica marcante de nossa formação. Na América Latina a multiplicidade chegou ao desdobramento máximo, tanto que há uma tendência a perder a consciência das inúmeras contribuições dos vários grupos que vieram para cá. Um processo de combinatórias que não cessa.

Lotman (1996) traz um complemento para tudo isso que falamos, como uma espécie de resumo dessa relação comunicacional, que também pode ser aplicado ao universo esportivo e sua ligação com o povo ao longo dos anos. O que nos permite entender ainda como se deu o desenvolvimento rápido da nossa cultura, apesar de sermos um país tão jovem. O futebol alimenta o jornalismo, assim como os dois alimentam a cultura.

[...] As culturas cuja memória se satura fundamentalmente com textos criados por elas próprias, quase sempre se caracterizam por um desenvolvimento gradual e retardatário; ao contrário, as culturas cuja memória torna-se periodicamente objeto de uma saturação massiva com os textos provenientes de uma outra tradição, tendem a um desenvolvimento acelerado. (LOTMAN, 1996, p.161)

Tal saturação se repete muito na Argentina e no Uruguai, por exemplo. Os países latinos sofreram uma grande influência europeia através do futebol. Talvez seja esse o elemento que possa ligar mais diretamente o Brasil e a Inglaterra, país onde foram criadas as primeiras regras do esporte – por isso diz-se que lá surgiu o futebol como nós conhecemos hoje. A produção textual de lá penetrou diretamente nos jornais daqui do início do século passado. E hoje, com a riqueza financeira do futebol inglês, os latinos estão dominando os noticiários ingleses, destacando-se nosso talento pródigo.

Assim, os brasileiros servem de conteúdo em manchetes que surgem com muito mais ritmo e “suingue” do que jamais foi visto no tradicional país europeu. Vide a comoção que a chegada de Gabriel Jesus, ex-jogador do Palmeiras, causou na transferência para o Manchester City, no início de 2017. A seriedade daquela sociedade industrial britânica não resistiu ao gingado de um brasileiro pobre, da periferia, cheio de talento. É tão diferente para eles que o técnico Pep Guardiola o comparou a uma melancia em uma das entrevistas. Disse que seria preciso abrir para saber como é por dentro, ao falar sobre o que esperar desse jogador. O técnico lembrou uma fruta muito consumida no Brasil, ou seja, o país foi relacionado no noticiário a um elemento da natureza. A fruta tropical sendo usada como metáfora para explicar o que um brasileiro pode mostrar.

**Gabriel Jesus: Man City boss Pep Guardiola
compares Brazilian to watermelon**

Figura 12 - Manchete da seção de esporte do portal BBC em 01/02/2017

A cultura no Brasil e na América Latina é formada por elementos lúdicos, rítmicos e eróticos, sendo o erotismo abundante nesses lugares. Aspecto que, em contrapartida, foi tolhido na sociedade francesa, por exemplo. É sabido que nas culturas centro-ocidentais convencionou-se separar os elementos eróticos ou a sexualidade da cultura, ao contrário do que acontece por aqui.

As ciências centro-ocidentais, em algum momento de sua evolução, optaram por separar o homem da natureza. Lá se prefere o urbano ao ambiente natural. É o que acontece por aqui também em grandes cidades, principalmente. Mas na América Latina a natureza entra em cena na cultura de forma muito marcante. Luz, sol e água, por exemplo, estão presentes em toda criação.

Assim como num poema é desejável que se tenham nexos recíprocos da letra ao verso e às estrofes, do mesmo modo, guardadas as diferenças e proporções, pode-se verificar os encaixes e adaptações sintáticas das séries da natureza (todo o reino mineral, vegetal e humano-animal) e das séries da cultura (arquiteturas, festas, vestuário, culinária) como os processos criativos dos meios de comunicação, do jornal impresso à telemática. (PINHEIRO, 2013, p.20)

A natureza ampliou a ação da tríade mestiçagem, migração e cultura externa. É um fenômeno semiótico da linguagem e do processo de comunicação na América Latina. A tradução sempre se reveste de características do ambiente em que se insere, e na América Latina é difundida a partir da natureza. É dela que vêm os melismas. Na América Latina, os melismas estão no cotidiano, sendo retratados na cultura e na música também.

O futebol é um esporte que, em primeira análise, envolve contato com a natureza. Estamos inseridos no Brasil, onde se valorizam atividades feitas ao ar livre, ou seja, se vive uma “cultura externa”. Aqui, como em vários outros lugares da América Latina, há uma grande movimentação sob o sol. Exaltamos o externo, o que vem de fora. Até vinte anos atrás, nossos craques passavam a infância fora de casa. O calor permitia isso, e a ausência de violência também. O futebol era praticado no quintal, na rua, no “terrão”. Nos últimos anos, porém, isso vem mudando, e não por um fator climático; o problema é a violência, que nos obriga a seguir a cultura europeia de confinamento. Por conseguinte, os jogadores passam a ser formados em escolinhas, e não mais na natureza.

O esporte é, na essência, praticado ao ar livre. Arenas fechadas são monumentos modernos, criados para realização do futebol “espetáculo”, como já foi abordado anteriormente no estudo de Bourdieu (1997). Essas estruturas “grandiosas” foram criadas pelos europeus, que afastaram os “geraldinos”¹¹ dos campos de grandes jogos. Há uma forte crítica no Brasil sobre as novas arenas construídas para a Copa do Mundo.

Conforme Pinheiro (2013), a natureza está na base tectônica das microdiversidades da cultura. O Brasil é um país de temperaturas elevadas em sua maior parte, por isso o esporte sempre foi praticado ao ar livre. Nesse sentido, essa é uma vantagem em relação a muitos países europeus. O gramado, ou o “terrão”, está na essência do futebol praticado no país, só que até isso está mudando. A especulação imobiliária está fazendo os campinhos de bairro desaparecerem. Contudo, a bola utilizada ainda é feita de couro de animais, apesar de já existirem materiais sintéticos.

¹¹ Geraldino era o apelido dado às pessoas que ficavam na geral, o setor mais barato do estádio. Era o “povão”. Aquelas pessoas que não podiam pagar os ingressos mais caros. Mas, na geral, conseguiam um espaço em pé para apreciar e exercer a devoção aos seus ídolos.

Se é por meio da natureza que se exerce a tradução, o campo de futebol é o cenário perfeito para se analisar a mestiçagem que existe por aqui. Não que esse aspecto cultural seja levado em conta pela televisão, mas as chamadas televisivas mostram a pluralidade cultural do futebol como chamariz.

Antes da abordagem a respeito da mestiçagem no futebol, vale citar Drummond de Andrade (1988), mais uma vez, para exemplificar o que foi dito. No Brasil, o futebol está ligado à paisagem, de fato. Nesse sentido, alguns estudiosos do assunto projetam uma escassez de craques, ao estilo Neymar, na mesma proporção do desenvolvimento das cidades. Há uma lógica nesse pensamento. Se há menos espaço territorial para a formação dessa habilidade, ela tende a ficar mais escassa. Aquele “talento” todo visto em algumas seleções como a da Copa de 70 corre risco. Drummond retrata em poesia o cenário do futebol no Brasil:

Futebol

Futebol se joga no estádio?
 Futebol se joga na praia
 Futebol se joga na rua
 Futebol se joga na alma
 A bola é a mesma: forma sacra
 Para craques e pernas de pau.
 Mesma a volúpia de chutar
 Na delirante Copa do Mundo
 Ou no árido espaço do morro.
 São vôos de estátuas súbitas,
 Desenhos feéricos,
 Bailados de pés entrelaçados.
 Instantes lúdicos: flutua
 o jogador gravado no ar
 - afinal o corpo triunfante
 da triste lei da gravidade
 (ANDRADE, 1988)

O poema que leva o nome do esporte traz elementos lúdicos. É uma forma de resumir tudo o que foi dito nesta parte do texto. Explica a realidade do futebol brasileiro, aquele das periferias, onde ainda são formados os grandes craques. Do morro veio Adriano, o Imperador, e outros tantos. Drummond observa o futebol muito além do profissionalismo.

Na verdade, a América Latina toda é assim. Há excesso de elementos lúdicos, rítmicos e eróticos. E assim é o futebol da cultura brasileira, onde estão incluídos os mais variados tipos de pessoas, de fora ou daqui.

4.2 FUTEBOL E A MISTIÇAGEM

Inúmeros artistas se encantaram com o futebol e por isso também o cantaram, transformaram em poesia a paixão do brasileiro. Não é só o jornalismo que se alimenta desse importante elemento de constituição cultural, as artes se deliciam com o esporte das multidões. Uma pesquisa¹² da Fifa aponta que o futebol é praticado por mais de 200 milhões de desportistas no mundo. Por isso, pode-se afirmar que o futebol é um episódio lúdico da cultura.

Narradores usam uma estratégia barroca para contar o desenrolar de uma partida de futebol. As repetições, o modo crescente de narrar o lance, aumentando a velocidade da narração até a explosão de emoção, na hora do gol. O esporte, desde que chegou por aqui, sempre encantou os brasileiros e imigrantes que se estabeleceram por estas terras.

O futebol surge no Brasil no final do século XIX com ares aristocráticos, todavia, a pompa inglesa perde logo espaço para o jeito de ser brasileiro. Uma das características da relação entre brasileiros e futebol foi a paixão, demonstrada desde os primeiros momentos, seja na rápida proliferação dos campos de “pelada”¹³, clubes, campeonatos, seja na ida de grande contingente de espectadores aos jogos da época. O futebol desbanca outros esportes, como o remo e o turfe, no quesito popularidade e vai aos poucos tornando-se a paixão nacional. (SILVA, 2005, p.21)

O futebol é um dos elementos integrantes da cultura mestiça do Brasil. O país é conhecido como a “pátria de chuteiras” ou “país do futebol”. Quando se fala nesse esporte, poderíamos tratar o Brasil como uma monarquia. Foi aqui que nasceu e vive o “rei do futebol”, Pelé. Uma realeza na qual quem tem a coroa é um herói negro que nasceu pobre.

Como destaque dessa nobreza podemos citar outro jogador negro que honrou o balançar das cadeiras de origem africana ao extremo. Estamos falando de Garrincha, um “Mané” dos anos 50 e 60 que partiu cedo, mas deixou muito mais do que uma “penca” de filhos. Seu legado ajudou Pelé a fazer o Brasil ser reconhecido

¹² Pesquisa sobre a prática do futebol no mundo foi divulgada pelo Portal do Estadão: AGÊNCIA ESTADO. Fifa faz censo sobre futebol no mundo. **Estadão**. Esportes. 03/04/2011. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,fifa-faz-censo-sobre-futebol-no-mundo,20010403p46368>>. Acesso em: 01/06/2016.

¹³ Pelada é o apelido dado aos jogos não oficiais, de grupos de amigos, colegas de trabalho, nem sempre praticados em campos oficiais. Na Bahia, tem o apelido de baba.

lá fora como berço de um talento que, até então, nunca se havia visto. A “ginga” de Garrincha exaltou o requebrado africano que se incorporou aos brasileiros. Até hoje levamos essa marca.

Antes dessa geração que inclui Pelé, Garrincha e companhia, o futebol no Brasil era muito mais praticado por descendentes de europeus e pela “elite branca”. Alguns clubes de futebol, como o Grêmio, não aceitavam negros no time até meados dos anos 1960. A Ponte Preta, de Campinas, é outro time de vanguarda entre os que valorizaram a inclusão de negros. Embora diversos estudiosos apontem a presença de negros no futebol depois dos anos 30, a Ponte Preta vende a imagem de que eles sempre foram diferentes. Todo dia da Consciência Negra é comemorado pelo clube, que diz ter sido o primeiro clube do país a aceitar negros em seus quadros, como podemos ver no cartaz publicado em 2015.



Figura 13 - Cartaz comemorativo do Dia da Consciência Negra, postado no site da Ponte Preta em 2015 ¹⁴

¹⁴ Cf.: PONTE PRETA. **Consciência Negra**: Ponte é a primeira democracia racial do futebol brasileiro. 20/11/2015. Disponível em: <<http://pontepreta.com.br/noticias-detalle/primeira-democracia-racial>>. Acesso em: 12/04/2017.

O Brasil está inserido na América Latina da mestiçagem. O futebol interfere até na linguagem do país – expressões do cotidiano ganham significado com inspiração em termos do esporte. Quando alguém não é aceito em uma situação qualquer, diz-se que foi “jogado para escanteio”. Quando alguém consegue um feito extraordinário, diz-se que foi um “gol de placa”, e assim por diante...

Assim como a dança, o esporte tem a capacidade de relacionar corpo e paisagem. Dizem que o brasileiro é bom porque tem ginga. Ginga, o movimento das “cadeiras”, faz parte da cultura dos povos africanos, que também migraram para cá. Essa ginga ajuda no drible, que é a situação de improviso, uma “gambiarra”, para se livrar do marcador. É uma criação adaptada, o que nos autorizaria a fazer uma equivalência com o barroco. Gilberto Freyre já falou sobre essa ginga, o futebol como dança, lá em 1959. Deve ser por ter visto Pelé e Garrincha jogar.

