

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA**

**SÉRGIO LUIS GIACOMELLO**

---

**SINTONIZANDO EMOÇÕES - O  
FUTEBOL E O RÁDIO:  
uma viagem nas ondas da mídia  
radiofônica**

---

Campinas  
2008

**SÉRGIO LUIS GIACOMELLO**

---

**SINTONIZANDO EMOÇÕES - O  
FUTEBOL E O RÁDIO:  
uma viagem nas ondas da mídia  
radiofônica**

---

Dissertação de Mestrado apresentada à  
Pós-Graduação da Faculdade de  
Educação Física da Universidade  
Estadual de Campinas para obtenção do  
título de Mestre em Educação Física.

**Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Heloisa Helena Baldy dos Reis**

Campinas  
2008

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA  
PELA BIBLIOTECA FEF - UNICAMP**

G346s	<p>Giacomello, Sérgio Luis. Sintonizando emoções – o futebol e o rádio: uma viagem nas ondas da mídia radiofônica / Sérgio Luis Giacomello. -- Campinas, SP: [s.n], 2008.</p> <p>Orientador: Heloisa Helena Baldy dos Reis. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas.</p> <p>1. Rádio. 2. Futebol. 3. Mídia. 4. Emoções. 5. Lazer. I. Reis, Heloisa Baldy dos. II. Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física. III. Título.</p> <p>(dilsa/fef)</p>
-------	---

**Título em inglês:** Tuning emotions – football and the radio: a journey on the waves radio media.

**Palavras-chave em inglês (Keywords):** Radio; Football; Media; Emotions; Leisure.

**Área de Concentração:** Esporte e Sociedade.

**Titulação:** Mestrado em Educação Física.

**Banca Examinadora:** Carlos José Martins. Heloisa Helena Baldy dos Reis. Jocimar Daolio.

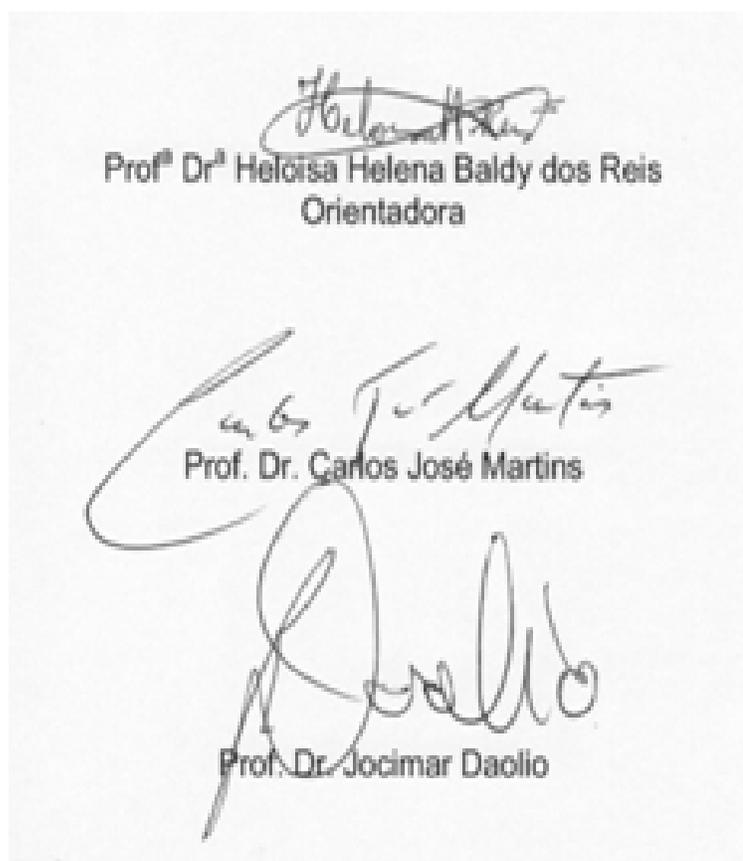
**Data da defesa:** 03/11/2008.

**SÉRGIO LUIS GIACOMELLO**

**SINTONIZANDO EMOÇÕES - O FUTEBOL E  
O RÁDIO:  
uma viagem nas ondas da mídia  
radiofônica**

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação de Mestrado defendida por Sérgio Luis Giacomello e aprovada pela Comissão julgadora em: 03/11/2008.

  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Heloisa Helena Baldy dos Reis  
Orientadora

**COMISSÃO JULGADORA**

**Viva o rádio**

*“Uma das frases mais citadas de Nelson Rodrigues é a que diz que ‘o videoteipe é burro’. Mas pouca gente se dá conta do sentido profundo desse aparente disparate.*

*O videoteipe é burro porque liquida, ao menos momentaneamente, uma das mais belas faculdades humanas: a imaginação.*

*[...] Por isso o rádio, num sentido muito preciso - o do estímulo à fantasia -, é superior à televisão. Analogamente, o cinema mudo é superior ao sonoro (porque nos força a "ouvir" com a imaginação) e a fotografia em preto-e-branco é superior à colorida (porque nos faz imaginar as cores, pintar com os olhos da mente).*

*[...] O rádio, para milhões de brasileiros, representou - e para outros tantos ainda representa - um meio de exercitar a imaginação e a sensibilidade. A TV registra a verdade, e a verdade é o seu dom de iludir. O rádio, o rádio não. O rádio inventa a verdade junto com a gente.”*

*José Geraldo Couto  
(Jornalista e tradutor)*

## Agradecimentos

À Heloisa, pela dedicação e paciência com que orientou este trabalho, pelas leituras e releituras que fez deste texto e pela confiança depositada em mim.

Aos membros da banca, Prof. Carlos José Martins e Prof. Jocimar Daolio, pelas valiosas contribuições dadas a esta dissertação.

Aos meus pais, que sempre me incentivaram a ir atrás dos meus sonhos, mesmo quando eles pareceram tão distantes.

Aos membros do GEF, que acompanharam minha caminhada, sempre com contribuições pertinentes.

Aos funcionários da FEF e aos amigos que, de alguma forma, colaboraram para que eu pudesse chegar até o final deste trabalho.

Muito obrigado a todos!

# Dedicatória

*Dedico este trabalho a Rose e a Marina, razões primeira da minha vida, que souberam compreender minhas ausências e me incentivar durante os momentos mais difíceis desta jornada.*

GIACOMELLO, Sérgio Luis. **Professor:** especialista. 2008. 89f. Dissertação (Mestrado em Educação Física)-Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo fazer uma análise das narrações radiofônicas de jogos de futebol por uma emissora de rádio de Campinas e de narrações de gols. Foram gravadas e analisadas quatro partidas na íntegra envolvendo as equipes do Guarani Futebol Clube e a Associação Atlética Ponte Preta no Campeonato Paulista da série A, no ano de 2008, e dezesseis narrações de gols diversos. A hipótese inicial é que o discurso futebolístico apresentado em transmissões de partidas de futebol no rádio estimula a violência e a rivalidade nos ouvintes. Utilizou-se a análise de conteúdo como instrumento para o tratamento dos dados obtidos por ser um meio adequado as análises envolvendo a comunicação. Baseados nos trabalhos de Norbert Elias e Eric Dunning sobre o lazer e as emoções, discutiu-se a papel da mídia, especificamente do rádio, no processo de transmitir excitação aos torcedores de futebol. Verificou-se que, em algumas situações, o rádio atua de maneira parcial, na busca por essa identificação com o ouvinte e que esta parcialidade se reflete na forma de estímulo a rivalidade e da violência simbólica relacionada ao futebol.

Palavras-Chaves: emoções; futebol; lazer; mídia; rádio.

GIACOMELLO, Sérgio Luis. **Professor:** especialista. 2008. 89f. Dissertação (Mestrado em Educação Física)-Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

## ABSTRACT

This work aims to make an analysis of radio narration of football by a radio broadcaster of Campinas and by narration of goals. We recorded and analyzed four entire matches involving the teams of the “Guarani Futebol Clube” and “Associação Atlética Ponte Preta” in the São Paulo Regional Championship Series A, in the year 2008, and sixteen narrations of various goals. The initial hypothesis is that the made speech on football broadcasts of football matches on the radio stimulates violence and rivalry in listeners. We used the “Content Analysis” as a tool for the treatment of data obtained to be an appropriate in analysis involving the communication. Based on the work of Norbert Elias and Eric Dunning on the leisure and emotions, a discussion was held on role of the media, specifically the radio, in the process of transmitting the excitement for football fans. It was found that in some situations, the radio operates on an onesided way in the search for that identification with the listener and that onesidedness is reflected in the way of encouraging the rivalry and symbolic violence related to football.

Keywords: radio; football; media; emotions; leisure.

## LISTA DE FIGURAS

**Figura 1 -** Presidente da República Juscelino Kubitscheck ouvindo rádio (1958)..... 55

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Trechos de hinos de alguns clubes de futebol do Brasil.....	26
<b>Quadro 2</b> - Total de equipes participantes da Copa da Inglaterra em três edições.....	32
<b>Quadro 3</b> - Público das partidas finais da Copa da Inglaterra em cinco edições da competição.....	32
<b>Quadro 4</b> - Fragmentos de periódicos do início do Séc. XX.....	42
<b>Quadro 5</b> - Número de emissoras de rádio no Brasil entre 1944 e 1950.....	51

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

**GEF** Grupo de Estudos de Futebol

**FEF** Faculdade de Educação Física

**PUC-CAMPINAS** Pontifícia Universidade Católica de Campinas

**UNICAMP** Universidade Estadual de Campinas

# SUMÁRIO

<b>Introdução.....</b>	<b>14</b>
<b>1 O Lazer e a Teoria do Processo Civilizador.....</b>	<b>17</b>
<b>2 O Futebol como atividade de Lazer.....</b>	<b>28</b>
<b>2.1 O Espectador de Futebol.....</b>	<b>34</b>
<b>3 O Esporte na Mídia e o Papel do Rádio no Futebol.....</b>	<b>44</b>
<b>3.1 A Mídia e o Esporte.....</b>	<b>45</b>
<b>3.2 O Rádio.....</b>	<b>49</b>
<b>3.3 O Discurso Futebolístico no Rádio.....</b>	<b>55</b>
<b>4 A Narração Radiofônica de Jogos de Futebol.....</b>	<b>61</b>
<b>4.1 Gool: O Grande Momento do Futebol.....</b>	<b>74</b>
<b>Considerações Finais.....</b>	<b>81</b>
<b>Referências.....</b>	<b>85</b>

# Introdução

Este trabalho é, antes de tudo, a realização de um sonho. A Educação Física sempre esteve presente nos principais momentos de minha vida, desde os tempos do ensino fundamental, na escola pública, passando pelo período em que estudei química no ensino médio e culminando no meu ingresso do “Projeto Futuro”, um programa de seleção e treinamento de adolescentes que funciona até os dias de hoje centro esportivo “Constancio Vaz Guimarães”, no Ibirapuera – São Paulo, onde passei três anos me dedicando aos treinamentos de Atletismo, na prova do salto em distância. No ano de 1993 ingressei no curso de licenciatura em Educação Física da PUCC e, no meu primeiro dia neste novo desafio, já senti o desejo de aprofundar meus estudos nesta área tão fascinante, já vislumbrando a possibilidade de um mestrado.

O rádio sempre me fascinou por sua capacidade de envolver e emocionar o torcedor de futebol. O ritmo quase alucinante da narrativa e as metáforas utilizadas transmitiam uma sensação prazerosa e um exercício de imaginação, ao criar as imagens dos lances em minha mente. Lembro-me até hoje de um pequeno rádio que meu pai possuía, com uma capa de couro marrom, e que era seu companheiro nas tardes de domingo durante os jogos do grande Guarani Futebol Clube.

Compreendendo as vertentes associadas ao futebol sob seus aspectos de assistência, ou seja, como uma atividade de lazer observando o espectador, este trabalho teve como objetivo analisar a mídia radiofônica, especificamente a narração dos jogos de futebol e dos gols, verificando se a transmissão radiofônica atua na criação de uma identidade com o torcedor de futebol e se esta busca pela preferência do ouvinte incita a violência relacionada ao futebol. O objeto da pesquisa foi uma emissora de rádio da Cidade de Campinas, que transmite em amplitude modulada (AM).

Partiu-se da hipótese inicial de que o discurso futebolístico apresentado em transmissões de partidas de futebol no rádio estimula a violência e a rivalidade nos ouvintes.

Para isso, este estudo utilizou de pesquisa qualitativa com enfoque bibliográfico e de campo. Foi feito levantamentos da bibliografia específica nas bibliotecas da UNICAMP e nos meios eletrônicos, principalmente o INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), em seguida, para o enfoque de campo, gravou-se partidas de futebol na íntegra e narração de gols.

Para trilhar este caminho, no capítulo 1, utilizo os pensamentos de Norbert Elias, buscando fundamentar uma abordagem do lazer em seu aspecto de assistência e sob o prisma de que estas atividades proporcionam uma vivência das emoções, sendo o esporte, e mais especificamente o futebol, um grande meio para esta vivência.

No capítulo 2 procuro demonstrar a importância do futebol como atividade de lazer e o crescimento desta em termos mundiais, desde sua origem até o final do Séc. XX, e as mudanças do espectador de futebol durante esse período.

A relevância do futebol como atividade de lazer pode ser medida pelas altas cifras que envolvem este esporte e, também, pela grande aceitação que ele conseguiu em termos de número de praticantes em todo o planeta.

As relações do futebol com a mídia foram destacadas no capítulo 3. A partir da definição de mídia e do discurso midiático, analiso inicialmente o fortalecimento do futebol como espetáculo midiático para, em seguida, mostrar como a mídia de uma forma geral apropria-se do esporte, massificando as informações referentes ao futebol, criando um discurso sobre os discursos do futebol, no que Humberto Eco (1984) denominou “falação esportiva”.

Em seguida, retomo o início da relação da mídia com o futebol mostrando a importância do rádio nesse processo e de que forma esse meio de comunicação criou uma identificação do torcedor, a partir de um discurso próprio, e de como essa identificação perdura até os dias de hoje

No capítulo 4 estão descritos os procedimentos metodológicos desse estudo. O tipo de instrumento utilizado na análise dos dados empíricos e a descrição dos passos para a obtenção dos mesmos, bem como a categorização utilizada na discussão. Foi discutido, também, como é o discurso da narração dos jogos de futebol, a partir dos dados obtidos e da categorização proposta na metodologia. Destaco os principais pontos da narração, com a reprodução de frases ditas pelos especialistas, para auxiliar o entendimento das relações que se estabelecem entre o ouvinte e a emissora, procurando demonstrar os momentos onde a rivalidade e a violência simbólica aparecem no discurso radiofônico.

A discussão caminha no sentido de mostrar como, em alguns momentos, a narração extrapola o discurso jornalístico (que deve ser informativo) para situações onde o fator emocional se sobrepõe e as mensagens adquirem nuances claras de parcialidade e de violência simbólica.

Concluo o trabalho mostrando como o futebol é importante no processo de potencializar emoções e como a mídia e, mais especificamente, o rádio atua nesta área. Destaco com a busca pela audiência colabora para estimular a rivalidade e a violência simbólica entre torcedores e finalizo apontando para a importância do rádio junto ao torcedor de futebol e para a sua responsabilidade como meio de comunicação de massa, além, é claro, de seu papel de destaque como “vendedor de emoções”.

# 1 - O Lazer e a Teoria do Processo Civilizador

As atividades de lazer parecem ter se tornado nos dias atuais, um assunto de destaque. Elas aparecem com certa frequência nas discussões sobre qualidade de vida e sobre o trabalho, sendo consideradas, pelo senso comum, como importantes no equilíbrio entre a vida laboral e o descanso.

Para este estudo, e compreendendo a importância do lazer na sociedade, busquei no campo da sociologia do esporte, subsídios para procurar entender os aspectos histórico-sociais envolvidos tanto na necessidade quanto na busca pelas atividades de lazer.

A maioria dos estudos sobre o lazer enfoca sua atuação como contraposição ao trabalho. O tempo destinado às atividades de lazer seria o tempo de “não-trabalho” e viria da necessidade de fugir temporariamente das rotinas e alienações provocadas pelo trabalho formal e que muda a relação dos indivíduos com a sua busca pela subsistência.

No que tange ao outro aspecto das concepções de lazer associado ao trabalho (ou não-trabalho), ou seja, na questão da atitude, pode-se, também, compreendê-lo como uma necessidade inerente à natureza humana, como um ato social importante e imperativo aos indivíduos.

Dentro deste enfoque, as bases para a compreensão da necessidade do lazer parecem vir de um desejo humano de busca pela excitação ou, em outras palavras, pelas fortes emoções que sempre estiveram presentes na vida das pessoas e que se tornaram cada vez mais autocontroladas nas sociedades atuais (ELIAS e DUNNING, 1992).

A sociologia configuracional de Norbert Elias<sup>(1)</sup> apresenta-se de forma relevante como instrumento para o entendimento das relações sociais, principalmente entre o esporte e a sociedade.

---

<sup>(1)</sup> Norbert Elias, alemão, (1897 – 1983), trabalhou com Manheim em Heidelberg, sendo seu assistente no departamento de Sociologia de Frankfurt, vivenciando a polêmica entre este departamento e o Instituto de Investigação Social de Adorno e Horkheimer (GEBARA, 2000, P. 34).

Seus estudos sobre o processo de civilização e a formação do Estado apresentam considerações importantes acerca das características da sociedade, analisando as razões pelas quais o homem tornou-se “civilizado” e de como os indivíduos, que vieram posteriormente a formar o Estado, foram criando condições para que isto ocorresse.

Apenas a título de comparação e para poder introduzir o pensamento de Elias, pode-se dizer que, se para os estudos marxistas, o trabalho é a referência fundamental no sentido de compreender os fenômenos sociais e históricos, para Elias:

[...] o homem, além das relações de produção, vive em cadeias de interdependência, isto é, aproximando-se de outros homens através de laços que se articulam de maneira diversificada. Essencialmente, Elias trabalha com padrões de interdependência em processos de mudanças, rearticulando relações de poder entre os indivíduos em sociedade (GEBARA, 2000, p.34).

Na concepção elisiana, a sociologia refere-se a pessoas vivendo em interdependência, sendo que as figurações sociais envolvem e modelam o viver em sociedade. Desta forma, tanto interna quanto externamente, percebem-se configurações sociais “móveis”, podendo ser rápidas e passageiras, ou de longo prazo, mais duradouras. Em outras palavras, tais configurações são conseqüências imprevistas das várias formas possíveis de interação social vivida, estando o poder situado sempre como elemento chave de qualquer situação.

Convém ressaltar aqui que o poder deve ser compreendido numa forma mais abrangente, que perpassa por todas as relações humanas, não ficando exclusivo ao controle do aparelho de Estado ou das relações de produção.

Na concepção de Elias e Dunning (1992, p.26), o poder:

[...] é uma característica [...] de todas as relações humanas. Nós dependemos dos outros; os outros dependem de nós. Sempre que somos mais dependentes dos outros do que estes são de nós, eles possuem poder sobre nós, quer nos tenhamos tornado dependentes deles pela sua utilização de força, ou pela nossa necessidade de sermos amados, pela nossa necessidade de dinheiro, cura, estatuto, carreira, ou simplesmente por excitação.

Neste sentido, pode-se entender o que Elias denominou de Processo Civilizador como uma mudança gradativa da sociedade a partir do século XVI, mais notada inicialmente nas classes sociais altas, em que o autocontrole tornou-se mais rigoroso, reprimindo-se cada vez mais a violência da classe guerreira e transferindo para o Estado o monopólio do uso dessa violência e

da arrecadação de impostos. Segundo Elias e Dunning (1992, p.30) estas mudanças podem ser caracterizadas por três elementos principais, que formam a base deste processo de civilização:

- A formação do estado, caracterizada pela centralidade política e administrativa, bem como no monopólio do uso da violência legítima e da arrecadação de impostos, gerando, por conseguinte, um aumento nas cadeias de interdependência e um maior equilíbrio entre classes e grupos sociais;
- A elaboração e o refinamento das condutas e dos padrões sociais, alcançados pelo aumento da pressão social para o autocontrole dos indivíduos principalmente sobre a sexualidade, agressão e emoções;
- Aumento da importância da consciência como reguladora do comportamento, neste caso no âmbito da personalidade.

Para fundamentar empiricamente suas idéias, Elias apóia-se, então, no processo de “cortezização” ou parlamentarização dos guerreiros medievais, buscando entender como o processo de violência destes guerreiros dá lugar a embates discursivos e ao refinamento dos cortesãos. A solução de conflitos passa a ser resolvida de uma maneira distinta do uso imediato da violência ou da força. Nos casos em que as discussões extrapolam o nível discursivo e se torna necessário à utilização da violência, o monopólio deste uso é exclusivo do Estado (GEBARA, 2000).

As pressões sociais para o refinamento das condutas vão, gradualmente, sendo cada vez mais exigidas, implicando nos indivíduos uma maior atenção as suas posturas e um maior autocontrole sobre seus atos.

Basicamente, pode-se considerar que a sociologia configuracional, no que tange ao lazer, busca analisar as relações entre o poder, o comportamento e as emoções, sempre numa perspectiva de longo prazo, em que as relações de poder estão constantemente se modificando assimetricamente<sup>(2)</sup>.

---

<sup>(2)</sup> É importante salientar que as evidências sociológicas empíricas para a construção das bases de análise de Elias foram centradas na História da Europa, com ênfase na Inglaterra, França e Alemanha.

Tendo em mente os aspectos essenciais da sociologia configuracional, Elias elabora o que ele denominou de “tríade de controles básicos”, que determinam em que estágio de desenvolvimento encontra-se uma determinada civilização.

Segundo Elias e Dunning (1992), estes estágios se baseiam no nível de controle que a civilização apresenta em três pontos:

- Controle dos acontecimentos naturais, ou seja, o controle atingido pelo homem frente ao que é natural (ciências da natureza). Neste aspecto a Educação é fundamental, uma vez que o ensino das ciências naturais e da tecnologia é básico para os controles da natureza;
- Controle das relações sociais, ou seja, das relações entre os seres humanos. Elias aponta para a dificuldade de controlar as relações humanas, quando comparadas ao controle das ciências naturais;
- Tudo aquilo que o indivíduo aprendeu durante sua vida no sentido do autocontrole. Esta capacidade do ser humano se desenvolver conjuntamente com as relações sociais apresenta raízes sólidas no processo educacional formal.