“Os brasileiros jogam futebol como se fosse uma dança. Isto provavelmente é resultado da influência daqueles brasileiros de sangue africano ou que são predominantemente africanos em sua cultura, já que tais brasileiros tendem a reduzir tudo a dança, seja no jogo ou no trabalho.” (apud BELLOS, 2002, p.33)

A figura de Domingos da Guia¹⁵ reforça essa tese. Em uma entrevista antiga, disse que seu irmão uma vez lhe afirmou:

[...] malandro é o gato que cai sempre em pé... tu não é bom de baile? Eu era bom de baile mesmo e isso me ajudou muito em campo... o tal drible curtinho fui que inventei imitando o miudinho, aquele tipo de samba. (apud BELLOS, 2002, p.39-40)

No Brasil, o esporte mais popular do mundo é incorporado ao cotidiano desde o nascimento. Um fenômeno muito comum em países latinos. Quando nasce um bebê, o pai já coloca na porta do quarto da criança ainda na maternidade a seguinte frase: “Aqui nasceu mais um corintiano”, por exemplo. O pai, nesse caso, torce para o Corinthians, mas isso acontece também com torcedores de todos os clubes. Ou seja, muitas vezes o brasileiro já é influenciado pelo pai a gostar de

¹⁵ Domingos da Guia foi um jogador de futebol. Nasceu no Rio de Janeiro em 1912. Ídolo do Bangu, onde está até no hino. Jogou em clubes como Vasco da Gama, Flamengo, Corinthians e é idolatrado por uruguaios torcedores do Nacional e argentinos do Boca Juniors. Curiosamente, atuou nos times de maior torcida na América.

futebol e torcer para um clube desde o nascimento. O brasileiro cresce vendo jogos, a grande maioria dos meninos ainda cresce jogando futebol, mesmo que depois alguns passem a nem gostar mais do esporte.

O Brasil é o país onde agentes funerários oferecem caixões com escudos dos clubes, onde plataformas marítimas de petróleo são equipadas com campos de futebol soçaites e onde um clube de futebol pode ser um trampolim para um cargo parlamentar. (BELLÓS, 2002, p.11)

Assim como a cultura, o futebol tem tudo a ver com a paisagem. Trata-se de um esporte praticado na natureza, sua essência está nos campinhos de terra do interior e de várzea das grandes cidades. Esses campos estão diminuindo, mas são demarcações do espaço destinado ao jogo popular. Não importa a classe social ou a cor da pessoa, são lugares que reúnem as diferenças, gente de várias descendências, que permitem a integração dos brasileiros com o ambiente.

O futebol é muito popular no Brasil e se inseriu, primeiramente, nas zonas portuárias – um esporte trazido por marinheiros viajantes. Foi se incorporando ao cotidiano dos caiçaras numa estreita relação com o ambiente, posteriormente se expandiu para o interior do país através de figuras que se tornaram importantes, como Charles Miller. Essa inter-relação entre o externo e o interno contribui para o enriquecimento cultural. E de tudo isso a televisão (tratada aqui como indústria) se aproveita, mesmo que não leve em consideração especificamente a divulgação dessa diversidade.

4.3 TELEVISÃO E O FUTEBOL

Para abrirmos esta parte do estudo, vamos novamente ratificar a ideia de que no Brasil há um “monte de tudo” em todo lugar, em constante transformação. E os meios de comunicação seguem essa tendência.

Ou seja, simplesmente culturas que no seu interior abrigam um número maior e crescente de culturas (muitas delas não descritas ou mal descritas) têm de aumentar a capacidade de tradução, acelerar a imbricação de códigos, textos, séries e sistemas, afinar a sintaxe combinatória e a complexidade estrutural. O mútuo pertencimento entre o externo e o interno implica um conceito de estrutura como um conjunto não

autônomo, em que se privilegia a continuidade relacional e não as molduras unitárias isoláveis. É necessário preservar a noção de um *continuum* que abriga em arabesco o fragmento assimétrico e a multiplicidade mutuamente implicada da natureza/cultura. Não se pode pensar em televisão e jornal no Brasil, por exemplo, sem passar pelas histórias de interação natureza/cultura do cotidiano (visual, oral, corpóreo-tátil), performances urbano-espaciais, folhetim e similares, todos os elementos do espaço semiótico não é metáfora, mas sim realidade. (LOTMAN, 1996, p.35)

Historicamente, a televisão tem se utilizado das culturas de massa para se beneficiar dentro da indústria cultural. A teoria culturológica de Morin (1984) nos permite entender o que interessa para televisão em termos de conteúdo:

A cultura de massa é uma cultura: ela constitui um corpo de símbolos, mitos e imagens concernentes à vida prática e à vida imaginária, um sistema de projeções e de identificações específicas. Ela se acrescenta à cultura nacional, à cultura humanista, à cultura religiosa e entra em concorrência com estas culturas. (MORIN, 1984, p.18)

O futebol pode ser incorporado nesse conceito, o esporte preferido no Brasil traz marcas que comprovam sua incorporação à cultura. Os elementos culturais citados por Morin interessam para gerar lucro na TV aberta. As emissoras sobrevivem dos espaços publicitários, que, porém, só são preenchidos com conteúdos de interesse popular. Portanto, o consumo tende a abafar o caráter múltiplo das coisas – as filigranas perdem-se no tempo e no espaço. É o consumo, aliás, que domina a classe média, que tenta ser representada por um jornalismo menos crítico, praticado por jornalistas ao estilo “bom-moço”. Todos bem vestidos, falando o mesmo vocabulário e negando a riqueza cultural proporcionada pelo futebol. Os comentaristas e repórteres são colocados como figuras desejadas pela classe média.

Segundo Stuart Hall (1997), nossas identidades são formadas, em resumo, culturalmente. Assim, a influência da mídia e das representações sociais produzidas pela indústria cultural sobre a construção das identidades é intensa. Nesse sentido, pode-se estabelecer uma relação entre as noções de sujeito, representações e identidade, tendo em vista que o sujeito hoje se constitui, principalmente, a partir de identificações com as representações que a mídia oferece de diferentes grupos e indivíduos, favorecendo a construção de identidades.

Nesse cenário se inserem os jogadores que passam a ser explorados pela mídia. Eles estão na televisão todos os dias. A televisão tem se apropriado desse fator e explora “em demasia” o esporte mais popular do país. Ribeiro Jr. (2014) afirma, em relação à cultura brasileira, que “quem manda é a TV”, e acrescenta que as emissoras dependem cada vez mais do futebol e querem maior visibilidade para as marcas.

Só que nos últimos anos aumentou muito o assédio aos jogadores e eles passaram a ser blindados pelas assessorias de imprensa. Por isso, não conseguem se aproveitar do poder que a mídia dá para o esporte popular. Resta a oportunidade de expressar o pensamento quando as transmissões acontecem ao vivo, como nos exemplos apresentados previamente no texto.

Cabe ressaltar que as assessorias de imprensa dos clubes foram criadas para organizar a grande quantidade de jornalistas que fazem a cobertura esportiva. É de conhecimento popular que os clubes passaram a contratar assessorias para dar conta de todas as demandas que surgem com as coberturas jornalísticas. Nota-se entre os clubes de futebol a tendência de adotar comportamento semelhante ao das empresas diante da evolução da Era da Comunicação.

As primeiras mudanças ocorrem pouco antes da informatização das redações [meados dos anos 70 – grifo nosso] quando as empresas jornalísticas passam a utilizar-se de “estratégias de comunicação e persuasão” nos noticiários informativos, aceitando a mediação das assessorias de imprensa no fazer jornalístico. (CHINEM, 2006, p.20)

Por muito tempo eram apenas as emissoras de TV, de rádio e os jornais que faziam a cobertura do futebol. Com o avanço das mídias digitais, os portais também passaram a acompanhar o dia a dia dos clubes, justificando cada vez mais o trabalho das assessorias.

Falar com os jornalistas costuma ser um desafio para o qual a maior parte das pessoas, na condição de fontes de informação, não se sente preparada. É uma atividade que envolve a perspectiva de exposição pública, profundos sentimentos relacionados à autoestima e a incerteza de que as informações serão veiculadas segundo suas expectativas. (DUARTE, 2011, p.345)

Todo esse cuidado das organizações acaba por prejudicar os jornalistas dos veículos tradicionais, que ficam sem espaço. Os clubes passaram a montar grandes salas de imprensa para acomodar todos os comunicadores, e as entrevistas ficaram restritas a coletivas nesses locais.

Na cobertura diária do futebol percebe-se que, hoje em dia, o jogador se cerca do que é “politicamente correto” ao falar. A orientação recebida pelas assessorias é de não deixar o atleta falar o que pensa, e sim o que não vai prejudicá-lo ou prejudicar o clube. É o que se chama “*media training*”. No Brasil já houve a incorporação da definição em português – alguns autores já tratam como “*mídia training*” por aqui. Duarte (2011) diz que não é apenas nos momentos de crise que o treinamento dos profissionais é importante; o treinamento faz parte de uma estratégia para evitar crises.

Aperfeiçoar continuamente os assessorados em compreender a imprensa, interagir com jornalistas, atender adequadamente suas demandas, ser proativo e aproveitar as oportunidades para transmitir mensagens de maneira eficiente, tornou-se uma estratégia prioritária para as equipes de comunicação. (DUARTE, 2011, p.360)

Entretanto, essa estratégia prejudica a pluralidade, a liberdade de trabalho de quem faz a cobertura do futebol. Para não correrem o risco de perder o controle, as assessorias permitem que só um jogador dê entrevista coletiva por dia. Ou seja, todos os veículos de comunicação vão ter as mesmas informações. Casos excepcionais são liberados para quem tem poder, no caso a Rede Globo. A mesma emissora que domina o cenário político exerce poder sobre o futebol. E a riqueza cultural do futebol fica para escanteio.

A tarefa do capitalismo organizado é fazer com que não se perceba isso. O consumo é algo que abala o caráter múltiplo das coisas. O consumo está a serviço da TV aberta, comercial. No caso do futebol, ao mesmo tempo que a televisão torna os jogadores famosos, os faz parecerem mercadorias. É assim que alguns clubes também querem que seja, como dizem os próprios jogadores.

Ser “famoso” não significa nada mais (mas também nada menos!) do que aparecer nas primeiras páginas de milhares de revistas e em milhões de telas, ser visto, notado, comentado e, portanto, presumivelmente desejado por muitos – assim como sapatos, saias ou acessórios exibidos nas revistas luxuosas e

nas telas de TV, e por isso vistos, notados, comentados, desejados... (BAUMAN, 2007, p.21)

O consumo também consome as questões culturais. Faz a competitividade do jogo de futebol, exibida na TV, ser mais importante do que o esporte agregador das massas, como já visto anteriormente. É como se a cobertura fosse sempre superficial, como se a novela ou a ficção dominassem a cobertura futebolística. Ora, um jogo de futebol tem 90 minutos. Narradores, comentaristas e repórteres falam durante todo o tempo. Restam ao jogador de futebol trinta segundos de defesa ao fim do jogo. Assim mesmo, um ou no máximo dois atletas falam, a não ser que seja uma final de campeonato. Foi o que sobrou, deixar aquela “mercadoria” falar um pouco.

A vida desejada tende a ser a vida “vista na TV”. A vida na telinha diminui e tira o charme da vida vivida: é a vida vivida que parece irreal e continuará a parecer irreal enquanto não for remodelada na forma de imagens que possam aparecer na tela. (BAUMANN, 2003, p.108)

No dia 10 de abril de 2017, Fabio Carille, técnico do Corinthians, deu uma entrevista coletiva sobre a classificação para a semifinal do campeonato paulista. Ele aguentou todas as perguntas corriqueiras e, quando estava mais ou menos no décimo minuto da entrevista, falou a frase que foi manchete no dia seguinte. O técnico parou de olhar para o repórter que o entrevistava, se posicionou de frente para a câmera e disse: “Vocês não têm o direito de criticar o Corinthians”. Nessa mesma entrevista, o técnico do Corinthians ainda afirmou: “Colocaram a gente como quarta força. Estamos entre os quatro. Mas vamos buscar coisas maiores, podem ter certeza.” A entrevista estava sendo exibida ao vivo nos canais especializados em esporte. E foi manchete no dia seguinte até nos jornais do sul do país, como o Zero Hora.¹⁶

Ainda sobre a televisão, Pinheiro (2013) diz que não se pode pensar a televisão e o jornal, no Brasil, sem considerar as interações entre natureza/cultura no cotidiano (visual, oral, corpóreo-tátil), performances urbano-espaciais, folhetins e

¹⁶ Cf.: LANCEPRESS. Adversário do Inter, Fabio Carille cobra elogios a seu time: “Vocês não têm direito de criticar o Corinthians”. **ZH - Zero Hora**. Copa do Brasil. Porto Alegre, 10/04/2017. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/esportes/inter/noticia/2017/04/adversario-do-inter-fabio-carille-cobra-elogios-a-seu-time-voces-nao-tem-direito-de-criticar-o-corinthians-9768456.html>>. Acesso em: 15/04/2017.

similares, rádios, teatros de revista, cinema e muito mais. Tarefa que só vai existir na TV aberta se interessar ao mercado.

Como já vimos, Bourdieu (1997) estudou os Jogos Olímpicos, que podem ser comparados à Copa do Mundo de futebol em nível de grande espetáculo. O pensador francês aponta que o espetáculo criado pelos meios de comunicação, sendo o carro-chefe a televisão, “deve ser concebido de maneira a atingir e prender o mais duradouramente possível o público mais amplo possível” (p.124).

O contato com a maior competição olímpica ou com a maior competição de futebol do mundo dá-se por meio da sua representação midiática. Nesse ponto, cabe ressaltar que a pesquisa de Bourdieu trata exclusivamente da TV, que tem como representante máxima no Brasil a Rede Globo. O estudo do francês prevê a transmissão tradicional, havendo a necessidade de rever alguns aspectos à medida que avançam as mídias alternativas, produtos da Era Digital. Contudo, a televisão no Brasil, apesar da perda de audiência com o passar do tempo, ainda exerce grande influência sobre o futebol e outros esportes. O que não significa ainda uma ruptura com o modelo de consumo do esporte nas telecomunicações. Por isso, fazemos essa análise da televisão sem esquecer que outras telas promovem a exibição do esporte, telas inclusive vinculadas a smartphones.

Feita a ressalva a respeito do momento de transformação dos meios de comunicação, retornemos à televisão e sua relação com o esporte e o futebol:

A representação televisiva, embora apareça como um simples registro, transforma a competição esportiva entre atletas originários de todo o universo em um confronto entre campeões (no sentido de combatentes devidamente delegados) de diferentes nações. Para compreender este processo de transmutação simbólica seria preciso analisar a construção social do espetáculo olímpico, das próprias competições, mas também todas as manifestações de que elas são cercadas, como desfiles de abertura e de encerramento. (BOURDIEU, 1997, p.124)

Bourdieu deixa claro que durante a transmissão esportiva há dois eventos acontecendo no campo comunicacional: um é o do jogo sendo jogado e o segundo, o do jogo sendo convertido em produto midiático. Seguindo essa análise de Bourdieu, fica claro que a transmissão dos jogos permite a democratização do acesso ao esporte. Pelé, no final da Copa de 58, ao ser entrevistado por um jornalista na Suécia, disse lamentar que a família não pôde assistir ao vivo sua

façanha. Por outro lado, Bourdieu diz que o espetáculo midiático gera um produto esportivo que às vezes foge do que é efetivamente o jogo no local onde ocorre, criando uma impressão da realidade do esporte.

Partindo desse ponto de vista, Bourdieu diz que nos megaeventos esportivos, incluindo a transmissão do futebol no Brasil, a televisão adquire um papel estratégico porque representa um processo de construção de imagens esportivas espetaculares, que são midiaticizadas de forma massiva. Os jogos de futebol, as Olimpíadas, a Copa do Mundo são ambientes midiáticos dentro do esporte. Vamos buscar em Baitello Jr. (2010) a explicação sobre ambiente, que se torna pertinente para este estudo:

Um ambiente comunicacional, portanto, não é apenas o pano de fundo para uma troca de informações, mas uma atmosfera gerada pela disponibilidade dos seres (pessoas ou coisas), por sua intencionalidade de estabelecer vínculos. Assim [...] uma cultura da imagem visual operará igualmente a construção de ambientes voltados para a hegemonia da visão, com todas as consequências que dela decorrem. Vivemos hoje um mundo não apenas de domínio da imagem, como de escalada aberta das imagens com uma visível perda progressiva da escrita em favor de ícones. (BAITELLO JR., 2010, p.83-84)

Podemos buscar em Dietmar Kamper (2002b) um complemento acerca da teoria do corpo e da imagem, estendendo suas concepções ao universo do futebol. A experiência pessoal do pensador alemão também deve ser levada em conta, principalmente numa abordagem sobre o esporte. Kamper não faz um estudo da imagem a partir de megaeventos, mas percebe-se que ele vai um pouco além de Bourdieu. Vimos na citação anterior Bourdieu (1997) dizendo que vivemos num mundo de domínio da imagem. A televisão, na visão de Kamper, escraviza. Neste entendimento também há uma visão de domínio.

Por isso, voltando aos exemplos que motivaram este estudo, os jogadores conseguiram o que queriam quando apareceram ao vivo. Não houve cortes na hora em que apareceram. Eles conseguiram aprisionar o telespectador e o torcedor de imediato. Nesse sentido, o estudo da imagem e do corpo se torna fundamental para a pesquisa.

5 - O CORPO E A IMAGEM NO ESPORTE

Em consonância com o que foi dito sobre imagem, Baitello Jr. (2014) traz um rico complemento ao panorama que esta pesquisa apresenta.

Se há uma propriedade inerente às imagens, em todas as suas formas e manifestações, é sua capacidade de considerar e carregar sentidos, vale dizer, energia, vale dizer, emoções e sentimentos, histórias e estórias, memórias do passado e memórias do futuro como anseios e projetos. Tal qual diagnosticou Aby Warburg, imagens carregam uma pós-vida (*Nachleben*) de camadas profundas da história e atuam como um dínamo que gera energia ao amplificar sentidos e sentimentos soterrados. Nesse sentido, são as imagens uma “*Pathosformel*”, fórmula de “*pathos*” (que em grego significa emoção). Daí emerge o poder de captura e o poder de mobilização das imagens. (BAITELLO JR., 2014, p.21)

Tal trecho permite analisar o poder que um simples gesto pode adquirir, como os que suscitaram esta pesquisa ou o do caso clássico dos “Panteras Negras” nas Olimpíadas de 1968. Nos 200 metros rasos, Tommie Smith (USA), vencedor da competição, e John Carlos (USA), terceiro colocado, logo depois de receberem suas medalhas, levantaram os braços com os punhos fechados – esse era o símbolo do movimento. Além disso, abaixaram a cabeça durante a execução do hino norte-americano.

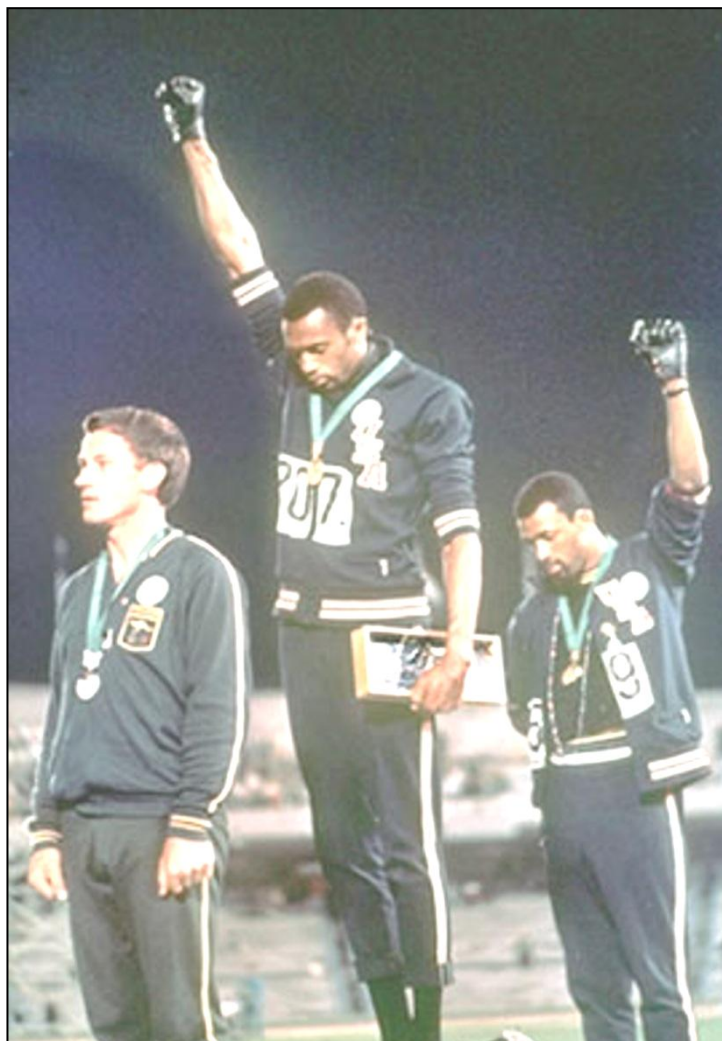


Figura 14 - Foto do pódio dos 200m nas Olimpíadas do México em 1968 ¹⁷

Mostrado ao vivo, o ato dos atletas negros americanos gerou consequências. O COI (Comitê Olímpico Internacional) proíbe que atletas usem ou façam símbolos relacionados a qualquer facção, movimento político e/ou afins. Devido ao ato no pódio, ambos foram expulsos dos jogos e também da Vila Olímpica. No entanto, a imagem daquele gesto atraiu os olhos do mundo para a luta dos negros norte-americanos e, além disso, difundiu pelo globo a ideologia de direitos iguais independentemente da cor da pele. Foi assim também com o goleiro Aranha e com Emerson Sheik nos dois exemplos que foram citados.

¹⁷ Cf.: IG SÃO PAULO. **Cidade do México 1968**: A Olimpíada que nem começou no ano que não terminou. Disponível em: <<http://esporte.ig.com.br/olimpiadas/cidade-do-mexico-1968-a-olimpiada-que-nem-comecou/n1237884587151.html>>. Acesso em: 12/09/2015.

Essa potência condensada tem um grande poder de impacto. Ao mencionar Warburg, Baitello Jr. (2014), na última citação, se refere às experiências pessoais do autor judeu-alemão, que durante um período de sua vida foi perseguido por alucinações, quando estava internado em uma clínica. Segundo Baitello Jr. (2014), Warburg entendia que as imagens são capazes de provocar uma série de outros sentidos, além da visão. Há imagens olfativas, auditivas, táteis, gustativas e proprioceptivas. As imagens estão registradas no mundo exterior e também dentro das pessoas. Segundo Baitello Jr. (2014), “o intenso e complexo trânsito entre os registros no mundo exterior ao corpo humano e seu intrincado pensamento interior é o que merece ser observado (Hans Belting denomina-as imagens endógenas e exógenas)”.

As imagens aprisionam, eternizam, no sentido de ser abstração, enquanto o corpo é obrigado a se tornar matéria-prima para a imagem, como se vê nas Olimpíadas e no futebol. Para Kamper (2002b), imagem é o foco das atenções, que se refazem do corpo e passam para uma idealização. Os jogadores de futebol usaram o corpo para gerar uma imagem pouco comum – jogador criticando instituições e denunciando racismo não são cenas comuns. Como a exposição que tiveram eternizou aqueles momentos vividos em campo, assim como aconteceu com os atletas norte-americanos nos Jogos Olímpicos do México? Se as câmeras não tivessem captado essas imagens, elas nunca teriam existido, a não ser para quem estava no estádio. E hoje em dia, com a internet, o material está acessível a qualquer momento, a qualquer um.

Atos como os desses atletas possibilitam notícias publicadas fora da repetição. Não era mais a simples premiação de uma Olimpíada, não era mais a defesa de um goleiro ou o gol de um jogador. As imagens promoveram consequências. Ao acenarem para as câmeras, os jogadores estudados nesta dissertação, Emerson Sheik e Aranha, usaram o corpo para fundamentar o virtual, seguindo a ideia preconizada por Kamper (2002b) de que comunicação é a incorporação de um pouco de mim no outro e do outro em mim.

Podemos buscar em Montagu (1988) um entendimento sobre a comunicação do corpo. Esse fisiologista, antropólogo e humanista inglês, um estudioso do corpo, também era referência para Kamper e se tornou uma importante fonte para o estudo de Baitello Jr. Ele dizia que “nosso corpo é o maior playground do universo, com mais de 600 mil pontos sensíveis na pele”. Montagu considerava

essencial para a existência da comunicação que alguém visse um determinado corpo ou alguma coisa. “Ver é uma forma de tocar à distância, mas tocar fornece a verificação da realidade.” (MONTAGU, 1998)

Ao estudar o corpo humano, Montagu constatou que até a pele comunica. A pele sintetiza a expressão dos nossos estados físico, fisiológico, psicológico, emocional, “a pele é um órgão de comunicação” (ANZIEU, 1989, apud MONTAGU, 1998). No presente estudo, tratamos de um fato sobre um jogador mulato, com pele escura. A cor da pele de Aranha foi motivo de preconceito e ofensas, algo tão forte que o levou a parar o jogo e denunciar. Em nenhum momento o jogador pediu para que houvesse qualquer referência à cor da sua pele. No caso das Olimpíadas de 1968, os atletas queriam mesmo causar esse impacto – usaram luvas negras para reforçar o tom da sua pele. No episódio envolvendo o goleiro Aranha, o imaginário cultural de um povo racista foi mais forte e usado como fator para desestabilizar o jogador. Os atletas olímpicos também já foram julgados dentro do estádio mesmo. Mas, se eles queriam tanta visibilidade, conseguiram.

Em outra obra de Kamper (apud BAITELLO JR., 2014) há uma reflexão interessante sobre as imagens digitais e o avanço da mídia. Ele destaca a grande importância da visibilidade que se dá a tudo.

A violência, que hoje já se encontra globalmente manifesta, intensificou seu veículo na última década com o código da visibilidade – quanto mais exposição, mais violência. Por outro lado, a sociedade da informação exige de seus membros uma crescente visibilidade. Em princípio, todos os indivíduos são obrigados a estratégias de encenação. (KAMPER, apud BAITELLO JR., 2014, p.77)

Estratégias de encenação, como disse Kamper, fazem parte da rotina das assessorias de imprensa na cobertura jornalística sobre o futebol. Muitas vezes, é o pacote que acaba sendo comprado, embalado e levado ao ar não só pela televisão, mas por todos os veículos.