Cabe também ressaltar como a sociologia configuracional incorpora em sua construção os aspectos das teorias clássicas do pensamento sociológico.

Os conceitos de classe e a percepção dos conflitos sociais, oriundos de Marx, são incorporados por Elias, mas sem considerar que a apropriação dos meios de produção seja o ponto fundamental da dinâmica social. Para a sociologia configuracional a força dominante não existe de forma pura, mas apresenta-se na discussão das figurações entre estabelecidos e “*outsiders*” (DUNNING, 2003).

De Max Weber, Elias traz os conceitos de domínio territorial e monopólio da violência para consolidar a existência do Estado, mas avança na questão ao realçar a presença de formas privadas de dominação na figuração do poder público (DUNNING, 2003).

Elias retoma as idéias de Durkheim sobre a evolução de sociedades mais simples (nas quais existe uma predominância da solidariedade mecânica) para sociedades mais complexas e com divisão de trabalho (solidariedade orgânica), ou seja, nas quais ocorre uma interação social interdependente, ampliando o conceito ao compreender a interdependência como

uma forma de organização social estrutural e presente em qualquer sociedade (DUNNING, 2003).

A teoria sociológica de Norbert Elias, especificamente no campo do lazer, apresenta novas maneiras de discutir e entender a sociedade, apresentando-se como alternativa aos sistemas bipolares clássicos tradicionalmente estudados pela sociologia como “lazer” e “trabalho” ou “corpo” e “mente”.

Retomando os aspectos teóricos das idéias de Elias, pode-se observar que a transferência de poder ao Estado e o processo contínuo de “cortenação” levaram os indivíduos a um progressivo e rigoroso controle das suas emoções e reduziu as situações onde as pessoas podem liberar publicamente seus sentimentos sem se preocupar com a reação dos demais.

Manifestações públicas de alegria, tristeza, medo ou raiva deixaram de ser consideradas como reações normais. As pessoas precisavam manter o controle das emoções durante todo o tempo e isto parece já estar enraizado no subconsciente das mesmas e, como afirmam Elias e Dunning (1992, p.103): “[...] o controle que exercem sobre si tornou-se, de certo modo, automático. O controle - em parte - já não se encontra sob o seu domínio. Tornou-se um aspecto da estrutura profunda da sua personalidade”.

Os autores observam que, quando comparadas às sociedades mais simples, as manifestações emocionais, mesmo no restrito âmbito familiar, tornaram-se frias e perderam seu caráter natural de espontaneidade, subjugadas pelo controle social.

Para Elias (1993), os padrões de autocontrole passaram a ser impostos aos indivíduos desde a infância, gerando o que ele denominou de uma “teia de ações” extremamente complexa e rígida, onde o indivíduo era impelido a portar-se sempre de maneira “correta”.

Uma observação mais cuidadosa do processo de civilização, contudo, me parece apontar para a necessidade da busca de um equilíbrio deste autocontrole imposto em tempo integral aos indivíduos. Essa “rigidez de comportamento” vivenciada pela sociedade encontrou nas atividades de lazer um possível contraponto.

Surge aqui o principal fator de contribuição da sociologia configuracional aos estudos sociológicos do lazer e que parece indicar um caminho para a explicação da necessidade e da busca por estas atividades. Numa tentativa de reequilibrar as tensões do seu cotidiano, reprimidas pelo aumento do autocontrole, os indivíduos terminam por encontrar, se assim podemos dizer, esse contraponto no lazer.

Elias e Dunning (1992) afirmam que as atividades de lazer levam as pessoas a um nível de excitação agradável, situação esta que se tornou praticamente ausente nas sociedades industriais, e colaboram para uma sensação de bem estar emocional e social. Os autores destacam na sua concepção de lazer que existe um aspecto relacionado ao tempo livre sendo, portanto, necessário o entendimento desse termo do ponto de vista desses autores. Para eles existe na dicotomia mais tradicional entre trabalho e lazer um entendimento implícito de que haveria um tempo de trabalho e um tempo livre (de não trabalho), que estaria aberto para possíveis vivências do lazer. Contudo, destacam os autores, o termo trabalho nas sociedades modernas está vinculado a atividades bem específicas e num tempo rigidamente ordenado e que, conseqüentemente, o tempo livre não está totalmente disponível para o lazer, mas apenas uma parte desse tempo.

Como uma das possíveis divisões do tempo livre, Elias e Dunning (1992, p.108) sugerem uma classificação preliminar onde dividem este espaço não voltado ao trabalho rigidamente ordenado e específico em cinco aspectos principais: trabalho privado e administração familiar, repouso, provimento das necessidades biológicas, sociabilidade e categoria das atividades miméticas ou jogo.

Levando em conta estas afirmações é possível dizer que a busca pelas atividades de lazer, principalmente as de caráter mimético, é também a busca pela excitação, pela necessidade de manifestação de sentimentos fortes que foram ou que estão reprimidos pelo controle imposto pela sociedade atual.

O termo mimético significa, no sentido literal, “imitativo”, mas nesse caso deve ser entendido sob o aspecto de reproduzir, no lazer, sensações semelhantes às experimentadas na vida real, sem os riscos inerentes às mesmas. Para Elias e Dunning (1992, p.112):

Sob a forma de fatos de lazer, em particular os da classe mimética, a nossa sociedade satisfaz a necessidade de experimentar em público a explosão de fortes emoções – um tipo de excitação que não perturba nem coloca em risco a relativa ordem da vida social, como sucede com as excitações de tipo sério.

Verifica-se, então, que tanto em situações sérias como em situações de lazer (miméticas) os indivíduos experimentam níveis de excitação semelhantes do ponto de vista fisiológico, mas com aspectos de caráter sociológicos e psicológicos distintos. Por situações sérias entende-se àquelas nas quais os indivíduos estariam sujeitos a conseqüências reais.

Dunning (2003, p.40) destaca as diferenças entre as emoções percebidas em situações sérias e em situações miméticas, salientando a concordância social que ocorre no segundo caso:

“Fuera de los contextos miméticos, las emociones *públicas* – termo clave en este contexto – están en las sociedades industriales relativamente civilizadas, cercadas por controles sociales así como por controles interiorizados a nivel de la conciencia individual. En los contextos miméticos, por el contrario, la emoción placentera se exterioriza con la aprobación de la sociedad y sin ofender la conciencia individual siempre y cuando no se superen ciertos límites específicos”.(Grifo do autor).

Surge, então, um diferencial crítico quando se compara a teoria do processo civilizador com as teorias que relacionam as atividades de lazer exclusivamente como um contraponto ao trabalho: a segunda freqüentemente relaciona o lazer com a busca do relaxamento das tensões produzidas pela alienação do trabalho produtivo capitalista, enquanto a primeira associa as atividades de lazer com a necessidade humana de experimentar as tensões agradáveis produzidas durante as mesmas.

Norbert Elias tem também o mérito de desmistificar a relação entre os termos “tensão” e “negativo”, mostrando que as tensões fazem parte do contexto da vida humana e que estas tensões são necessárias e procuradas pelos indivíduos como seres sociais. O esporte surge, então, como um excelente exemplo de atividade de lazer que gera este tipo de tensão procurada pelos indivíduos (GEBARA, 2000).

As relações entre esporte e lazer perpassam dois aspectos igualmente importantes, mas de características bastante distintas, quer sejam, a vivência da prática e da fruição.

O indivíduo pode buscar a prática do esporte como uma atividade de lazer extremamente prazerosa e agradável. Este fato parece ser comprovado pela observação de atividades esportivas em parques públicos, clubes e áreas livres. Por outro lado, à semelhança com o que acontece com uma sessão de cinema ou teatro, o indivíduo pode buscar na atividade esportiva um lazer sob seu aspecto de fruição (ou assistência).

Neste caso, a excitação se dá de uma forma indireta. O indivíduo experimenta sensações e emoções pela observação de uma determinada prática esportiva. Tais sentimentos podem variar enormemente de acordo com o grau de interação e conhecimento que este indivíduo tenha com aquela modalidade ou com aquela equipe que está jogando.

Esta situação é perceptível no seguinte exemplo: um indivíduo que senta numa poltrona, no sossego de seu lar, e acompanha uma partida de tênis pela televisão pelo simples prazer de assistir a uma modalidade que ele aprecia e, num outro caso, um indivíduo torcedor fanático de um determinado clube, acompanhando, na arquibancada, seu time disputando uma final de campeonato.

Em ambos os casos, o aspecto da fruição está presente e pode-se classificar as duas situações como sendo atividades de lazer. Neste estudo o foco reside no lazer como sua vivência fruída, buscando compreender como o esporte, e mais especificamente o futebol, tem sido o meio para a busca das emoções por uma parcela da sociedade.

Ao se falar de futebol como uma atividade de lazer mimética e evidenciando o aspecto da fruição, tratarei do rádio, mais especificamente das transmissões radiofônicas de jogos de futebol. Provavelmente nenhum outro meio de comunicação de massa é capaz de provocar no torcedor o grau de emoção de uma transmissão radiofônica. Tendo como ponto de partida que um torcedor-ouvinte não está vendo a imagem do jogo, a narração tem o poder de criar o lance no imaginário do ouvinte, potencializando os efeitos da excitação e elevando o grau das emoções.

O ritmo da narrativa, as variações de entonação, as metáforas, são alguns dos fatores que transformam uma partida de futebol no rádio em um espetáculo discursivo praticamente exclusivo ao torcedor-ouvinte, delineando contornos que não se repetem, uma vez que são idealizados na mente do torcedor.

Toledo (1999, p.73), ao falar das primeiras transmissões de futebol no rádio, que se deram em 1931, afirma que “[...] o radialista esportivo tinha a função básica de criar a imagem da disputa para aqueles que estavam distantes do jogo”.

Guerra (2006, p.3) recorre a Kant<sup>(3)</sup> para explicar a paixão de alguns torcedores pelo rádio. Segundo ele:

Kant afirma que uma sensação só é comunicável se há acordo de afetos, o que pressupõe uma comunidade do gosto, que é a faculdade de se julgar a comunicabilidade dos sentidos. Este talvez seja o caminho para entender e justificar o quanto o torcedor se identifica com a transmissão de uma partida de futebol pelo rádio. Quando se ouve uma pessoa dizer que prefere acompanhar um jogo no rádio do que na televisão é preciso entender esta manifestação de afeto por este tipo de narrativa.

---

<sup>(3)</sup> Kant, I. Critique de La raison pratique. PUF, 1965.

Guerra (2006, p.3) ressalta ainda que o discurso tanto de torcedores quanto de narradores “é [de] que a transmissão do futebol no rádio é feita com mais emoção do que na televisão”.

O discurso futebolístico do rádio será tratado em outro capítulo. Neste momento é suficiente localizá-lo dentro da perspectiva de uma atividade de lazer mimética e compreender seu potencial de estimular a vivência de emoções e criar excitação.

Em relação ao esporte, Elias e Dunning (1992) apontam para um aspecto importante do mesmo e que o diferencia das demais atividades de lazer: ele apresenta, em todas as suas formas, de maneira direta ou indireta, um caráter de luta entre os seres humanos.