Lotman (1996) complementa dizendo que “a interconexão de todos os elementos do espaço semiótico não é metáfora, mas sim realidade”. No intuito de seguir essa realidade na produção jornalística esportiva sobre o futebol, os jornalistas acabam tendo que modificar suas obras. É o que veremos no próximo capítulo.

6 - FUTEBOL E O PROCESSO DE CRIAÇÃO JORNALÍSTICO

Assim como acontece com o artista ao criar sua obra, o jornalista também estabelece um processo na produção de uma reportagem. O repórter observa um procedimento no dia a dia da profissão, ou seja, o “fazer” jornalístico segue as regras traçadas pelas respectivas redações. E, na maior parte das notícias, o “engessamento” do conteúdo é o resultado desse padrão a ser consumido. A *Folha de S. Paulo*, até hoje, mantém um manual de redação seguido pelos profissionais.

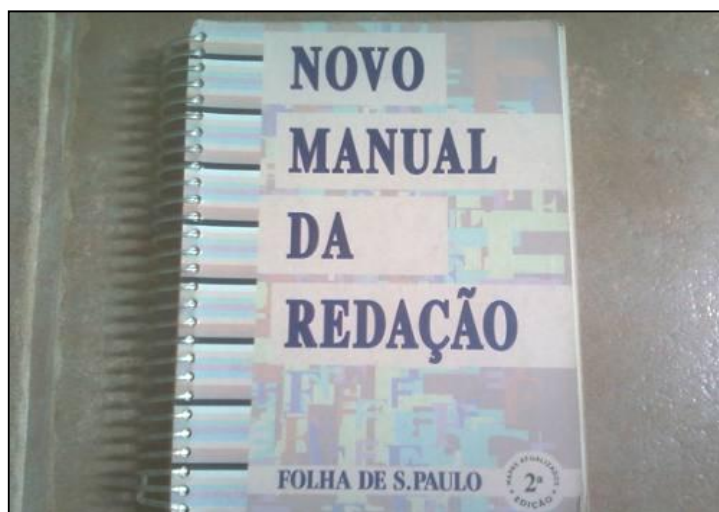


Figura 15 - Capa da 2ª edição do Manual da Folha de S. Paulo

Emissoras de televisão também têm seus manuais, embora alguns já comecem a cair em desuso. A Globo, que é detentora dos direitos de transmissão do futebol brasileiro, por exemplo, tem seu manual. Nesse documento, que data de 1984, há uma boa descrição de como a TV tenta alçar os seus tentáculos para aprisionar a atenção dos telespectadores. É como se ela cobrasse os profissionais a fazerem um trabalho bem-feito.

A televisão exerce sobre as pessoas um grande fascínio. Ao contrário do cinema, no entanto, ela nunca é dona absoluta do ambiente. Na sala, no quarto, onde quer que esteja, a televisão está sofrendo a concorrência de outros elementos: gente entrando e saindo, coisas acontecendo na sala, bagunça de crianças. Quando o telejornal entra no ar, geralmente ele fala para o homem que chegou do trabalho, para a dona de casa atarefada com panelas, a mesa e as crianças. Essas pessoas querem se informar. Mas é preciso que a televisão dê a elas um telejornal bem escrito, bem ilustrado, bem dosado, se não, simplesmente poderão se desligar ou desligar o aparelho até

amanhã ou até nunca mais. E todo o seu trabalho e de sua equipe terá ido por água abaixo. (REDE GLOBO DE TELEVISÃO, 1984, p.10)

O jornalismo esportivo, entretanto, prevê uma liberdade maior de estilo do que as outras modalidades de jornalismo. Uma herança da característica fictícia da atividade lúdica, como definiu Caillois (1986). O esporte tem linguagem própria e constrói textos culturais, gerando narrativas, histórias e discursos que acabam incidindo sobre o jogo e o corpo.

Uma teoria bastante conhecida sobre os meios de comunicação e o esporte é a da falação esportiva de Umberto Eco (1984). Essa teoria serve como uma crítica ao futebol moderno e propõe um diálogo entre as práticas esportivas, os meios de comunicação e as sociedades de consumo. Ou seja, na visão de Eco, não há problema no desperdício de energia em praticar o esporte. Para o pensador italiano, o problema está no caráter competitivo do esporte, que seria gerador da degeneração do ser humano. Contudo, mesmo com esse conceito, pode-se dizer que, por seus textos miméticos, remete a informações da primeira realidade, do corpo, gera vínculos entre praticantes e espectadores.

Eco (1984) ainda transfere e transpõe essa análise para o discurso da imprensa esportiva tal qual a conhecemos atualmente, e estabelece as categorias do esporte “elevado ao quadrado”, “elevado ao cubo” e “elevado à enésima potência”. A primeira categoria, a do esporte elevado ao quadrado, dá-se quando o jogo, que era praticado em primeira pessoa, passa a ser uma espécie de discurso sobre o jogo, isto é, passa a ser um espetáculo para os outros. O jogo deixa de ser apenas uma atividade praticada por determinadas pessoas para ser visto por meio de sua alteridade – surge a figura do outro, do espectador. O esporte ao quadrado representa, assim, o espetáculo esportivo sobre o qual se exercem especulações e comércios, bolsas e transações, vendas e consumos.

Já o esporte elevado ao cubo ocorre a partir do momento em que impera o discurso sobre o esporte assistido. Temos aqui, *strictu sensu*, o discurso da imprensa esportiva em primeira instância. Por último, o esporte elevado à enésima potência representa o discurso sobre a imprensa esportiva, ou seja, o componente autorreferencial que a imprensa esportiva demonstra ao autofocar as discussões sobre as práticas esportivas. Aqui, a discussão e o relato não são mais sobre o esporte, mas sim sobre a “falação” a respeito do esporte.

Desse modo, para Eco, o esporte atual é essencialmente um discurso sobre a imprensa esportiva. Se algum evento esportivo não ocorresse, mas fosse contado por meio de imagens fictícias, nada mudaria no sistema esportivo internacional:

Portanto, o esporte como prática não mais existe, ou existe por motivos econômicos (visto que é mais fácil um atleta correr do que inventar um filme com atores que fingem correr): e existe apenas a falação sobre a falação do esporte: a falação sobre a falação da imprensa esportiva representa um jogo com todas as suas regras. (ECO, 1984, p.224)

Em análise ao discurso de Eco, entende-se que os vínculos podem ser degenerativos da sociedade. Em contrapartida, aquele telejornal “bem dosado”, como vimos anteriormente no trecho do Manual da Globo, muda de figura no meio esportivo. Jornais bem dosados são raros. Entretanto, não quer dizer que o telejornal esportivo não precise atender ao “lead”, ou seja, responder às perguntas que vão nortear uma reportagem – o que, quem, como, quando, onde e por quê. São perguntas que funcionam como guia, que estruturam o processo de criação. Nesse sentido, entendemos que o jornalismo não é um espelho da realidade, mas uma forma de conhecimento social que constrói diariamente o mundo que nos cerca. No processo de descrever um fato, a notícia define e dá forma a esse fato (TUCHMAN, 1983).

Mauro Wolf (2002) faz um importante estudo sobre as Teorias da Comunicação, introduzindo a especialização dos conteúdos, entre eles o do jornalismo esportivo. Uma janela cada vez mais aberta atualmente, presente inclusive nas emissoras de TV aberta. Contudo, a inserção de ideias novas pode mudar o rumo do trabalho desenvolvido. Pode estabelecer fatos novos e gerar conexões com fatos históricos, por exemplo.

Na cobertura do futebol, a prática diária revela que o jornalista vive na expectativa constante de um fato novo. As manchetes, em todos os veículos, são muito parecidas no dia a dia. Sempre tratam da seguinte forma: Time “A” vence time “B” e avança para a segunda fase... É claro que esse é apenas um exemplo hipotético que mostra a importância dada ao “trivial”, quem ganhou ou perdeu e como foi. É assim na maioria dos países esse tipo de noticiário. Contudo, os países latinos permitem um noticiário esportivo bem mais apaixonado do que os países europeus, por exemplo. A Europa gosta muito da polêmica em si também.

Fato é que os dois casos citados no estudo servem como detonadores de toda essa discussão. São apenas dois exemplos dos episódios de maior repercussão no ano da última Copa do Mundo, mas são suficientes para elucidar os acasos como fonte de novidade, que é o que todo jornalista busca. Se tem novidade, tem notícia. Para Nilson Lage (1982), a notícia é o fato redigido a partir do dado mais importante ou capaz de gerar maior interesse, seguindo-se as demais informações em ordem decrescente de importância. Para Lage, notícia é qualquer informação redigida em forma de notícia, o que equivale a dizer, do mais para o menos importante. Isso é “puramente” processo de criação.

Cecilia Salles (2006) entende que os erros e os acasos permitem fazer cortes, substituir ideias, promover deslocamentos, enfim, uma série de modificações que vão mudar o rumo da obra. Assim é com o jornalismo esportivo. O acaso é construtor, interage com o processo que está em curso. Interessa-nos a análise do ponto de vista do acaso com base em fatos recentes do jornalismo esportivo.

Para esse tipo de jornalismo, o jogo de futebol de grandes clubes por si só já é notícia. Assim também é com os Jogos Olímpicos, enfim, todos os grandes eventos esportivos. Seria uma matriz geradora de conteúdo para os profissionais que trabalham nessa área. Só que ele é apenas um desencadeador de ideias. Ao longo de um jogo, por exemplo, vão se formando novas ideias: um gol, um escanteio, uma expulsão vão munindo a construção da redação jornalística. Tudo acontece a toda hora. E como tornar isso mais agradável? É preciso estar atento ao que acontece. Na televisão, os exemplos de 2014 examinados aqui – envolvendo jogadores como Aranha e Emerson Sheik – permitem ilustrar essa questão.

Os jornalistas esportivos da atualidade podem observar que, nos últimos anos, os jogadores de futebol têm buscado uma interação maior no sentido de expor suas ideias. Recente é o recurso usado para conseguir o que querem. Houve um aumento significativo dos veículos que acompanham o futebol, por isso os clubes se organizaram e criaram as assessorias de imprensa, engessando a rotina da cobertura esportiva. É “quase” impossível escapar da rigidez imposta em coletivas organizadas pelos assessores de imprensa dos clubes. As assessorias acabam limitando as fontes e em “raras” exceções trazem conteúdo enriquecedor, o que acaba trazendo novos resultados para o trabalho diário. Polêmicas acerca de fatos inesperados alimentam o pensar jornalístico, indicam um caminho novo e novos elementos de interação.

As entrevistas pós-jogo dos atletas ajudam a explicar como eles passaram a interferir na construção da notícia. E, mesmo na “era” das redes sociais, jogadores usam a televisão para fazer denúncias e expressar opiniões que, muitas vezes, são cerceadas pelos assessores de imprensa e pelos jornalistas que decidem o que deve ser dito no mundo do jornalismo esportivo.

6.1 ESTABELECIMENTO DE CONEXÕES E O ACASO NA COBERTURA DO FUTEBOL

Na época dos fatos que desencadearam esta pesquisa, não se sabia a dimensão que tomariam os casos de corrupção da CBF, nem que o racismo seria tão amplamente discutido pela mídia mais uma vez. Fato é que os atos dos jogadores geraram discussão e entraram na pauta dos noticiários, principalmente os esportivos.

Vamos, então, de forma resumida retomar os dois fatos citados no segundo capítulo desta pesquisa, através da repercussão que geraram. Na sequência, analisaremos as manchetes daqueles dias. Começamos com o caso do goleiro Aranha, observando algumas das manchetes publicadas logo após o jogo:

Goleiro do Santos é vítima de racismo em Porto Alegre: 'Dói', afirma Aranha
Árbitro não mencionou episódio na súmula que foi publicada no site da CBF.
Times adversários manifestaram solidariedade ao jogador na internet.

Figura 16 - Manchete da Globo News, edição do dia 29/08/2014

Aranha é chamado de 'macaco' por torcida do Grêmio

Figura 17 - Manchete da ESPN.com.br em 28/08/2014

Aranha protesta contra ato de racismo na Arena: "Dói"
Alguns torcedores gremistas chamaram o goleiro de macaco durante o segundo tempo de Grêmio x Santos.

Figura 18 - Manchete do portal ZH - Zero Hora em 28/08/2014

Racismo de grupo de gremistas tira Aranha do sério: "Sou negão, sim!"

Revoltado, goleiro afirma que foi chamado de "macaco" e "preto fedido" na vitória santista contra o Grêmio, por 2 a 0, em Porto Alegre.

Figura 19 - Manchete do GloboEsporte.com em 28/08/2014

Goleiro do Santos sofre ofensas racistas em jogo no RS

Aranha relatou ter sido chamado de "macaco" e "preto fedido" por torcedores gremistas durante a partida. Imagens da TV flagraram alguns dos xingamentos.

Figura 20 - Manchete de Veja.com em 29/08/2014

As manchetes são de portais online. No corpo das matérias há imagem do gesto do goleiro Aranha ou fotos dos agressores gremistas.

Sobre o caso de Emerson Sheik, que também é objeto de nosso estudo, aconteceu o mesmo. Cabe observar como se deu a repercussão imediata, uma vez que estamos apresentando nesta dissertação exemplos disponibilizados na internet.

Após expulsão, Emerson Sheik dispara: "CBF, você é uma vergonha"

Atacante procurou uma câmera de televisão para demonstrar insatisfação com arbitragem.

Figura 21 - Manchete do portal ZH - Zero Hora em 18/09/2014

Após expulsão, Sheik reclama da CBF: "Você é uma vergonha!"