Esta particularidade com relação às demais atividades de lazer traz um condimento a mais no processo de provocar a excitação nos espectadores.

Disputas esportivas que trazem em sua essência simulações de confronto entre grupos rivais parecem ser as que mais causam excitação nos indivíduos, potencializando as emoções envolvidas nestas disputas. O futebol é um bom exemplo desta característica. Se num primeiro olhar, sem observações mais cuidadosas, o esporte bretão não nos remete imediatamente a este aspecto de confronto, de luta, de “vida ou morte”, numa análise mais profunda encontramos estas características explicitadas nos hinos oficiais de vários clubes brasileiros. O quadro 1 mostra alguns trechos de hinos onde pode ser constatada essa característica.

Essa consideração é relevante para este trabalho uma vez que esta característica de luta, de confronto, envolvendo o futebol e explicitada em alguns hinos, pode extrapolar o campo de jogo e transferir-se para o espectador emocionalmente envolvido com a disputa.

Os hinos de alguns clubes, além de fazer referência ao futebol como sendo uma batalha, salientam o fator de pertencimento do torcedor, frequentemente denominado como “nação” e convocando-o para a “guerra” (partida), na qual ele deve estar preparado até para morrer pelo clube. Metáforas à parte, esses sentimentos são reforçados durante as partidas, uma vez que é comum que as torcidas entoem o hino do clube durante elas, e que podem contribuir para a elevação dos níveis de excitação dos torcedores.

As características de luta e confronto, salientadas por Elias e Dunning (1992) e exemplificadas nos hinos de alguns clubes, parece também estar presente no discurso esportivo dos jogos de futebol desde suas raízes, conforme destaca Pereira (2000, p.103), ao analisar periódicos da época do início do futebol no Brasil. Tratando especificamente de uma série de três

partidas disputadas em junho de 1908, no Rio de Janeiro, entre os selecionados argentino e o brasileiro, o autor destaca frases do jornal Gazeta de Notícias sobre o clima de entusiasmo envolvendo estes jogos: “a ansiedade por estas lutas era enorme” e que “estas transformavam-se para os moradores do Rio de Janeiro em um novo prazer”. Pode-se observar nos trechos a referência ao confronto e a relação emocional envolvida.

Quadro 1 – Trechos de hinos de alguns clubes de futebol do Brasil

Clube	Trecho do Hino
Fluminense <i>Football Club</i>	Companheiros de luta e de glória Na peleja incruenta e de paz Disputamos no campo a vitória Do mais forte, mais destro e sagaz! Não nos cega o furor da batalha Nem nos fere o rival, se é mais forte! Nossas bolas são nossa metralha Um bom <i>goal</i> , nosso tiro de morte.
Santos Futebol Clube	Sua bandeira no mastro é a história De um passado e um presente só de glórias Nascer, viver e no Santos morrer É um orgulho que nem todos podem ter Com técnica e disciplina Dando o sangue com amor Pela bandeira que ensina Lutar com fé e com ardor
Sociedade Esportiva Palmeiras	Quando surge o alviverde imponente No gramado em que a luta o aguarda Sabe bem o que vem pela frente Que a dureza do prélio não tarda
Clube Atlético Mineiro	Lutar, lutar, lutar pelos gramados do mundo pra vencer Clube Atlético Mineiro Uma vez, até morrer.

Fonte: sites oficiais dos clubes: Fluminense *Football Club*, Santos Futebol Clube, Sociedade Esportiva Palmeiras e Clube Atlético Mineiro<sup>(4)</sup>.

<sup>(4)</sup> Acesso em dez/2007.

O clima de “guerra” que pode surgir em alguns tipos de esportes leva a pensar num dilema, qual seja, a possibilidade de conciliar a busca da excitação gerada por um processo agradável de descontrole e a necessidade de dispositivos de vigilância no sentido de manter esta excitação sob controle (ELIAS e DUNNING, 2002).

O futebol foi escolhido como o esporte base para este estudo por ser praticamente a única modalidade esportiva com transmissão radiofônica. Além disso é o esporte mais popular do mundo e, também, por ser a assistência de partidas de futebol uma das atividades de lazer mais praticada no planeta.

Neste capítulo procurou-se fundamentar as bases sociológicas deste estudo, relacionando a busca pelas atividades de lazer como uma necessidade inerente ao homem na sociedade atual, baseados nos trabalhos de Norbert Elias e Eric Dunning.

No capítulo seguinte analisarei o futebol, partindo de sua gênese e culminando com a sua apropriação pela mídia como uma das formas principais de entretenimento.

## 2 – O Futebol como Atividade de Lazer

Conforme as idéias apresentadas no capítulo 1, o esporte é uma das principais atividades de lazer que podem propiciar excitação nos indivíduos. As possibilidades de situações miméticas apresentadas nas atividades esportivas são quase infinitas.

Um aspecto interessante do esporte reside no fato de que ele pode apresentar situações miméticas por duas vias distintas: a prática e a assistência. Assim como o indivíduo pode vivenciar emoções pela ação propriamente dita, ele pode também, à semelhança do cinema e do teatro, experimentar situações de alegria, tristeza, raiva, frustração e êxtase, de forma indireta, pela representação de uma equipe ou de um atleta.

Neste caso, o futebol parece ser o principal representante. Segundo Reis (2000, p.131) “a assistência a espetáculos de futebol é a atividade de lazer esportivo mais praticada no mundo”. No Brasil em especial, o futebol parece ter encontrado uma identidade sem precedentes e passou a fazer parte da nossa cultura, criando uma relação tamanha com nosso país que o mesmo é conhecido internacionalmente como “o país do futebol” mesmo não tendo sido o seu criador. Para esta autora, o futebol ultrapassou as fronteiras de simples prática esportiva, transformando-se efetivamente num fenômeno social de proporções mundiais.

“O esporte é uma prática social e que deve ser contextualizada nas diferentes sociedades nas quais se desenvolveu”. E, referindo-se ao futebol, é dito ainda que “algo de especial há nele, pois em vários países transformou-se na principal atividade de lazer esportivo da população” (REIS, 2000, p.132).

As partidas de futebol envolvem uma enormidade de situações de excitação para os torcedores, que vão muito além do próprio jogo. Em um fim de semana envolvendo jogos entre dois clubes rivais, as emoções começam muito antes da partida: os comentários dos atletas e técnicos sobre o jogo, divulgados pela imprensa, por exemplo, ocupam grande parte do noticiário esportivo durante toda a semana. As escalações prováveis das equipes, a ausência de determinado atleta, um “tabu” sobre a última vitória de determinada equipe, as provocações entre os adversários, tudo vai elevando o nível de excitação dos torcedores e vai culminar com o início da partida.

Os meios de comunicação, ao perceberem o interesse que o futebol despertava na população, começaram a incorporar em sua grade de programação as transmissões dos jogos e,

posteriormente, ampliaram a exibição do assunto para programas informativos e de discussão sobre as partidas. Esta participação da mídia parece ter sido bastante relevante no desenvolvimento do futebol como espetáculo e suas implicações serão discutidos no capítulo 3.

O futebol apresenta um aspecto importante que deve ser considerado quando se aborda a questão da excitação envolvendo o jogo de futebol: ele implica em sua disputa uma simulação de luta, de guerra, entre as duas equipes. Cada equipe precisa “defender” seu território, impedindo que o adversário atinja sua meta (gol), ao mesmo tempo em que busca “invadir” o campo do oponente e marcar o seu tento. A possibilidade de leitura do futebol como uma “guerra simulada” apresentada por Elias e Dunning (1992), já foi ressaltada no capítulo anterior e ilustrada por trechos dos hinos de alguns clubes que falavam das disputas como batalhas.

A imprevisibilidade do futebol é, também, uma característica deste esporte e que o diferencia dos demais e que pode potencializar a excitação. Numa partida de futebol, uma equipe considerada mais fraca pode perfeitamente vencer uma equipe mais forte. O fato de que a marcação de um único gol, aliado a uma defesa bem armada, é suficiente para levar um time tecnicamente inferior à vitória, destacam esta característica. Outros esportes praticados mundialmente, como por exemplo, o tênis, o voleibol, o basquetebol, o handebol, e tantos outros, apesar de também poderem apresentar resultados imprevisíveis, esses ocorrem em número menor que no caso do futebol.

O jogo de futebol apresenta, ainda, outra particularidade que parece colaborar para o aumento da excitação dos indivíduos: o tempo normalmente longo para se conseguir marcar um gol (REIS, 2000). A excitação oscila entre a possibilidade de seu time marcar um gol num ataque (positiva), com o temor de sofrer um gol quando está sendo atacado (negativa). Tal oscilação eleva a tensão emocional e, em conjunto com a enorme expectativa gerada em cada lance, aumentam o envolvimento do torcedor com a partida, potencializando ainda mais as emoções. Este fato não ocorre na maioria dos outros esportes, onde a marcação de pontos é mais abundante.

Todos estes aspectos apresentados como potencializadores das emoções presentes num jogo de futebol envolvem situações miméticas, ou seja, representações de realidades que podem resultar em sensações de intensa excitação sem as conseqüências negativas que esta excitação poderia gerar em situações “sérias”. Entretanto, em algumas situações, o nível

de excitação pode extrapolar o patamar socialmente aceito de manifestação das emoções em público e levar a situações perigosas.

Para ilustrar esta consideração pode-se pensar em uma situação em que um grupo de torcedores entoava canções provocativas ao time ou à torcida rival, que por sua vez responde da mesma forma. Enquanto o clima de “guerra simulada” acontece dentro de um nível controlado de excitação, a situação fica dentro dos parâmetros sociais aceitáveis. Por outro lado, se acontecer de algum grupo romper o limite das provocações em forma de cantos e partir para um confronto real, a situação pode sair do controle e causar conseqüências físicas aos grupos de torcedores envolvidos.

Essa elevação no nível de excitação, associado ao anonimato de estar junto a uma multidão, bem como a maior sensação de poder e força proporcionados também por este fato pode, em alguns casos, transformar-se em situações em que o indivíduo se comporte de maneira descontrolada e, algumas vezes, agressiva. Manter os níveis de excitação num patamar que permita aos indivíduos equilibrarem suas emoções, mantendo-as dentro de uma atividade mimética é, portanto, a situação desejável.

Uma das primeiras considerações desse trabalho foi pensar no lazer sob seu aspecto de assistência. Visto por este prisma, o futebol, pelo que já foi discutido até aqui, parece ser realmente uma das principais atividades de lazer do mundo atual, entretanto, esta característica já aparece desde o início da sua história.

Desde sua gênese como esporte moderno o futebol atraiu espectadores interessados em acompanhar o desenrolar das partidas. Para Escher (2007), o futebol ostenta um caráter de espetáculo desde sua origem, não sendo, portanto, uma característica exclusiva do futebol atual, apesar de apresentar aspectos distintos, como por exemplo, o tipo de público que acompanhava as partidas e as motivações e interesses desses espectadores.

Apoiando-se nos trabalhos de Elias, pode-se compreender como a criação dos esportes modernos foi uma necessidade da sociedade britânica em meados do século XIX. O aumento do autocontrole e a diminuição da violência por parte dos indivíduos foram perceptíveis nos passatempos da época. A regulamentação crescente destas atividades foi fundamental para a expansão dos esportes para outras localidades e o futebol não foi exceção.