Atacante leva vermelho por falta em Uelliton em confronto do Botafogo com o Bahia pelo Brasileirão.

Figura 22 - Manchete do GloboEsporte.com em 17/09/2014

Emerson Sheik e a vergonha da CBF

Emerson Sheik pode ter toda a culpa do mundo, mas dessa vez mexeu nas vísceras da CBF. Fez com um gesto o que o movimento Bom Senso F. C. vem fazendo com critério e inteligência há mais de um ano.

Figura 23 - Manchete do Estadão online em 18/09/2014

**CBF, você é uma vergonha!', diz Sheik, após ser
expulso do jogo do Botafogo**

Atacante recebe cartão vermelho aos 14 minutos do segundo tempo e, diante de uma câmera de TV, critica entidade.

Figura 24 - Manchete do jornal O Dia online em 18/09/2014

Sheik é expulso e usa câmeras para criticar mais uma vez a CBF: 'Vergonha'...

Figura 25 - Manchete do portal Uol em 17/09/2014

Mauro Wolf (2002) estudou uma teoria que se aplica perfeitamente aos dois fatos citados. O acaso, em ambos os exemplos, pautou as notícias.

Além de serem geradores de notícias por si, os acasos são construtores. Possibilitam, segundo Salles (2006), a entrada de novos elementos que provocam manifestações do pensamento e desestabilizam a aparente estabilidade em direção às tendências. Sobre esse argumento, Cecília Salles (2006) relata:

Lidar com um processo falível envolve o estabelecimento de critérios por parte do artista. Isso nos remete às tendências de natureza mais geral (projeto poético) que, de algum modo, direcionam as decisões no modo como enfrentar tanto os erros como os casos. Ao detectar algo como errado, o artista aciona determinados princípios que balizam esta avaliação e faz cortes, adições, substituições, deslocamentos, ou seja, qualquer tipo de modificação. (SALLES, 2006, p.133)

É o que o jornalista faz diariamente. No dia a dia de quem cobre o futebol há uma constante busca por novidade.

6.2 O ACASO CRIATIVO

A construção de uma reportagem acontece mediante um processo falível. Por isso, sempre se parte de critérios estabelecidos. Um jogo de futebol é cheio desses critérios. Em uma cobertura dessas, por exemplo, não se pode deixar de destacar os gols marcados e é obrigatório ter a participação de jogadores. Não é muito diferente dos processos criativos do artista. Ele também tem conceitos preestabelecidos, seja a respeito de um padrão, uma técnica ou um material usado. E cabe, portanto, a esta pesquisa fazer um paralelo entre o que acontece com a poética ou o artista e com o jornalista. Neste caso, em referência àquele que pratica o jornalismo especializado no esporte.

Percebe-se que muitos jornalistas têm uma pauta pronta antes mesmo de sair de sua redação. Mas o imprevisto muda todo o processo, gera reflexão. É assim com o artista também. Uma obra em construção precisa sempre ser avaliada. Seja um material que falta ou um material novo que surge de alguma forma, ideias são adicionadas, argumentos deslocados, há cortes, enfim, o acaso permeia a rotina do jornalista. O profissional está comprometido com a obra de tal modo que sempre se coloca à disposição do acaso.

Durante uma oficina de roteiro, Gabriel García Márquez explicitou o modo de lidar com erros, como o uso de clichês, que também devem ser evitados no jornalismo, inclusive o esportivo. Ele disse assim: “Temos é que tratar que haja a menor quantidade possível de lugares-comuns, ou que sejam lugares-comuns alterados.” (MÁRQUEZ, 1997, apud SALLES, 2006) Tem tudo a ver com a cobertura esportiva de um jogo, que é um lugar-comum por excelência. Todo jogo vai ter gente jogando e bola rolando. É preciso, na criação jornalística, ir muito além disso. Quando surge algo inesperado, como um erro, é o momento de pensar no que se está fazendo e tomar uma atitude. Aproveitar para criar.

Com relação ao acaso, também é fundamental citar Steven Johnson (2010). Por mais que alguns o tratem como o “Darwin da tecnologia”, não queremos aqui julgar esse atributo, tampouco procurar saber de onde vêm as boas ideias e se elas são, de fato, boas ou não, como ele se arriscou a fazer. Johnson (2010) diz que o acaso favorece as mentes conectadas. Em seu livro “De onde vêm as boas ideias”, trata de mentes conectadas na rede virtual, mas aqui podemos aplicar seus pressupostos ao surgimento do acaso na preparação de uma reportagem. O caráter

mercadológico do pensamento não é o foco, muito menos essa análise tecnológica. Ou seja, ideias novas não surgem de surtos repentinos de perspicácia e inspiração, são resultado de atenção ao que está ao redor, o que pode ser um fato gerador de inovação. O trabalho que sucede o inesperado vai gerar as conexões que podem fazer surgir uma ideia inovadora. Para Johnson (2010), é preciso provocar constantemente conexões inusitadas e pensar sobre como elas poderiam ser desdobradas.

Voltemos, mais uma vez, ao primeiro caso estudado, aquele em que o ex-jogador do Santos foi chamado de “macaco”. Naquele dia, o “ganha ou perde”, que sempre é o enfoque do jornalista esportivo, ficou em segundo plano. O acaso gerado pelo chamamento do jogador modificou a agenda do noticiário.

No outro exemplo examinado, o jogador Emerson Sheik acabou estampando as capas dos jornais e suscitando uma discussão acerca de como a instituição máxima do futebol brasileiro vinha tratando o esporte. Menos de dois anos mais tarde, estourou um “escândalo” que colocou em xeque a imagem da CBF. Na época do ato assumido pelo jogador, a denúncia preponderou sobre o resultado do jogo. Poucos lembram qual foi o placar, mas recordam da imagem dele dizendo “CBF é uma vergonha”.

O acaso tem enriquecido o conteúdo do noticiário esportivo. Jornalistas esportivos tiveram que tratar de assuntos que extrapolam as quatro linhas e o futebol. Entraram no noticiário “geral” ao ter que falar sobre racismo e corrupção.

Ainda quanto aos acasos, pode-se dizer que:

São entradas de elementos que causam ramificações do pensamento, desestabilizando a aparente estabilidade no percurso em direção às tendências. Erro e acaso interagem com o processo que está em curso, propondo problemas que provocam a necessidade de solução. Para que isso aconteça, hipóteses são formuladas, testadas e, possivelmente, geram associações de outra natureza. Estamos falando, sob este ponto de vista, de importantes desencadeadores do mecanismo de raciocínio responsável pela introdução de ideias novas. [...] Acaso e erro mostram seu dinamismo criador em meio à continuidade, geram novas possibilidades de obra na perspectiva temporal do processo criador. (SALLES, 2006, p.132-133)

O processo de criação dos jornalistas esportivos ganhou novas ideias. O padrão foi desestabilizado nos últimos tempos, diante do que foi proposto pelos

jogadores. Esse novo formato de produção e publicação de assuntos ligados à nossa cultura exigiu atenção e preparo para a novidade. O acaso estabeleceu conexões inesperadas e contribuiu para uma construção mais rica, indo além do preestabelecido e “trivial”, como ficou muito claro na repercussão dos casos analisados neste estudo.

O cenário atual do jornalismo leva muitos profissionais a contar com os acasos como parte do roteiro de trabalho. Para o entendimento desse processo, Cecilia Salles (2006) traz um pensamento sobre o artista que pode ser estendido ao jogador de futebol.

Há uma outra questão que surge na relação do artista com o acaso: alguns exploram seu poder criador de tal modo que este passa a funcionar como uma espécie de técnica. Para Vittorio Gassman (1986, p.21) o acaso é responsável por reativar um processo que pode perder sua dinamicidade. Ele exemplifica, no percurso de construção de personagens no teatro, essa tensão entre tendência e acaso. “O ator deve seguir o percurso obrigatório que foi traçado para o seu papel, em relação aos outros personagens e à própria estrutura geral da obra. Mas ele pode e deve variar esse percurso sempre que possível, para evitar a rotina e a mecanicidade. Além disso, deve estar sempre atento para o que possa acontecer: como já disse, teorizo o imprevisto porque ele faz parte do jogo, sempre pode acontecer.” (SALLES, 2006, p.145)

Na citação, o acaso é explorado como método para evitar a cristalização que a reprodução teatral pode causar. O paralelo com o jornalismo esportivo é pertinente.

Não que o acaso não fosse utilizado antes. É que os dois exemplos ressaltados neste estudo foram fatos impensados. Quanto à exploração das imagens ao vivo, muito é planejado, como os próprios jogadores entrevistados falaram. Esses exemplos aqui estudados não eram esperados e chamaram atenção pela espontaneidade com que aconteceram.

Ainda nesta tendência de se fazer o uso do imprevisto, há relatos de acasos que, foram, de certo modo, “construídos”, apesar de receber a descrição de um inesperado absoluto. O artista coloca-se em situação propícia para a intervenção do elemento externo, como fotógrafos que visitam o mesmo local várias vezes, aguardando uma luminosidade inusitada. Há, portanto, nestes casos, uma espera pelo inesperado. Miró (1989, p.33) ao ser perguntado se estava sempre à procura de

novos materiais, respondeu: “Não procuro, eles me atraem, vêm a mim.” (SALLES, 2006, p.145)

Diante desse cenário, torna-se imprescindível observar como a televisão acaba explorando a imagem desses jogadores. Além de promotores de acasos criativos, eles se tornam ídolos, como já foi visto no capítulo sobre o futebol como megaevento esportivo. Quanto mais importante o atleta for, por sua história ou pelo fato novo, mais será procurado para aparecer, estar em evidência. Por isso também a imagem deles interessa para a televisão.

Os acasos fazem parte da construção das obras ou das reportagens jornalísticas e, por isso, muitas vezes, são fontes de preocupação. Discutir a intervenção do acaso no ato criador vai além da ingênua constatação da entrada inesperada de um elemento externo no processo. Em qualquer um dos casos aqui relatados, observamos que aceitar a intervenção do imprevisto implica compreender que o jornalista poderia ter feito aquela obra de forma diferente; ao aceitar que há concretizações alternativas, admite-se que outras obras teriam sido possíveis. A criação, assim, não pode ser entendida como o grande e epifânico encontro de uma forma ideal. O jornalista esportivo tem que perceber que determinada reportagem sempre é passível de alteração – considerada uma obra inacabada até o fim dos jogos ou dos atos dos personagens principais. Do mesmo modo, na criação da reportagem é preciso atentar se algo foi visto por outro. A busca pelo além do que está preestabelecido precisa ser constante.

Ao contrário do que preconiza o noticiário geral, com algumas normas, o jornalismo esportivo precisa jogar com as alternativas. Também se nota entre os profissionais aquele modelo de trabalho em que se espera, previamente, que algo aconteça. Mas e se esse “algo” não acontece? Essa muitas vezes acaba sendo a notícia. Por exemplo, os jogos na nova arena do Corinthians, até o terceiro ano de sua existência, sempre registravam público de torcedores próximo da lotação total. Então, falar do público não era mais interessante, não trazia um elemento novo. A partir do início da temporada 2017, a produção do time caiu, os ingressos ficaram mais caros e muitos torcedores pararam de ir ao estádio. Até que, num determinado jogo do Campeonato Paulista, foi registrado o menor público de toda a história da

Arena. Essa foi a reportagem¹⁸, o pouco público virou manchete. O conteúdo foi muito além do jogo. Nas conversas com os jogadores, buscava-se uma explicação para a decisão dos torcedores de não ir ao estádio. Diversas teorias foram formuladas e houve quem noticiasse só isso, uma vez que o Corinthians carrega o estigma de “time do povo”, “time das multidões”.

O que se percebe é que, nos casos estudados nesta dissertação, os atletas têm a noção exata do alcance de uma intervenção realizada ao vivo. E não se trata apenas de falar algo para conquistar espaço, como numa entrevista coletiva, por exemplo. Os jogadores usam o corpo ou a roupa para comunicar. Campanhas são promovidas no início dos jogos por meio de camisetas vestidas pelos atletas ou cartazes que eles carregam, e as mensagens que eles mesmos querem passar são vistas em gestos. Inúmeros acasos surgem de demandas daqueles que se tornaram agentes de notícias.

7 - CONCLUSÃO

Diante do exposto, é possível chegar à conclusão de que os jogadores de fato pautam a notícia, no sentido de procurar meios para serem ouvidos e vistos. Ao se fazerem ouvir e serem vistos, os jogadores de futebol conseguem escapar da mordida que se tornou tradicional nos clubes de futebol modernos, por conta de agentes que dificultam o acesso às fontes de informação.

Conseguimos fazer uma análise da relação que deve se tornar tendência no jornalismo esportivo entre quem produz a notícia e o que é notícia. O jogador de futebol começa a querer pautar o noticiário de forma intencional. Os dois exemplos que motivaram o estudo são claros nesse sentido. Mas, como vimos logo na introdução, casos desse tipo se tornaram mais comuns nos últimos tempos.

Lampejos dessa forma de comunicação foram vistos no passado. O próprio exemplo da democracia corintiana corrobora essa afirmação. Na época do fim da ditadura, atletas se posicionaram vestindo camisetas e desafiando as autoridades

¹⁸ Cf.: GLOBOESPORTE.COM. **Corinthians registra o pior público da história da arena contra Novorizontino.** 15/02/2017. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2017/02/corinthians-registra-o-pior-publico-da-historia-da-arena-contra-novorizontino.html>>. Acesso em: 16/02/2017.

com talentos também fora das quatro linhas. O “imortal” Sócrates¹⁹ foi um dos líderes desse movimento, que inspiraria, quase trinta anos depois, outro movimento, o do Bom Senso F. C.²⁰ Neste a estratégia de publicidade se baseia em ações no início dos jogos: atletas de braços cruzados no campo, camisetas exibidas para as câmeras, entre outras.

Na prática do trabalho em televisão há mais de vinte anos, foi possível participar de muitas coberturas esportivas. Essa experiência permitiu perceber que os atletas do esporte mais popular do país utilizam o espaço comunicacional das transmissões ao vivo para expressar determinadas mensagens ou opiniões. Não se calam mais, mesmo diante de possíveis condenações internas em seus clubes. Assim, quem ganha é o telespectador, que, como vimos no estudo sobre o acaso, recebe em casa uma matéria mais plural e diversificada sobre o que acontece numa partida de futebol.

Ao denunciar racismo, corrupção, os atletas reivindicam direitos, tomando a iniciativa e se aproveitando da grande cobertura que cerca o futebol. Vimos que o jogo de futebol perdeu as características de sua origem. É hoje um grande espetáculo e produto midiático. Os jogadores, capazes de explorar suas técnicas individuais ao máximo, se tornam astros no universo do espetáculo. Assuntos como os que motivaram esta pesquisa passam a ser recorrentes. Pautam o noticiário, não apenas o especializado. A amplificação da mídia se torna clara, como já preconizava Kamper (2002a), no sentido de que potencializa o que o corpo não é.

Vimos no estudo da imagem o poder que pode ter um simples gesto, como o do goleiro Aranha, ou uma simples frase, como a de Emerson Sheik diante da câmera. Essa potência condensada gera um grande poder de impacto. Foi assim que aconteceu. Portanto, não podemos separar as emoções das imagens no jornalismo esportivo. O futebol é um rico elemento cultural, mas é carregado de emoção, de apelo, de histórias de seus praticantes e seus espectadores. As imagens proporcionadas pelos atos que fogem à rotina do esporte mexem com os sentimentos e com as emoções. As denúncias dos dois jogadores geraram revolta,

¹⁹ Cf.: WIKIPÉDIA. **Sócrates** (futebolista). Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%B3crates_\(futebolista\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%B3crates_(futebolista))>. Acesso em: 06/03/2017.

²⁰ Logo na primeira página do portal do Bom Senso há uma matéria que diz que o movimento surgiu a partir das manifestações dos jogadores em campo. Cf.: BOM SENSO F. C. Disponível em: <<http://www.bomsensofc.org.br/>>. Acesso em: 06/03/2017.

comoção, tristeza, indignação, ou seja, as imagens geraram emoções, mexeram com muitos outros sentidos além da visão. Por isso tiveram um alcance tão grande.

Leituras como a do livro “Barroco, Cidade, Jornal” propõem uma explicação para o que os jornalistas fazem normalmente, mesmo muitos cronistas esportivos. Uma grande contradição entre forma e conteúdo. Uma busca pelo resumo mais do que pelo detalhe.

Quanto à questão cultural envolvida nesse processo, o estudo foi riquíssimo. A começar pelos personagens dos dois episódios estudados, exemplos da mestiçagem que caracteriza a América Latina e o Brasil. No país onde ainda há pouco espaço para negros, citamos um exemplo de um mulato que luta pelos seus direitos. Ele usou a paixão do brasileiro para levantar a bandeira contra o racismo, mostrou como o esporte das multidões está cercado de preconceito. Não foi uma manifestação para evidenciar como o preconceito acontece lá fora; os xingamentos de macaco aconteceram aqui, no Brasil, em pleno século XXI. E não é assunto vencido. O tema rendeu muito mais do que o próprio noticiário tradicional sobre o resultado do jogo. As discussões chegaram ao nível policial, tiveram implicações sociais e revelaram o verdadeiro papel do jornalismo.

Contudo, ainda fica claro o caráter binário das definições sobre raça no Brasil. Mesmo com toda a abrangência que o caso Aranha teve, não houve um comentário sobre o fato de o jogador ser mulato, sempre o trataram como um negro vítima de racismo. Só que Aranha é fruto de um país mestiço. Não é só negro, é resultado de uma mistura de cores. O mesmo acontece com Emerson, cuja condição étnica, apesar do apelido árabe, nunca é levada em conta. Se por um lado as características do jogo em sua essência são diminuídas pelo espetáculo, por outro, a mestiçagem sofre o mesmo efeito.

Esse último atleta citado – Emerson Sheik – cutucou uma ferida que ainda sangra. Logo após a denúncia do jogador, autoridades internacionais começaram a fazer o mesmo tipo de acusação, e o dirigente da CBF, que riu quando Sheik disse que a entidade é uma vergonha, está preso.

A relação entre jornal e linguagens desviantes e diferenciais (ou seja, não facilmente burocratizáveis ou “convencionalizáveis”, porque derivam dos diálogos da variação multiplicante contínua à paisagem) fortalece uma região de desequilíbrio entre a lógica industrial centralizadora (que corrobora os “hábitos fortes” da leitura) e a qualidade inventiva dos profissionais (o cronista, o folhetinista, o diagramador, o

chargista, o fotógrafo etc.) que sabem fazer drenar, para essa produção coletiva, os índices e ritmos daquelas linguagens, com suas dobras e “grades entrelaçadas”. Não é por acaso que a crônica e o folhetim expandem-se para o conto ou relatos breves, para os romances caleidoscópicos, para o rádio e a TV, em análise inspirada em José Amálio Pinheiro (2013).

A pesquisa compreendeu ainda uma parte importante sobre o aspecto da natureza, o que é relevante no estudo cultural. O jogo de futebol acontece no gramado. A bola utilizada ainda é feita como antigamente, apesar de já existirem materiais sintéticos. Se é por meio da natureza que se exerce a tradução cultural, o campo de futebol é o cenário perfeito para se analisar a mestiçagem que existe por aqui. O problema que vemos na rotina da televisão é que ela não leva em conta o aspecto cultural do futebol, sobretudo no noticiário esportivo. Ele está presente na parte comercial, mas não na jornalística. A mestiçagem permanece à margem dos comentários esportivos, a essência parece ser ignorada em favor de assuntos plantados pelas assessorias ou em decorrência do *lead* burocrático futebolístico.

É no estudo de Cecilia Salles sobre as Redes de Criação que o trabalho se apoia. A autora trouxe um novo pensamento sobre como o artista produz uma obra de arte. O mesmo vale para o jornalismo e para todos os setores da sociedade que precisam de criação. Os conceitos apresentados aqui são muito amplos e permitem ver que, tanto no “pensar artístico” como no “jornalístico”, a inserção de ideias novas pode mudar o rumo do trabalho desenvolvido. Pode estabelecer fatos novos e gerar conexões com fatos históricos, por exemplo. São esses fatos novos que vão estabelecer ligações com problemas sociais e da vida cotidiana.

Na cobertura do futebol, a prática diária revela que o jornalista vive na expectativa constante de um fato novo. Se esse fato novo não aparece, recorre-se ao “trivial”, a pauta preestabelecida e empobrecedora de produzir imagens entediantes. Portanto, confirmamos no estudo que os acasos trazem novidade. Se tem novidade, tem notícia. Para Nilson Lage (1982), a notícia é o fato redigido a partir do dado mais importante ou capaz de gerar maior interesse, seguindo-se as demais informações em ordem decrescente de importância. Nesse sentido, os assuntos gerados pelo acaso, como visto neste trabalho, se tornam o mais importante.

O acaso é construtor, interage com o processo que está em curso. Nos exemplos que estudamos aqui, acasos são propostos pelos jogadores ao vivo. Ou

seja, talvez nem sempre surjam repentinamente para os jogadores. Mas, para quem cobre o espetáculo, se transformam em acasos construtores.

Para esse tipo de jornalismo, o jogo de futebol de grandes clubes, compreendendo um espetáculo grandioso, como vimos em Bourdieu (1984), por si só já é notícia. Seria uma matriz geradora de conteúdo para os profissionais que trabalham nessa área. Só que ele é apenas um desencadeador de ideias. Ao longo de um jogo, por exemplo, vão se formando novas ideias. Um gol, um escanteio, uma expulsão vão munindo a construção da redação jornalística. Tudo acontece a toda hora. Por isso, cabe ao profissional da comunicação estar atento ao que acontece.

Conseguimos constatar neste estudo ainda que a preocupação do jogador com a própria imagem também parece crescer ao passo que a exposição aumenta. No universo das redes sociais, então, a imagem televisiva é ampliada em uma escala ainda maior e ganha novos contornos. O domínio exercido pela tela também atinge o jogador. À medida que ele é dominado na rotina diária, por ser espectador, ele percebe a chance de dominar ao interferir no conteúdo da televisão, por mais que não tenha consciência de que se trata de uma ilusão.

Segundo essa visão, em tom de metáfora, o jogador participa da violência aniquiladora no sentido de destruição dos espaços herdados pelos homens, gerada pelo triunfo da superfície sobre o espaço, numa espécie de jogo de poder. É como se a cultura se deixasse seduzir pela imagem. A imagem captura e se alimenta da cultura futebolística no Brasil.

Diante desses conceitos, percebe-se que os jogadores de futebol ainda têm um longo desafio nessa relação que se estabelece com a comunicação. Sua tentativa de quebrar uma barreira não deve ter acontecido no sentido de aprisionar ninguém – agora no sentido literal da frase. O próprio goleiro Aranha disse que não queria que a menina flagrada desrespeitando o jogador tivesse sofrido tanto, afirmou até que ficou com pena dela. Mas o poder da imagem passada foi tão forte que gerou muita confusão. É fato que o telespectador já é vítima do aparelho, vítima da perversão gerada por essa relação. Os jogadores de futebol foram “corajosos” também por quebrar aquela repetição do comum, das mesmas notícias padronizadas, e por libertar a imaginação, permitir outra interpretação da realidade.

Voltando ao caso do goleiro Aranha, para entendermos melhor, no momento em que o atleta chama as câmeras para fazer a denúncia, ele usa o próprio corpo. Comunica-se não apenas com uma fala, com um discurso. Quando ele explode e diz

que não aguenta mais o que está acontecendo, gesticula, exhibe um semblante de horror, cria um novo cenário, que não estava sendo explorado pela transmissão até então.

Quanto maior o volume de imagens produzidas, mais próxima está a materialidade vazia (BAITELLO JR., 2005, p.48). A televisão é forte candidata a produzir essa materialidade vazia, devido a tamanha quantidade de imagens geradas. E não é todo mundo que pode decidir não trabalhar numa área dessas por conta de crítica ou opinião pessoal. O jornalismo é conflitante. É possível manter as inquietações e trabalhar nelas. É possível saber o tamanho desse desafio e encará-lo de frente, em vez de simplesmente descartá-lo. Afinal, é através das imagens televisivas que o imaginário de milhões de apaixonados por futebol é estimulado. Pode ser de forma comercial, mas há algo além do comercial e do poder de anestesia. Cabe ao profissional garantir que a comunicação não seja apelativa. O jornalista tem que ser ético no sentido de saber se posicionar diante do novo, estar preparado para isso e, mesmo que o direcionamento de determinado veículo não permita, tentar.

Ao impor uma notícia ao vivo, o jogador leva o jornalista a pensar, investigar uma oportunidade de ir além dela. O que presenciamos nesses casos relatados aqui foram oportunidades para dois atletas. Oportunidade de dar um grito de liberdade, oportunidade de dizer “basta”. Sendo que os jornais, que estão todo dia lado a lado com esses atletas, nem sempre se importam com o que eles vivenciam no próprio esporte. São oportunidades de escapar da vigilância das assessorias de imprensa.

Ora, o futebol é tão apaixonante, é fator de união de classes sociais, não merece ser jogado na “vala comum” do jornal ou telejornal trivial. Promover um noticiário atrativo é uma forma de perpetuar a cultura popular do país na TV. Se por um lado não existem mais os “geraldinos” nas arquibancadas, por conta de os novos estádios cobrarem ingressos tão caros, eles agora estão na frente da TV, com o ouvido ainda grudado no radinho a pilha e, quem sabe, até na frente do celular à espera de uma notícia nova sobre o futebol. Os jogadores, em contrapartida, continuam no campo à espera de um contato com a imprensa, que um dia já escreveu sobre um “Furacão” que passou pelo futebol brasileiro. O nome dele era Jairzinho. A mesma imprensa descobriu um anjo entre nós, um “anjo de pernas tortas”, chamado Garrincha. Os jornalistas até estabeleceram uma monarquia no Brasil, onde o rei é Pelé.

8 - FONTES E BIBLIOGRAFIA

AGÊNCIA ESTADO. Fifa faz censo sobre futebol no mundo. **Estadão**. Esportes. 03/04/2011. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,fifa-faz-censo-sobre-futebol-no-mundo,20010403p46368>>. Acesso em: 01/06/2016.

ALCOBA LOPEZ, A. **Cómo hacer periodismo deportivo**. Madrid: Ediciones Paraninfo, 1993.

ALFONSO-GOLDFARB, Ana Maria. **La ruta Salvador-Calicut: un encuentro entre dos mundos**. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid/ Doce Calles, 1993.