A partir de 1863, com a criação da Federação Inglesa de Futebol (*Football Association*), a regulamentação das regras se consolidou e iniciou-se o processo de expansão do futebol.

Para Escher (2007), a uniformização das regras estava intrinsecamente ligada aos espectadores, uma vez que, para continuar a crescer e se expandir, as regras do futebol precisavam ser universais.

Com a padronização das regras, o futebol foi ganhando espaço no cenário inglês e, em seguida, mundial. Os espectadores encontraram no futebol uma atividade mimética importante no sentido de potencializar suas emoções. Os sentimentos de alegria e tristeza, raiva e prazer, tensão positiva e tensão negativa foram algumas das sensações experimentadas pelos mesmos.

Os espectadores começaram a se interessar cada vez mais por determinadas equipes, passaram a identificar-se com elas e abriram as portas para a formação dos primeiros clubes de futebol. Estes aspectos foram ressaltados por Elias e Dunning (1992, p.65), para eles:

A formação dos clubes, levada a efeito por pessoas interessadas como espectadoras ou executantes numa ou noutra de suas variedades, representou um papel crucial no desenvolvimento do desporto. Na fase anterior ao desporto, divertimentos como a caça e uma diversidade de jogos de bola eram regulamentados de acordo com as tradições locais que variam com frequência de uma localidade para outra.

Com a criação dos clubes e o aumento da identificação de espectadores e praticantes com estas associações, foi se fortalecendo o caráter de espetáculo do futebol. A uniformização das regras, por sua vez, tornou possível a realização de partidas entre equipes de localidades diferentes. Na Inglaterra, as ferrovias possibilitaram os deslocamentos das equipes por todo o território, ampliando ainda mais as fronteiras do futebol (FRANCO JUNIOR, 2007).

Este autor, analisando uma consideração proposta e posteriormente aceita pelos países praticantes do futebol em 1896, sobre a possibilidade das partidas se prolongarem além dos noventa minutos regulamentares, quando as circunstâncias assim justificarem, interpreta o fato como sendo uma relação entre produto e consumo, salientando o aspecto do espetáculo. Se, durante a partida, acontecesse algum fato que fizesse com que a mesma ficasse parada por algum tempo, este tempo deveria ser acrescido no final do jogo. Para ele, “os torcedores são consumidores que não podem ser prejudicados no tempo do espetáculo por incidentes ocorridos

durante a realização” (FRANCO JUNIOR, 2007, p.38). Esta determinação continua até os dias atuais, sendo agora mostrado ao público pelo árbitro auxiliar, o tempo de acréscimo.

A cobrança de ingressos desde muito cedo, também sinaliza para o entendimento da assistência do futebol como atividade espetacularizada. Para Escher (2007, p.37) este fato “relativiza [a compreensão] do futebol jogado somente como passatempo e por divertimento”.

Pode-se visualizar, nos quadros 2 e 3, o crescente interesse que o futebol conseguiu atingir na Inglaterra, logo após a criação da *Football Association*. No quadro 2, vê-se o aumento considerável do número de equipes participantes da Copa da Inglaterra desde a primeira edição.

Quadro 2: Total de equipes participantes da Copa da Inglaterra em três edições.

Temporada	Nº de equipes
1871 - 1872	15
1878 - 1879	43
1883 - 1884	100

Fonte: Adaptado de: Franco Junior (2007, p.34).

Quadro 3: Público presente nas partidas finais da Copa da Inglaterra em cinco edições da competição.

Edição da competição (ano)	Público Presente
1872	2000
1888	17000
1893	43000
1901	110000
1923	> 125000

Fonte: Adaptado de: Franco Junior (2007, p.34).

Assim como, sob o prisma do futebol como entretenimento, o quadro 3 apresenta dados do público presente nas partidas finais da Copa da Inglaterra, mostrando o crescimento da assistência de jogos de futebol naquele país.

Outro fator que muito colaborou para o crescimento do futebol, tanto como esporte quanto como espetáculo foi a profissionalização. A profissionalização do futebol ocorreu na Inglaterra a partir de 1885 e foi de fundamental importância para a expansão dele.

Os clubes passaram a contratar jogadores e formaram equipes cada vez mais competitivas, elevando o nível técnico das partidas e fortalecendo ainda mais o futebol como espetáculo (FRANCO JÚNIOR, 2007).

A Inglaterra, berço da Revolução Industrial, além de expandir a crescente mercantilização para a Europa, foi gradativamente exportando também o futebol profissionalizado. Apesar da resistência inicial, outros países como a Áustria, Tchecoslováquia, Hungria e Itália aceitaram a profissionalização no início do século XX.

Com a profissionalização atingindo proporções continentais, o futebol passou a exigir arenas cada vez maiores para o crescente público interessado em acompanhar as partidas consolidando-se como atividade de lazer de multidões.

É interessante observar que a construção de algumas das arenas esportivas no início do século XX foram iniciativas do poder público, possivelmente já vislumbrando usos políticos para o esporte, como no caso do estádio de Wembley, para 125 mil pessoas, em 1924, na Inglaterra, o estádio Centenário, para 90 mil pessoas, em 1930, no Uruguai e o Maracanã, para cerca de 170 mil pessoas, no Brasil em 1950 (FRANCO JÚNIOR, 2007). Os dados aqui apresentados, em meu entendimento, fortalecem as considerações iniciais de que o futebol pode ser visto como espetáculo desde sua origem.

É claro, porém, que com o advento dos meios de comunicação de massa, o espetáculo futebolístico atinge proporções nunca imaginadas pelos seus criadores. Hoje o futebol é um dos temas televisivos mais explorados. E, para o público, é uma atividade de lazer que desperta interesse e muita emoção.

O processo de globalização do futebol e sua consagração como megaevento podem ser compreendidos também pelos números referentes às Copas do Mundo de Futebol. No mundial de 1998, na França, foram investidos cerca de 330 milhões de dólares e a partida final foi vista por mais de 2 bilhões de telespectadores (SANTOS, 2004).

A composição das equipes que disputaram esse mundial também foi significativa, pois 32 países foram representados por seus selecionados nacionais, sendo quinze europeus, oito americanos, cinco africanos e 4 asiáticos. Tal representatividade teve uma enorme

colaboração para que o evento fosse um dos mais assistidos de todos os tempos e, também, um dos mais lucrativos (SANTOS, 2004, p.71).

A consolidação do futebol em termos de megaevento pode também ser avaliado pelos contratos entre as principais seleções do mundo e os fabricantes de material esportivo. Estima-se, por exemplo, que um contrato da americana *Nike* com o selecionado brasileiro, garante a CBF uma cifra estimada de 220 bilhões de dólares por uma exclusividade de 10 anos (SANTOS, 2004).

## **2.1 – O Espectador de Futebol**

A figura do espectador de futebol surge, também, com a criação desse esporte. Se o futebol apresentou evolução durante sua história, até chegar ao modelo que conhecemos hoje, pode-se inferir que o espectador de futebol também passou por transformações neste período.

Da elite que inicialmente acompanhava as partidas entre as escolas britânicas do final do século XIX até os torcedores do século XX, muitas mudanças ocorreram. Tais modificações estão intrinsecamente ligadas às mudanças ocorridas na sociedade capitalista deste período. O processo de identificação das massas com o futebol foi fundamental para a consolidação do espectador.

No início de sua história, o futebol atraía as altas classes sociais, sedentas por novas formas de entretenimento civilizado, que iam ocupando o lugar de outros “esportes” mais violentos como a caça e o boxe.

O espectador de futebol do final do Séc. XIX e início do Séc. XX primava pelo requinte e pela educação, sinônimos de cultura na época, entusiasmando-se, muitas vezes, mais com o comportamento civilizado dos atletas do que com a performance esportiva propriamente dita (PEREIRA, 2000). No Brasil este fato pode ser ilustrado pelas notícias vinculadas pela imprensa com relação à participação do selecionado nacional no campeonato sul-americano de 1917.

Pereira (2000, p.148) destaca as matérias jornalísticas publicadas à época, como “o bom papel desempenhado pelos representantes da nação em terras estrangeiras” e da própria Confederação Brasileira de Desportos, criada um ano antes, para quem “se no tocante a parte

técnica, não teve a representação nacional o resultado que fazia jus”, exaltava “o modo disciplinado, cortês e comedido por que se houberam os jogadores”. O autor relata ainda um telegrama do ministro do Uruguai ao chefe da delegação brasileira parabenizando a “inexcedível distinção de alta linhagem fidalga” do nosso *scratch*.

O espaço futebolístico neste período era um ambiente de encontro da elite capitalista da época e que primava pelo aspecto “culturalmente elevado” dos apreciadores do esporte bretão. Estes torcedores identificavam-se com os atletas da época, moços provenientes de um estrato social privilegiado, tanto pelos aspectos físicos dos jogadores quanto pela cordialidade e cavalheirismo reinante nas disputas.

Toledo (2002, p.53) ao falar do período do futebol amador, destaca a importância dada pela elite ao caráter educacional que o futebol representava na época. Para ele:

Durante a vigência do regime amador havia a predominância de um certo *ethos* civilizador que se intencionava emprestar ao jogo, tributário das representações arraigadas que o definiam, antes de tudo, como elemento educador para determinados segmentos das elites que o cultivavam.

Ao pensar no período histórico onde se situa a origem do futebol, e de outros esportes modernos, pode-se observar que o mesmo era visto como espaço de manifestação de refinamento das condutas e de representação do cavalheirismo crescente na época, desejável aos bons modos que a elite apregoava.

Tal espaço era visto como reduto exclusivo da elite, não sendo imaginado, na época, que o futebol pudesse ser praticado por outro estrato da população.

Com o crescimento da economia industrial e com a conseqüente diminuição das opções de lazer da classe trabalhadora, que saiu do campo e migrou para as cidades que estavam surgindo, o perfil do praticante de futebol também começou a mudar. O esporte passou a ser praticado pela classe operária e também pela população ociosa, que não conseguiu estabelecer-se na indústria recém formada (FRANCO JÚNIOR, 2007).

Tal fato não ocorreu, contudo, sem resistência. Como a organização (*Football Association*) que administrava os interesses do futebol ainda se mantinha nas mãos das elites, as populações menos abastadas da sociedade ficavam inicialmente relegadas à prática do futebol em níveis mais modestos, não se “misturando” com os campeonatos promovidos pelas elites. Apesar

da dificuldade inicial, o futebol foi ganhando espaço em outras camadas sociais e caminhando para a popularização.

Com o futebol chegando à população menos privilegiada socialmente, que rapidamente identificou-se com ele, o perfil do espectador também sofreu mudanças. Não mais restrito à elite, o futebol encontrou, em todos os estratos sociais, apaixonados pelo esporte. Seja pela sensação de pertencimento à elite ou pela rápida identificação com a modalidade, ou por ambos, o futebol ganhou força como fator cultural relevante em diversas sociedades, e de forma muito intensa, na nação brasileira e, o torcedor que surgiu nessa época, além de encontrar no futebol uma possibilidade de prazer, criou também uma identificação social com as equipes que começavam a se proliferar. Não bastava a ele apenas acompanhar as partidas; ele passou a identificar-se com um clube, torcer por ele, acompanhá-lo no decorrer dos torneios, falar sobre o seu dia-a-dia.

É interessante notar que essa identificação pode variar um pouco de acordo com determinadas situações. No Brasil, neste período, tivemos o futebol desenvolvendo-se paralelamente nos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo e a rivalidade entre paulistas e cariocas foi muitas vezes colocada em questão.

O torcedor adquiriu um aspecto até certo ponto sazonal: algumas vezes ele torcia pelo clube, outra pelo estado e outra ainda pelo selecionado nacional. É claro, porém, que em certos momentos, disputas políticas tornam-se mais importantes que as disputas futebolísticas e a rivalidade, principalmente a regional, se sobrepôs aos interesses do coletivo (PEREIRA, 2000). Estas disputas regionais iniciais já revelavam o potencial político que o futebol iria conseguir no decorrer dos anos.

Com o crescimento do futebol no Brasil no início do século XX, os torcedores passaram por um processo de transformação. A partir dos anos de 1930 começaram a surgir pequenos grupos de torcedores uniformizados que passaram a incentivar as equipes nos jogos com canções e gritos de estímulos, devidamente combinados (SANTOS, 2004).

Um dos pioneiros deste grupo foi a charanga do Flamengo, no Rio de Janeiro, nome dado a uma banda de torcedores dessa equipe que animava a torcida nos dias de jogos, nos anos de 1930. Os integrantes tinham em comum, além da paixão pelo clube, uma padronização de vestimenta, dos calçados às camisas (SANTOS, 2004).

A autora destaca ainda que estas torcidas deram tão certo que passaram a ser financiadas pelos próprios clubes, que patrocinavam a ida das mesmas aos jogos disputados em outras localidades.

Segundo Toledo (1999, p.149), se pensarmos na cidade de São Paulo “costumava-se identificar a são-paulina torcida uniformizada do São Paulo, fundada em 1942, como a iniciativa pioneira entre estas organizações torcedoras”.

Pode-se observar que parece haver um crescimento dessas torcidas, neste período. Toledo (1999) cita, por exemplo, um campeonato das torcidas uniformizadas no ano de 1943, promovido pelo jornal A Gazeta Esportiva e a Rádio Gazeta.

Estas torcidas uniformizadas se mantiveram por décadas, até o final dos anos de 1960, quando um novo tipo de torcida passou a integrar o cenário esportivo: as torcidas organizadas. Estas agremiações surgiram num momento político dominado pela ditadura militar, em que as manifestações democráticas eram reprimidas e a liberdade de expressão, controlada.

Neste contexto, começaram a surgir grupos de torcedores que, se não podiam se fazer ouvir nos setores políticos do país, passaram a reivindicar a participação nas decisões administrativas dos clubes. Podemos pensar na criação dessas agremiações neste período justamente pela necessidade de expressão que sentiam e também como forma de contestação política, uma vez que a ditadura fazia uso político do selecionado brasileiro, principalmente depois da conquista do tri-campeonato mundial em 1970, no México (SANTOS, 2004).

Estimulado pela massificação do esporte pelos meios de comunicação, o futebol terminou por criar nestes grupos um sentimento de identificação que, em vários momentos, ultrapassava a simples relação com o clube, tornando-se um movimento social mais amplo, em que os integrantes das torcidas organizadas experimentavam uma sensação de pertencimento a sociedade da qual estavam privados.

Estas agremiações se constituíram de forma burocratizada, com organização interna escalonada, tendo presidente, vice, diretores e outros, experimentando o apogeu de crescimento nos anos de 1980, período em que cresceram muito as filiações.

Este período coincide com o agravamento de alguns problemas sociais que começavam a despertar maior atenção do poder público, dos sociólogos, educadores e demais pesquisadores da área social, problemas esses ligados principalmente às áreas da saúde e da educação, além do aumento do índice de desemprego.

Esses problemas sociais e mais a falência de outras instituições como o Estado, a família e a igreja (REIS, 2006), em nosso entendimento, podem ter relação direta com a necessidade de jovens, principalmente de classes sociais menos favorecidas, em buscar representação em grupos como as torcidas organizadas, nas quais terminavam por encontrar outros jovens com os mesmos problemas, anseios e expectativas.

O pertencimento a um grupo passa a ser algo muito importante na vida do torcedor organizado de futebol.

A necessidade da criação de laços com os clubes surge quase como uma “carteira de identidade” simbólica, em que existe uma associação que normalmente é eterna. Segundo Gastaldo (2002, p.74):

Os clubes de futebol simbolizam um pertencimento social com características específicas, demandando dos torcedores uma lealdade por toda a vida (‘uma vez Flamengo, Flamengo até morrer’). Muitas vezes os locutores esportivos se referem à torcida de um clube como ‘nação’ [...], ressaltando este sentido de pertencimento afetivo a um grupo, a um sentimento coletivo compartilhado, no caso, mediado pelo time do coração.

O autor destaca o aspecto afetivo como sendo o elo principal dessa identificação, lembrando que apenas uma pequena parte da torcida tem algum tipo de vínculo efetivo (serem associados, por exemplo) com os seus clubes.

Reis (2000, p.138), ao tratar das possibilidades de se acompanhar o futebol no lazer como assistência faz uma classificação, apresentando uma tipologia de assistência de acordo com os interesses do público do espetáculo futebolístico:

- O espectador - definido como “todo indivíduo que vai ao estádio tendo como principal objetivo assistir ao jogo”;
- O torcedor – como sendo “o indivíduo que vai ao estádio para assistir ao jogo e tem uma predileção por um dos dois times que estão jogando”. Segundo a autora este indivíduo habitualmente demonstra esta preferência no decorrer da partida;
- O torcedor uniformizado – que “usa vestimentas que o identifica com sua equipe, demonstrando assim sua predileção” por um dos times envolvidos no jogo;

- O torcedor organizado – “é aquele que faz parte de uma facção torcedora, que tem uma estrutura organizacional independentemente do clube pelo qual ele torce”.

Reis (2000, p.139) salienta que os torcedores organizados normalmente não se restringem apenas ao fato de assistirem às partidas, desenvolvendo outras atividades fora do estádio, como trabalhos sociais e práticas recreativas.

Com o advento dos meios de comunicação e a apropriação do futebol por estes veículos como instrumento de massificação de valores sociais e culturais, podemos incluir dois novos tipos de assistentes de futebol: o telespectador e o ouvinte (rádio).

A relação atribuída entre as torcidas organizadas e a violência é fruto principalmente da grande exposição dos episódios violentos envolvendo torcedores de futebol pela mídia. Essa relação, no Brasil, tem gerado discussões nos mais variados âmbitos da nossa sociedade. Governos, dirigentes, operadores do direito, intelectuais, entre outros, já se dispuseram a tentar explicar os motivos pelos quais manifestações violentas ocorrem entre grupos de torcedores.

O principal pivô de toda esta discussão é a torcida organizada. Vista por muitos como sinônimo de “vandalismo”, “baderna”, “bandidagem” ou “marginalidade”, elas, e seus membros, carregam equivocadamente o estigma dos responsáveis exclusivos pela violência entre os torcedores de futebol.

A questão da violência no futebol e sua relação com as torcidas organizadas no Brasil apresentam um marco, tido por estudiosos como o ponto crucial, a partir do qual, as atenções se voltaram para a seriedade do problema: a partida final válida pela Supercopa de Juniores entre as equipes do São Paulo e do Palmeiras disputada em 20 de agosto de 1995 no Pacaembu, na cidade de São Paulo.

O confronto entre as torcidas organizadas “Tricolor Independente” e “Mancha Verde”, ao final da partida, que foi vencida pelo Palmeiras, e que resultou num saldo negativo de 101 torcedores feridos e um torcedor são-paulino morto em virtude dos ferimentos sofridos na “batalha campal do Pacaembu”, foi transmitido ao vivo pela televisão e repetido à exaustão nos dias subsequentes (SILVA, 1999).

Tal fato desencadeou uma série de conseqüências às torcidas organizadas e culminou com a extinção da torcida “Mancha Verde”, por determinação do promotor público Fernando Capez à Federação Paulista de Futebol, em 1995.

Muitos fatores estão envolvidos nesta discussão e este trabalho não se propõe a discutir tais aspectos de forma aprofundada. Apresentarei algumas considerações sobre o assunto, de forma a manifestar o meu entendimento sobre a questão, porque uma das questões norteadoras desta pesquisa é se existe relação entre radiotransmissão de futebol e incentivo a violência.

A primeira consideração que deve ser feita sobre esta questão, consiste na diferença entre a forma como cada mídia trata do tema da violência. A TV utiliza as imagens das brigas e das confusões entre torcedores, na maioria das vezes, de forma espetacularizada, repetindo-as várias vezes e dando destaque aos indivíduos responsáveis pelas ações. Essa massificação parece agir sobre esses mesmos indivíduos como incentivadora de novas ações, uma vez que oferece visibilidade a eles. Se as emissoras de TV, e algumas parecem ter atentado para isso, diminuíssem a exibição de invasões de torcedores ao campo de jogo e de brigas envolvendo torcidas, a exemplo do que já acontece na Europa, provavelmente uma das motivações à realização dessas ações estaria sob controle.

Mas o objeto de estudo deste trabalho é o rádio. Mais especificamente o discurso das emissoras de rádio durante as narrações de jogos de futebol. Enquanto a TV trabalha com a imagem, o rádio fica centrado no som e aqui está a diferença básica da relação dessas duas mídias. A violência relacionada ao futebol presente no discurso do rádio está centrada na violência simbólica. “A violência simbólica envolve apenas atitudes verbais e/ou gestuais, sendo que normalmente ela é emocionalmente satisfatória e agradável, produzindo um efeito catártico no indivíduo” (REIS, 2005, p.112). Ao estimular a rivalidade entre as equipes, na busca pela audiência, a rádio embute em seu discurso, em alguns momentos, frases que estimulam a violência (simbólica) entre os torcedores das equipes rivais. Numa outra situação, mais comum, a parcialidade, entendida aqui como forma de aproximar o ouvinte com a emissora, extrapola o discurso jornalístico e transfere ao público a opinião pessoal do profissional (especialista), opiniões estas que, algumas vezes, vêm impregnadas de bairrismos e preconceitos.

Numa pesquisa envolvendo torcedores organizados (REIS, 2008), muitos responderam que a mídia tem responsabilidade sobre a violência envolvendo torcedores de futebol, mas apontando a TV como o meio que estimula esse fato. O rádio não foi citado como

colaborador entre esses torcedores de futebol em nenhuma das entrevistas, o que reforça as considerações feitas anteriormente.

Existe, portanto, uma diferença essencial entre a abordagem da violência relacionada ao futebol nos discursos da TV e do rádio. A TV é repetitiva, focando a situação na massificação da imagem. O assunto é retomado após os fatos e discutido por profissionais do meio televisivo em mesas-redondas, quase sempre com a imagem sendo mostrada durante os comentários.

O rádio, por sua vez, faz referência ao tema no decorrer do seu discurso, parecendo não ter intenção de transformar a questão em assunto a ser discutido. No capítulo 5, utilizando as gravações feitas durante a coleta de dados para esta pesquisa, explicitarei a questão da parcialidade em dois momentos: na narração dos jogos de futebol e na narração dos gols.