ANDRADE, Carlos Drummond de. **Poesia errante**. Rio de Janeiro: Record, 1988.

AQUINO, Rubim Santos Leão. **Futebol, uma paixão nacional**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

BAITELLO JR., Norval. **A era da Iconofagia**. São Paulo: Hacker, 2005.

_____. **A serpente, a maçã e o holograma** – Esboços para uma Teoria da Mídia. São Paulo: Paulus, 2010.

_____. **Emoção e Imaginação: os sentidos e as imagens em movimento**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edição 70, 1995.

BARTHES, R. “O que é Esporte?” **Serrote**. São Paulo, n. 3, Instituto Moreira Salles, novembro 2009, p.96-105.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

_____. **Vida para consumo** – A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

BBC. **Gabriel Jesus:** Man City boss Pep Guardiola compares Brazilian to watermelon. Sport - Football. 01/02/2017. Disponível em: <<http://www.bbc.com/sport/football/38836079>>. Acesso em: fev. 2017.

BELLOS, Alex. **Futebol.** O Brasil em Campo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

BG - BOTAFOGO GLORIOSO. **De Sheik para CBF** - Toma vergonha na cara! Publicado no Youtube em 04 set. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ZkpU-dnxlio>>. Acesso em: 19/02/2017.

BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

_____. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 2005.

BYSTRINA, I. **Tópicos de Semiótica da Cultura.** São Paulo: Cisc, 1995.

CAGIGAL, J. M. **Deporte** – Pulso de nuestro tiempo. Madrid: Editora Nacional, 1972.

CAILLOIS, R. **Los juegos y los hombres** – La máscara y el vértigo. México: Fondo de Cultura Económica, 1986.

CALIÓ, Bruno. Melo acusa uruguaio de racismo: "é o tapa na cara que falei". **Terra.** Futebol Internacional. 13/04/2017. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/internacional/felipe-melo-revela-racismo-e-diz-esse-e-o-tapa-na-cara-que-falei,ecc6b3f9160be8ec6cf341cdfb441f7f132z3kuv.html>>. Acesso em: fev. 2017.

CAMPOS, Anderson Gurgel. **A economia das imagens do esporte.** Produção, reprodução e valoração de bens imagéticos nos ambientes midiáticos dos megaeventos esportivos. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), PUC-SP, São Paulo, 2014.

CANAL DO TORCEDOR. **Felipe Melo fala que "vai dá porrada" e "tapa na cara de Uruguaio".** Publicado no Youtube em 17 jan. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MXEjjQHtlZs>>. Acesso em: 01/05/2017.

CHAVES, Lincoln. Racismo de grupo de gremistas tira Aranha do sério: "Sou negão, sim!" **GloboEsporte.com**. 28/08/2014. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/sp/santos-e-regiao/futebol/times/santos/noticia/2014/08/racismo-grupo-de-gremistas-tira-aranha-do-serio-sou-negao-sim.html>>. Acesso em: fev. 2017.

CHINEM, Rivaldo. **Comunicação Empresarial** – Teoria e o dia a dia das Assessorias de Comunicação. São Paulo: Horizonte, 2006.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2ª. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DAOLIO, Jocimar (Org.). **Futebol, cultura e sociedade**. Campinas: Autores Associados, 2005.

DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de comunicação e o relacionamento com a imprensa**. São Paulo: Atlas, 2011.

ECO, U. **Viagem na irreabilidade cotidiana**. 3ª. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

EDUARDO COBAIN. **Emerson Sheik critica a CBF**. Publicado no Youtube em 27 out. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=b_m9jeshR5A>. Acesso em: 19/02/2017.

ELIAS, N.; DUNNING, E. **Deporte y ocio en el proceso de la civilización**. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

ERBOLATO, Mario. **Jornalismo especializado**: emissão de textos no Jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1981.

ESPN.COM.BR. **Aranha é chamado de “macaco” por torcida do Grêmio**. 28/08/2014. Disponível em: <http://espn.uol.com.br/noticia/436034_aranha-e-chamado-de-macaco-por-torcida-do-gremio>. Acesso em: junho de 2017.

_____. **O ousado chegou!** “Se tiver que dar tapa na cara de uruguaio, vou dar”, diz Felipe Melo. 17/01/2017. Disponível em: <http://espn.uol.com.br/noticia/663063_o-ousado-chegou-se-tiver-que-dar-tapa-na-cara-de-uruguaio-vou-dar-diz-felipe-melo>. Acesso em: fev. 2017.

_____. **Felipe Melo se desculpa e diz que não vai 'dar tapa na cara de uruguaio'**. 11/04/2017. Disponível em: <http://espn.uol.com.br/noticia/686087_felipe-melo-se-desculpa-e-diz-que-nao-vai-dar-tapa-na-cara-de-uruguaio>. Acesso em: fev. 2017.

ESTADELLA, A. F. **Esporte e Sociedade**. Rio de Janeiro: Salvat Editora do Brasil, 1979.

FERRARETTO, Luiz Artur; FERRARETTO, Elisa Kolplin. **A Assessoria de Imprensa: Teoria e Prática**. São Paulo: Summus, 2009.

GASTALDO, E. **A arquibancada eletrônica**: questões sobre futebol, mídia e a sociabilidade no Brasil. Trabalho apresentado no GT Comunicação e Sociabilidade no XIII Compós em São Bernardo do Campo. São Paulo, 2004.

_____. Homo Ludens e o Esporte Moderno. In: MARQUES, J. C.; MORAIS, O. J. de (Orgs.). **Esporte na Idade Média**: diversão, informação e educação. São Paulo: Intercom, 2012.

GEBAUER, G.; WULF, C. **Mimese na Cultura**. São Paulo: Annablume, 2004.

GEERTZ, C. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

GENTILE, Bernardo. Sheik é expulso e usa câmeras para criticar mais uma vez a CBF: 'Vergonha'. **Uol Esporte**. Futebol - Brasileirão 17/09/2014. Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/brasileiro/serie-a/ultimas-noticias/2014/09/17/sheik-e-expulso-e-usa-cameras-para-criticar-mais-uma-vez-a-cbf-vergonha.htm>>. Acesso em: 18/02/2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIOVANI MATTIOLLO. **Repugnante**: Vídeo mostra os insultos racistas da torcida do Grêmio. Publicado no Youtube em 28 ago. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LDXNqBP8EYw>>. Acesso em: 18/02/2017.

GIULIANOTTI, Richard. **Sociologia do futebol**: dimensões históricas e socioculturais do esporte nas multidões. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.

GLOBO NEWS. **Goleiro do Santos é vítima de racismo em Porto Alegre: 'Dói'**, afirma Aranha. 29/08/2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-news/noticia/2014/08/goleiro-do-santos-e-vitima-de-racismo-em-porto-alegre-doi-afirma-aranha.html>>. Acesso em: fev. 2017.

GLOBOESPORTE.COM. **Corinthians registra o pior público da história da arena contra Novorizontino**. 15/02/2017. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2017/02/corinthians-registra-o-pior-publico-da-historia-da-arena-contra-novorizontino.html>>. Acesso em: 16/02/2017.

HALL, Stuart. "The work of representation". In: HALL, Stuart (Org.). **Representation**. Cultural representation and cultural signifying practices. London/ Thousand Oaks/ New Delhi: Sage/ Open University, 1997.

HILLMAN, J. **Cidade e Alma**. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens** – O jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2005.

IG SÃO PAULO. **Cidade do México 1968**: A Olimpíada que nem começou no ano que não terminou. Disponível em: <<http://esporte.ig.com.br/olimpiadas/cidade-do-mexico-1968-a-olimpiada-que-nem-comecou/n1237884587151.html>>. Acesso em: 12/09/2015.

JOHNSON, S. **De onde vêm as boas idéias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2010.

JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 09 jun. 1970. Disponível em: <https://news.google.com/newspapers?nid=0qX8s2k1IRwC&dat=19920614&b_mode=2&hl=pt-BR>. Acesso em: junho de 2017

KAMPER, Dietmar. **A estrutura temporal das imagens**. São Paulo: Biblioteca Cisc, 2002a.

_____. **Cosmo, Corpo, Cultura**. Enciclopedia Antropologica. A cura di Christoph Wulf. Milão, Itália: Mondadori, 2002b.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 2ª. ed. Petrópolis: Vozes, 1982.

LANCEPRESS. Adversário do Inter, Fabio Carille cobra elogios a seu time: "Vocês não têm direito de criticar o Corinthians". **ZH - Zero Hora**. Copa do Brasil. Porto Alegre, 10/04/2017. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/esportes/inter/noticia/2017/04/adversario-do-inter-fabio-carille-cobra-elogios-a-seu-time-voces-nao-tem-direito-de-criticar-o-corinthians-9768456.html>>. Acesso em: 15/04/2017.

LEITE, Milton. **As melhores seleções brasileiras de todos os tempos**. São Paulo: Contexto, 2010.

LOTMAN, I. M. **La Semiosfera – Semiótica de la cultura y del texto**. Madrid: Cátedra, 1996.

MACHADO, I. **Escola de Semiótica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

MAGNANE, Georges. **Sociologia do esporte**. São Paulo: Perspectiva, 1969.

MONTAGU, Ashley. **Tocar, o significado humano da pele**. São Paulo: Summus, 1988.

MORAES, D. Cultura tecnológica, mídia e consumo globalizado. In: BRITTOS, Valério Cruz; CABRAL, Adílson (Orgs.). **Economia Política da Comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MORATO, Márcio Pereira. A dinâmica da rivalidade entre pontepretanos e bugrinos. In: DAOLIO, Jocimar (Org.). **Futebol, cultura e sociedade**. Campinas: Autores Associados, 2005.

MORIN, E. **O Enigma do Homem**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

_____. **Cultura de massas no século XX – O Espírito do Tempo: Neurose**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984.

NETO. Emerson Sheik - Entenda o caso. **Blog do Neto** - Uol Esporte. 04/10/2014. Disponível em: <<https://blogdoneto.blogosfera.uol.com.br/2014/10/04/emerson-sheik-entenda-o-caso/>>. Acesso em: 19/02/2017.

PINHEIRO, J. A. **América Latina, Barroco, Cidade, Jornal**. São Paulo: Intermeios, 2013.

PONTE PRETA. **Consciência Negra:** Ponte é a primeira democracia racial do futebol brasileiro. 20/11/2015. Disponível em: <<http://pontepreta.com.br/noticias-detalle/primeira-democracia-racial>>. Acesso em: 12/04/2017.

PRONI, M. W. **A Metamorfose do Futebol.** Campinas: Instituto de Economia da Unicamo/ Fapesp, 2000.

_____; LUCENA, R. (Orgs.). **Esporte – História e Sociedade.** Campinas: Autores Associados, 2002.

R7. **Serginho Chulapa abre o seu álbum para o Esporte Fantástico.** 27/05/2017. Disponível em: <<http://esportes.r7.com/esporte-fantastico/videos/-serginho-chulapa-abre-o-seu-album-para-o-esporte-fantastico-27052017>>. Acesso em: junho de 2017.

REDE GLOBO DE TELEVISÃO. **Manual de Telejornalismo.** Rio de Janeiro, 1984.

RIBEIRO, Darcy. **O Povo Brasileiro.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

RIBEIRO, Luiz Carlos. Brasil: futebol e identidade nacional. **Lecturas, Educación Física y Deportes** - Revista Digital. Buenos Aires, n. 56, 2003. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd56/futebol.htm>>. Acesso em: fev. 2017.

RIBEIRO JR., Amaury; AZENHA, Luiz Carlos; CHASTINET, Tony. **O Lado Sujo do Futebol.** São Paulo: Planeta, 2014.

RODRIGUES, D. (Org.). **Os valores e as atividades físicas.** São Paulo: Summus, 2008.

SALLES, Cecília Almeida. **Redes da Criação** - Construção da Obra de Arte. 2ª. ed. São Paulo: Horizonte, 2006.

SILVA, Silvio Ricardo da. A construção social da paixão no futebol: o caso do Vasco da Gama. In: DAOLIO, Jocimar (Org.). **Futebol, cultura e sociedade.** Campinas: Autores Associados, 2005.

SODRÉ, M. **O Monopólio da Fala.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1977.

TERRA. **Aranha pede respeito e quer "leis cumpridas" em caso racismo.** 29/08/2014. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/santos/aranha-pede->

respeito-e-quer-leis-cumpridas-em-caso-racismo,c21260d112328410VgnVCM4000009bcceb0a RCRD.html>. Acesso em: 18/02/2017.

_____. **Sheik explica por que chamou CBF de vergonha e ataca juízes.** Publicado no Youtube em 19 set. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LiViNUJWI9o>>. Acesso em: 18/02/2017.

TUBINO, M. J. **O que é esporte.** São Paulo: Brasiliense, 1993.

_____; GARRIDO, F. A. C; TUBINO, F. M. **Dicionario Enciclopedico Tubino do Esporte.** Rio de Janeiro: Senac Editoras, 2007.

TUCHMAN, Gay. **La producción de la noticia.** Estudo sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gili, 1983.

VAIA, Sandro. **A Notícia Instantânea.** Jornalismo é... São Paulo: Xenon, 1999.

VEJA.COM. **Goleiro do Santos sofre ofensas racistas em jogo no RS.** Veja - Esporte. 29/08/2014. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/esporte/goleiro-do-santos-sofre-ofensas-racistas-em-jogo-no-rs/>>. Acesso em: fev. 2017.