Com relação especificamente à violência associada às torcidas organizadas, pode-se analisar a questão, de forma breve, pelo aspecto histórico. As primeiras torcidas organizadas surgiram no final dos anos de 1960, fruto de divergências entre os dirigentes de clubes e torcedores, com objetivo de pressionar estes a receber opiniões dos torcedores mais fiéis dos clubes.

Os episódios de violência no futebol, por outro lado, remontam quase à época da sua gênese, conforme se pode observar nas considerações de Silva (1999), que pesquisou diversos periódicos brasileiros do início do século XX. O quadro 4 reproduz fragmentos de alguns jornais da época que relatavam situações de violência relacionada ao futebol.

Os relatos dos periódicos são claros no sentido de mostrar que os problemas da violência relacionada ao futebol já ocorriam bem antes da criação das primeiras torcidas organizadas de futebol sendo, portanto, equivocado delegar a elas toda a responsabilidade pela violência.

O fato de o futebol ter atingido os níveis atuais de exposição na mídia e o papel desta no processo de espetacularização desse esporte nos parece determinante como instrumento de formação da relação entre esses episódios violentos e as torcidas organizadas.

Pode-se observar a importância dos meios de comunicação na identificação das torcidas organizadas como as culpadas pela violência relacionada ao futebol, quando ocorrem tais eventos, pelas repetidas vezes que as imagens são mostradas. Parece claro que essa massificação visual impregna um preconceito que atinge toda a população indistintamente.

Quadro 4: Fragmentos de periódicos do início do Séc. XX.

Periódico	Data	Notícia
Correio da Manhã	Anos de 1920	“(…) a bordoadada em campo é hoje em dia tão comum que se torna normal”.
Gazeta Esportiva	09/12/1929	“(…) continua o sururu nas geraes. Nas arquibancadas há sopapos entre gentes diretas”.
Gazeta Esportiva	24/11/1945	“(…) Nunca vimos coisa igual em nossa vida. Cercas eram arrancadas, assim como tijolos da geral, e, estes, cruzavam o ar, qual um autêntico bombardeio, atingindo homens, crianças e senhoras”.

Fonte: Adaptado de: Silva (1999, p. 172 a 176).

Encontra-se um exemplo deste fato no trabalho de campo de uma pesquisadora que se propôs a entender a criação de identidades entre os torcedores organizados. A autora relata sua primeira visita à quadra da torcida organizada “Gaviões da Fiel”, com o objetivo de entrevistar componentes daquele grupo:

[...] devo confessar que estava com um certo receio pois o que escutamos destas organizadas, pelos meios de comunicação de uma maneira geral, é que delas fazem parte um bando de desordeiros, bandidos e vândalos (SANTOS, 2004, p.19).

Receio este que, como relatou a autora, logo na chegada foi esquecido pela boa recepção dos diretores e presidente, bem como pela facilidade que encontrou na realização das entrevistas.

O relato mencionado reforça a consideração feita sobre a mídia, que de uma forma geral, homogeneiza o comportamento e estigmatiza o universo das torcidas organizadas pelas ações de uma minoria. Em meu entendimento, as torcidas organizadas, como qualquer organização social aberta, apresentam elementos distintos e podem ser vista como um fragmento da sociedade como um todo, com representantes das mais variadas classes sociais, com desejos e atitudes que vão desde as mais pacíficas até as mais violentas.

Um dos aspectos importantes para os torcedores organizados é em relação à identificação e pertencimento ao grupo organizado. Parece ser muito significativo aos jovens fazer parte de torcidas organizadas.

A violência relacionada ao futebol é, portanto, uma questão complexa, com muitos aspectos a serem discutidos tanto do ponto de vista da organização dos espetáculos de futebol como das relações sociais das quais fazem parte os grupos envolvidos nesses contextos.

Os problemas relacionados à violência no futebol extrapolam o âmbito do esporte e merecem discussões mais abrangentes, principalmente do ponto de vista sociológico. Não é possível desvincular este assunto das condições sociais e econômicas do nosso país<sup>(5)</sup>.

Conforme afirmado anteriormente, este trabalho não busca esgotar este assunto, mas apenas mostrar meu entendimento com relação à imagem estereotipada dada aos torcedores organizados. O papel da mídia nessa construção parece decisivo, talvez relacionado com a busca pela maior audiência.

Neste capítulo procurou-se demonstrar a evolução do futebol como esporte, desde sua gênese até sua profissionalização, sua consolidação como uma atividade de lazer e a conseqüente evolução do torcedor de futebol.

A seguir detalharei alguns aspectos das relações midiáticas com o esporte, mais especificamente com o futebol, enfatizando o rádio como precursor destas relações e seu poder e fascínio, ainda presentes no imaginário do torcedor.

---

<sup>(5)</sup> Sobre o tema ver, REIS (1998 e 2006).

### 3 - O Esporte na Mídia e o Papel do Rádio no Futebol

O termo “mídia” aparece definido no dicionário como o conjunto dos meios de comunicação e, também, cada um desses meios (FERREIRA, 1999). Segundo Cohn (1973) a palavra deriva do inglês *mass media* que se caracteriza pela introdução do conceito de massa na sociedade e cultura ocidental nos anos de 1940 e também se apresenta como um sentido de intermediação entre produtores e os consumidores finais da informação.

Featherstone (1994) amplia esta definição incluindo também o conjunto de empresas que produz e mercadoriza tanto a informação quanto o entretenimento e a publicidade.

Neste trabalho, além de apresentar o conceito de mídia, nos parece pertinente definir, também, outro aspecto da mesma: a sua linguagem, ou mais especificamente, o discurso midiático. Pires (2002, p.36) define o discurso midiático como sendo:

[...] a expressão característica da linguagem - imagética, sonora e simbólica - dos meios de comunicação de massa, através da qual conseguem silenciar, publicar ou recriar evidências, fatos ou expectativas que constituem a cotidianidade da cultura contemporânea, a partir da visão dos interesses ideológicos hegemônicos da sociedade.

O autor chama a atenção para um aspecto marcante do discurso midiático na atualidade que é a capacidade cada vez maior de associação entre a informação, o entretenimento e a publicidade, chegando ao ponto em que, sob o prisma da realidade mediada, não seja possível mais diferenciá-las.

[...] sob a lógica de que tudo na mídia é mercadoria e, portanto, consumível, elevam-se à condição de informação relevante aspectos relacionados à espetacularização da cultura de tempo livre e os apelos ao consumo indiscriminado de bens materiais e simbólicos (PIRES, 2002, p.36).

Nessa espetacularização do tempo livre, a assistência de jogos de futebol, ou mais especificamente a audição das partidas pelo rádio é a que nos interessa diretamente. Conforme já se destacou anteriormente, essa é uma das principais atividades de lazer do planeta e o acompanhamento de partidas de futebol pelo rádio faz parte desse processo. Buscarei identificar como a mídia incorporou o esporte em seu leque de possibilidades e mostrar como essa relação foi ganhando novos formatos no decorrer do tempo.

### 3.1 – A Mídia e o Esporte

Para Hatje (2003), a discussão do esporte vista pelo prisma da mídia, baseada em termos clássicos da sociologia, vem do fato da mídia ter modificado questões conceituais no esporte, que repercutem na sociedade atual. “Discutir o que é esporte para a mídia, como ela o tem tratado e o uso que as pessoas fazem dele parecem questões fundamentais” (Hadje, 2003, p.2).

Partindo da definição de mídia e dos aspectos teóricos apresentados até aqui, pode-se visualizar as possibilidades que a chamada indústria do entretenimento encontrou no esporte.

Ribeiro e Pires (2004, p.4) conceitualizam este esporte moderno surgido pós Revolução Industrial, fazendo uma relação deste com a sociedade capitalista e definindo-o como “um produto (mercadoria) não material, que tem como mediador para sua ascensão, os meios de comunicação em massa e concretizando então, com a idéia de um fenômeno produzido pela Indústria Cultural<sup>(6)</sup>”.

A partir de sua consolidação, o esporte já pode ser visto como espetáculo. Basta lembrarmos que, desde sua origem, já existem relatos sobre o público que se reunia para assistir as competições, sendo as mesmas, ponto de encontro da alta aristocracia européia, reforçando as considerações feitas no capítulo 2 sobre o lazer em relação ao seu aspecto da assistência.

As características do esporte sob o prisma da indústria cultural podem ser compreendidos a partir das relações estreitas que guardam entre si. O interesse da indústria midiática fica claro, se levarmos em conta algumas das muitas características do esporte. Conforme ressalta Pires (2002), o esporte oferece à mídia o espetáculo já pronto. Ao comparar o esporte às demais manifestações culturais que podem ser espetacularizadas, o autor salienta que tanto o cenário, quanto o público e os atores já estão “antecipadamente garantidos” facilitando sua comercialização em escala global.

---

<sup>(6)</sup> O termo “indústria cultural” surgiu pela primeira vez nos anos 40, com os teóricos da chamada escola de Frankfurt, mais especificamente por Adorno e Horkheimer, procurando explicitar uma diferenciação clara entre a produção cultural da mídia e a cultura de massas ou popular.

Sua universalidade em termos de regras, para citar apenas um exemplo, permite seu consumo de forma praticamente inalterada para diferentes nações. A barreira da linguagem, que seria sem dúvida um complicador quando nos referimos à maioria das atividades que poderiam ser comercializadas como produtos de lazer, apresenta-se no esporte como de menor importância. Pires (2002) analisa que o esporte, por sua linguagem imagética e simbólica permite que ele seja entendido em todos os lugares, e que a indefinição quanto aos resultados colabora ainda mais com o interesse da audiência.

Entre todos os esportes que surgiram e se consolidaram como atividades de lazer e se espetacularizaram, o futebol é, com certeza, o que mais atraiu a mídia mundial. A rápida aceitação do futebol em termos mundiais é, a meu ver, o principal fator dele ter sido eleito pela mídia como carro-chefe no processo de espetacularização das atividades esportivas.

De espetáculo exclusivamente visto pela classe mais privilegiada em sua gênese, o futebol passa, a partir do interesse da mídia, a ser espetacularizado em diversas formas, muito além do jogo propriamente dito.

Encaixando-se plenamente dentro das características procuradas pela indústria midiática, a assistência do futebol profissional tornou-se a principal atividade de lazer do mundo e com grande relevância econômica (REIS, 2000).

A autora compreende o esporte como uma prática social, o que remete ao entendimento de que a mesma necessita de uma contextualização nas diferentes sociedades. Afirma, porém, e nos parece bastante pertinente a observação, de que há algo de especial no futebol por conseguir inserir-se na maioria das sociedades.

Enquanto várias modalidades tiveram que se adequar às necessidades da indústria midiática, por meio de mudanças nas regras, no sentido de se encaixarem no espaço disponível na grade de programação (podemos citar, como exemplo mais bem acabado deste processo, o voleibol), o futebol praticamente é o mesmo desde sua origem. Além de ter seu tempo praticamente fechado, uma vez que os tempos de acréscimo costumam ficar entre três e quatro minutos, fato este que atende perfeitamente aos interesses midiáticos, tal característica colabora para seu entendimento em termos universais.