WIKIPÉDIA. **Sócrates** (futebolista). Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%B3crates_\(futebolista\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%B3crates_(futebolista))>. Acesso em: 06/03/2017.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** 7ª. ed. Lisboa: Presença, 2002.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e método. 3ª. ed. São Paulo: Bookman, 2004.

ZH - ZERO HORA. **Aranha protesta contra ato de racismo na Arena: "Dói".** 28/08/2014. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/esportes/gremio/noticia/2014/08/aranha-protesta-contra-ato-de-racismo-na-arena-doi-4585928.html#showNoticia=IWZYfk1vS144OTEwOTc3OTE1Mzg3MTI1NzYwSXotNzQxMDE1Mjc4OTg1MDQyNzExMDZLSTg3MzU3MDk3MTQ2MDU2NzA0MDBuZC1aR2wpL0M+XVBIZXYjfnk=>>>. Acesso em: fev. 2017.

Portais e sites consultados

BLOG DO JUCA KFOURI. Disponível em: <blogdojuca.uol.com.br>. Acesso em: fev. 2017.

BOM SENSO F. C. Disponível em: <<http://www.bomsensofc.org.br/>>. Acesso em: 06/03/2017.

CISC. Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia. Disponível em: <www.cisc.org.br>. Acesso em: fev. 2017.

COMUNICAÇÃO, ESPORTE E CULTURA. Blog do Grupo de Pesquisa Esporte e Cultura (FCS/UERJ). Disponível em: <www.comunicacaoesporte.com>. Acesso em: fev. 2017.

ESPN.COM.BR. Disponível em: <espn.uol.com.br>. Acesso em: fev. 2017.

ESTADÃO. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br>>. Acesso em: fev. 2017.

FOX SPORTS. Disponível em: <www.foxsports.com.br>. Acesso em: fev. 2017.

G1. Disponível em: <www.g1.com.br>. Acesso em: fev. 2017.

SPORTV. Disponível em: <<http://sportv.globo.com>>. Acesso em: fev. 2017.

UOL. Universo Online. Disponível em: <www.uol.com.br>. Acesso em: fev. 2017.

VEJA.COM. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/>>. Acesso em: fev. 2017.

WIKIPÉDIA. A Enciclopédia livre. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org>>. Acesso em: fev. 2017.

ANEXOS

Anexo 1 - Transcrição das Entrevistas

ENTREVISTA 1

Nome: GAUTHER MARTINS CARDOSO (conhecido como Gauther) **Profissão:** Goleiro – está no Santos B desde 2016, já jogou na Ponte Preta, no Rio Branco (SP), no Corinthians, na União Barbarense, no Santacruzense e no Rio Preto **Idade:** 25 anos

Pq - A ideia não é afirmar se a Assessoria de Imprensa é boa ou ruim. Mas os jornalistas não conseguem falar o que querem, a qualquer hora, com os jogadores de futebol. Há hoje uma blindagem por parte das assessorias. Diante disso, gostaria de saber se você acha que tem oportunidade de falar quando quer e o que quer, a qualquer hora, com a imprensa.

En - Não, temos sempre que prestar atenção nas coisas que vamos dizer. E sabemos que tem coisas que não podemos falar.

Pq - De maneira geral, hoje em dia, o jogador de futebol fala o que pensa?

En - Na minha opinião, a grande maioria não diz o que pensa, porque depois isso pode trazer problemas para o jogador e para o clube

Pq - Quando comemoram um gol, alguns jogadores mostram mensagens embaixo da camiseta, os clubes pedem para os jogadores vestirem camisetas de campanhas antes do início de alguns jogos... O goleiro Aranha pede para o cinegrafista mostrar os torcedores que o estão ofendendo. Após ser expulso, Emerson Sheik vai em direção à câmera e diz que a CBF é uma vergonha. São exemplos que servem de cenário para a seguinte pergunta: um bom momento para dizer o que pensa, fazer uma homenagem ou um protesto é ao vivo, seja numa transmissão de jogo ou coletiva?

En – Sim, seria, porque ao vivo não tem como cortar ou voltar atrás. Mas isso depende muito do atleta porque tem jogadores que gostam de polêmica, o que não é meu caso.

ENTREVISTA 2

Nome: RAFAEL LONGUINE **Profissão:** Jogador de futebol, atua na posição de meio-campista – está no Santos desde 2014, já passou pelo Juventude, pelo XV de Jaú, Comercial, Inter de Bebedouro, Lask Linz da Áustria, Rio Branco, Red Bull Brasil e Audax **Idade:** 26 anos

Pq - A ideia não é afirmar se a Assessoria de Imprensa é boa ou ruim. Mas os jornalistas não conseguem falar o que querem, a qualquer hora, com os jogadores de futebol. Há hoje uma blindagem por parte das assessorias. Diante disso, gostaria de saber se você acha que tem oportunidade de falar quando quer e o que quer, a qualquer hora, com a imprensa.

En - Nem sempre! Depende do clube, do momento e também das assessorias de imprensa.

Pq - De maneira geral, hoje em dia, o jogador de futebol fala o que pensa?

En - Tem jogador que gosta de falar mais e outros não gostam de se expor muito. Isso é muito relativo. Caso a caso. Eu falo por mim e sempre acho correto falar.

Pq - Quando comemoram um gol, alguns jogadores mostram mensagens embaixo da camiseta, os clubes pedem para os jogadores vestirem camisetas de campanhas antes do início de alguns de jogos... O goleiro Aranha pede para o cinegrafista mostrar os torcedores que o estão ofendendo. Após ser expulso, Emerson Sheik vai em direção à câmera e diz que a CBF é uma vergonha. São exemplos que servem de cenário para a seguinte pergunta: um bom momento para dizer o que pensa, fazer uma homenagem ou um protesto é ao vivo, seja numa transmissão de jogo ou coletiva?

En - Não posso generalizar. Cada um tem um pensamento e atitude. Obviamente que na entrevista ou no momento do gol a visibilidade é maior. Porém, eu gosto de comemorar com a torcida. Posso falar isso apenas por mim.

ENTREVISTA 3

Nome: ELITON DEOLA (conhecido como Deola) **Profissão:** Goleiro – está no Juventus da Mooca neste ano, já passou pelo Palmeiras, Fortaleza, Atlético de Sorocaba, Vitória, Sertãozinho e Grêmio Barueri **Idade:** 33 anos

Pq - A ideia não é afirmar se a Assessoria de Imprensa é boa ou ruim. Mas os jornalistas não conseguem falar o que querem, a qualquer hora, com os jogadores de futebol. Há hoje uma blindagem por parte das assessorias. Diante disso, gostaria de saber se você acha que tem oportunidade de falar quando quer e o que quer, a qualquer hora, com a imprensa.

En - O que eu penso é hoje estar tendo um “politicamente correto” meio chato, meio estranho, porque tudo o que você fala pode ser julgado por um tipo de preconceito ou algo do gênero e acaba o próprio jornalista, alguns que não exercem a profissão de forma correta, acabam distorcendo muito o que a pessoa fala. Principalmente quando é escrita, porque quando é TV não tem como, porque tem sua cara e sua voz, mas quando é escrita o pessoal tá assistindo uma entrevista e pega trechos de uma fala, e ela quebra esse contexto e dá o sutil dela, então acaba gerando polêmica, que é o que vende. E se isso vende, eles tem que fazer. Então, por conta disso tem muito jogador que acaba não saindo da caixa e acaba ficando uma entrevista chata. É onde o jornalista já quer fazer uma pergunta pra gerar polêmica. O jogador, sabendo disso, já corta. E às vezes, quando perde, o assessor tira ele da entrevista, só dá entrevista quando ganha ou tá numa fase boa. Então é um assunto bem complexo. Tô com dois minutos e ainda não consegui colocar todo o meu ponto de vista.

Pq - De maneira geral, hoje em dia, o jogador de futebol fala o que pensa?

En - Não são todos os que podem falar o que pensam. A grande maioria não fala o que pensa. Até porque se você falar o que pensa você vai pegar um gancho. Você vai ser processado, você vai ser julgado e vai acontecer várias coisas. Então, muitas vezes, você tem que omitir seu pensamento em prol de continuar com o bem-estar ou algo assim. Então, não podemos falar o que pensamos. Existe alguns jogadores que falam o que pensam, sim, porém esta fase do respeito, que nem você pega o Marcos, o Rogério Ceni, eram jogadores... Até o próprio Felipe Melo agora fala o que pensa, mas são jogadores que a mídia em si tem um certo respeito, talvez até medo, então acaba não gerando polêmica tão grande porque eles têm um número maior até de seguidores. Mas, geralmente, se você não tem um nome maior, tão grande... Jogador de futebol hoje não tem vínculo com o clube, ele fica pouco tempo no clube, então ele acaba não podendo fazer isso.

Pq - Quando comemoram um gol, alguns jogadores mostram mensagens embaixo da camiseta, os clubes pedem para os jogadores vestirem camisetas de campanhas antes do início de alguns de jogos... O goleiro Aranha pede para o cinegrafista mostrar os torcedores que o estão ofendendo. Após ser expulso, Emerson Sheik vai em direção à câmera e diz que a CBF é uma vergonha. São exemplos que servem de cenário para a seguinte pergunta: um bom momento para dizer o que pensa, fazer uma homenagem ou um protesto é ao vivo, seja numa transmissão de jogo ou coletiva?

En - Com certeza tem que ser ao vivo, né. Se você quer ter um apelo, você quer chamar a atenção, tem que ser ao vivo, porque se for gravada a emissora vai lá edita, corta e pronto, você falou ao vento, não vai ter apelo nenhum, então sim. Você quer fazer um protesto, você quer chamar a atenção, quer divulgar algo, tem que ser ao vivo, só que com a ciência de que vai ter consequência, pode ser boa ou ruim, depende do que você vai fazer. Vamos supor, você ganhou um dinheiro pra fazer uma propaganda de uma determinada marca e, chega na hora da entrevista, você dá uma informação que remete àquela marca. Você conseguiu. Ao vivo, não tem como cortar, como fazer nada, você vai passar seu recado. Porém você pode sofrer uma represália, esta TV não vai te chamar pra fazer nada, então tudo tem que ponderar até que ponto vale a pena você fazer isso. No caso do Aranha, ele tava fazendo um apelo racista, então isso é válido. As marcas patrocinam um clube e elas estampam em pontos estratégicos, no ombro, onde aparece muito. Então o ombro, embora seja um patrocínio pequenininho que torcedor nenhum vê, na hora que vai pra TV é muito bem visto, porque é onde vai aparecer, porque não tem como cortar o pescoço do jogador, então vai aparecer esta marca. Então, tem coisas estratégicas que é o que move o espetáculo. Se você não tem patrocínio, está sem dinheiro, ele move tudo. A empresa banca o clube, o clube coloca o time em campo e o time dá retorno pra TV, e isso é uma cadeia. Tudo isso é bem visto e quando é gravado, teve uma época da TV digital que ficava feio demais. A RedeTV invertia o patrocínio pra ficar de trás pra frente. Acho que fica feio porque é isso o que move. Tudo é movido a patrocínio, então acho que tem que ter. Mas tudo isso só é eficaz porque é ao vivo. Porque ao vivo não tem o que fazer, o máximo é sair do ar e dar uma desculpa ou algo do tipo, mas não tem como cortar não.

ENTREVISTA 4

Nome: PABLO NASCIMENTO CASTRO (conhecido como Pablo) **Profissão:** Zagueiro – está no Corinthians neste ano, já passou pelo Ceará, Quixadá, Tiradentes, PSV Eindhoven da Holanda, Grêmio, Avaí, Ponte Preta e Bordeaux da França **Idade:** 25 anos

Pq - A ideia não é afirmar se a Assessoria de Imprensa é boa ou ruim. Mas os jornalistas não conseguem falar o que querem, a qualquer hora, com os jogadores de futebol. Há hoje uma blindagem por parte das assessorias. Diante disso, gostaria de saber se você acha que tem oportunidade de falar quando quer e o que quer, a qualquer hora, com a imprensa?

En - Não, não tem não.

Pq - De maneira geral, hoje em dia, o jogador de futebol fala o que pensa?

En - Não, nem sempre podemos falar o que pensamos. Tem momentos em que, devido a uma circunstância do jogo, talvez a gente saia com a cabeça mais quente do jogo e, por isso, acho que não dá pra falar tudo o que pensa a toda hora.

Pq - Quando comemoram um gol, alguns jogadores mostram mensagens embaixo da camiseta, os clubes pedem para os jogadores vestirem camisetas de campanhas antes do início de alguns de jogos... O goleiro Aranha pede para o cinegrafista mostrar os torcedores que o estão ofendendo. Após ser expulso, Emerson Sheik vai em direção à câmera e diz que a CBF é uma vergonha. São exemplos que servem de cenário para a seguinte pergunta: um bom momento para dizer o que pensa, fazer uma homenagem ou um protesto é ao vivo, seja numa transmissão de jogo ou coletiva?

En - Depende da mensagem que o jogador quer passar. Se a mensagem for pra ajudar de alguma forma, alguma coisa, independente de ser ao vivo, se for gravado, vai ser uma mensagem mostrada, mas tem que ser positiva. Independente de ser ao vivo ou ser gravada, vai ser ao vivo. Quando tem uma jogada de marketing, ao vivo é melhor.