A facilidade na compreensão das regras e a facilidade de adaptação como simples jogo, são outros aspectos de sua aceitação mundial e do conseqüente interesse da mídia. Ela parece ter observado, também, que o interesse do espectador esportivo vai muito além de

acompanhar os jogos. A quantidade de informações sobre futebol, por exemplo, prolifera nos noticiários de forma brutal.

A mídia futebolística cobre praticamente tudo que envolve as equipes de futebol, dos treinamentos às refeições dos atletas, das transferências às contusões, do tipo de chuteira aos contratos assinados.

O espectador consome todas as informações midiáticas e parece sentir-se parte do espetáculo. Umberto Eco (1984), já chamava a atenção para tal processo. Em seu entendimento:

[...] o esporte, de jogo que era jogado em primeira pessoa, se torna uma espécie de discurso sobre o jogo, ou seja, o jogo enquanto espetáculo para os outros, e depois o jogo enquanto jogado por outros e visto por mim. O esporte ao quadrado é o espetáculo esportivo (ECO, 1984, p.222).

O termo utilizado por Eco para caracterizar esta situação é a “falação”. A mídia, ao massificar os discursos esportivos, tenta transformar o espectador em esportista. A falação aparece com lugar de destaque nas programações da mídia, mantendo o seu “consumidor” a par de tudo o que acontece no mundo esportivo.

A falação informa e atualiza sobre vitórias e derrotas, contratações, salários, contusões; conta a história de partidas, [...], campeonatos; cria expectativas, faz previsões, explica, justifica, promete, cria polêmicas e constrói rivalidades (BETTI, 1999, p.219).

Ao envolver o espectador neste processo, a mídia cria mais um filão de mercado consumidor, atraindo com isso novos patrocinadores e parceiros. É a espetacularização além do espetáculo propriamente dito.

As idéias de Eco (1984) sobre o que ele denominou de “falação esportiva” e sua crítica sobre a imprensa esportiva são apresentadas aqui como uma visão direta do consumismo no futebol. Primeiramente, é importante ressaltar que a crítica fundamenta-se sobre o esporte competitivo e sua transformação em um bem a ser consumido, ou seja, ela ataca a sua comercialização.

Ao avaliar o papel da imprensa esportiva neste cenário, ele estabelece níveis de esporte, aos quais denominou “esporte elevado ao quadrado”, “esporte elevado ao cubo” e “esporte elevado à enésima potência” (ECO, 1984).

O esporte elevado ao quadrado acontece quando o mesmo deixa de ser apenas praticado e passa a ser assistido. É o espetáculo esportivo propriamente dito. Ao invés de praticar

esporte o sujeito assiste esporte e, sobre este, passa a existir transações e consumos. O esporte elevado ao cubo ocorre quando surge o discurso sobre o esporte assistido, ou seja, o discurso da imprensa esportiva (ECO,1984).

Por fim, o esporte elevado à enésima potência, onde o discurso é sobre a própria imprensa esportiva, o que talvez pudéssemos chamar de discurso do discurso esportivo. Segundo Marques (2002, p. 4), “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”.

Para Eco, a falação esportiva dá a sensação de que se pratica esporte, sendo que o falante se considera um esportista e não percebe mais que não pratica nenhuma atividade.

Toda a crítica de Eco à falação esportiva extrapola o ambiente esportivo uma vez que, para ele, esta falação permite uma substituição das “discussões sérias” da vida pelas discussões esportivas, em que as opiniões e os atos dos falantes não trazem qualquer conseqüência aos mesmos ou ao mundo.

Marques (2002) ressalta que as considerações de Eco têm o mérito de alertar para o fato de que o esporte elevado à enésima potência (o discurso da imprensa esportiva sobre si mesma) só serve para referendar o sistema vigente. Esta consideração caminha no sentido de compreender a mídia como uma ferramenta do mundo capitalista, utilizada para transformar a informação esportiva em mercadoria a ser consumida.

Quando se fala de mídia dentro do esporte, ou do esporte dentro da mídia, a tendência natural é pensar na televisão. Seja pela sua grande penetração em termos de audiência, seja pela forte característica da sociedade atual de buscar nas imagens às informações, a televisão é, sem dúvida um instrumento extremamente presente no meio esportivo.

No entanto, em se tratando de futebol, um outro meio de comunicação de massa, o rádio, é extremamente relevante por seu forte vínculo com o espectador de futebol. Surgido quase na época da esportivização do futebol como esporte moderno, no ano de 1896, na Itália, o rádio inicialmente parece não ter vislumbrado as possibilidades e a identificação que ele teria com o futebol. A partir da sua criação, o rádio demorou alguns anos para perceber a sua importância para o esporte bretão.

As páginas a seguir mostram algumas características do rádio, com o objetivo de compreender como se deu esse seu vínculo com o espectador de futebol.

### 3.2 – O Rádio

A história do rádio tem início em 1885 com os estudos de Heinrich Rudolf Hertz, sobre a teoria das ondas eletromagnéticas. Hertz baseou-se nos trabalhos de Faraday, Maxwell e Kelvin e conseguiu produzir ondas eletromagnéticas em diferentes comprimentos e concluiu que poderiam ser propagadas a distância e que viriam a ser um importante fator para a comunicação em diversos canais (SAMPAIO, 1984).

Pode-se considerar que o rádio evoluiu a partir da telegrafia por fio, que posteriormente passou a ser sem fio e, por fim, a transmissão de rádio da forma como conhecemos. Tal evolução muito se deu em decorrência da disputa entre nações pela comunicação militar, principalmente das marinhas inglesas e americanas (FEDERICO, 1982).

As primeiras transmissões de rádio mundialmente conhecidas teriam ocorrido em 1896, pelo italiano Guglielmo Marconi<sup>(7)</sup>, oficialmente conhecido como o “inventor” do rádio. A partir daí, o processo de divulgação do rádio foi vertiginoso. A título de referência, enquanto o telefone, criado mais de 10 anos antes, demorou cerca de oitenta anos para se firmar, o rádio levou menos de vinte e cinco anos (FEDERICO, 1982).

No Brasil, as transmissões de rádio têm seu marco inicial em setembro de 1922, no Rio de Janeiro, então capital da República. Aquele ano foi particularmente importante para a história do país. A semana de Arte Moderna de São Paulo (fevereiro), a criação do Partido Comunista Brasileiro (março) e os festejos comemorativos do Primeiro Centenário da Independência são alguns dos acontecimentos que agitaram o Brasil de 1922.

Foi justamente nas comemorações do centenário que o então Presidente Epitácio Pessoa assombrou os brasileiros presentes no evento quando, pelos até então desconhecidos alto-falantes, se fizeram ouvir músicas e vozes humanas por todo o pavilhão da festa (SAMPAIO, 1984).

No ano seguinte, em 1923, o rádio iniciaria sua trajetória pelo país, com a instalação da primeira emissora brasileira: a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada pelo entusiasta Roquette Pinto.

---

<sup>(7)</sup> Existem alguns registros de que o padre gaúcho Roberto Landell de Moura teria feito a transmissão de voz humana com a utilização de aparelhos sem fio, em São Paulo, um ano antes. (SANTOS, 2003).

Segundo Moreira (1991), o pioneiro do rádio brasileiro, além de antropólogo, etnólogo e escritor, era, já no início dos anos de 1920, um defensor da idéia de que a educação e a cultura deveriam chegar a todos os brasileiros em todas as regiões. Torna-se claro aqui o porquê do papel educativo que o rádio assumiria na sua aurora.

Nesta concepção inicial a programação era dominada por programas eruditos que foram gradativamente dividindo espaço com programas mais populares. Começam a ser transmitidas as canções de sucesso da época e, também, passam a fazer parte da grade programas para públicos distintos, inclusive infantis (MOREIRA, 1991).

Apesar do surgimento de algumas emissoras, as rádios deste período eram basicamente associações ou clubes seletos formados pela elite brasileira capaz de adquirir o equipamento. Moreira (1991) coloca um fator curioso: o ouvinte era também programador musical. A sociedade burguesa brasileira que possuía os rádios ouvia em suas casas discos de ópera que eram emprestados às emissoras para serem tocados.

Este cenário dos anos de 1920 iria persistir até os anos de 1930, quando alguns fatos vão modificar o panorama do rádio no Brasil. O surgimento, neste período, dos rádios de válvula barateou os custos de produção dos aparelhos e possibilitou o acesso das transmissões a um público mais amplo. Em 1932 ocorreu uma mudança na legislação que passou a permitir publicidade no rádio, inicialmente fixada em 10% da programação diária (ORTIZ, 1988).

Estes fatores mudariam para sempre o caráter inicialmente educativo do rádio, transformando-o num veículo comercial. A possibilidade de ter uma fonte de renda constante fortaleceu o rádio, que, por outro lado, passou a atrair a atenção de anunciantes interessados no potencial consumidor que se anunciou com a queda de preço do equipamento.

Com a nova mudança da legislação, em 1952, que ampliou o percentual permitido de publicidade para 20% nos programas de rádio, acentuou-se o caráter comercial do meio e consolidou-o como veículo de expansão da cultura popular de massa (ORTIZ, 1988). A introdução das telenovelas, em 1941, firmou o rádio como meio de entretenimento popular, concretizando um processo que havia se iniciado antes com os programas de auditório e com a execução de músicas de gêneros variados.

O quadro 5 mostra o salto do número de emissoras no Brasil a partir de 1944 até o ano de 1950, ilustrando o rápido crescimento desse meio de comunicação num período

relativamente curto (seis anos), fator este que contribuiu para que o período ficasse conhecido como a “Era de Ouro do Rádio”.

Quadro 5: Número de emissoras de rádio no Brasil entre 1944 e 1950.

Ano	1944	1945	1946	1947	1948	1949	1950
Nº de emissoras	106	111	136	178	227	253	300

Fonte: ORTIZ, 1988, p.40.

Parece haver uma relação entre o aumento do percentual permitido para a publicidade na grade de programação com o aumento do interesse comercial pelo rádio e, conseqüentemente, aumento do número de emissoras.

É neste contexto que o futebol começou a criar sua identificação com o novo veículo que continuou se consolidando cada vez mais como meio de comunicação de massa.

Os anos de 1930 marcaram também o início de uma relação que foi se fortalecendo ao longo dos anos e que permanece presente até os dias de hoje: o rádio e o futebol.

Apesar da rápida expansão que o futebol conheceu no Brasil no início do Séc. XX, conquistando rapidamente o gosto da população brasileira, parece ter sido o rádio o que mais colaborou para a sua transformação em esporte de massa.

Para Soares (1994), o marco histórico do início deste processo é a primeira transmissão detalhada de uma partida de futebol. A narração foi feita pelo locutor Nicolau Tuma, da Rádio Sociedade Educadora Paulista entre os selecionados de São Paulo e do Paraná, pelo VII Campeonato Brasileiro de Futebol, em 1931. A partida aconteceu em São Paulo, no campo da Chácara da Floresta, no bairro da Ponte Pequena.

A autora salienta que suas pesquisas indicaram que, apesar de haver indícios de que outros locutores possam ter transmitido o futebol pelo rádio, a narração feita lance a lance diretamente do momento em que ocorriam foi realizada pela primeira vez por Tuma<sup>(8)</sup>.

Apesar do pioneirismo da Rádio Educadora Paulista na transmissão do futebol, foi a Rádio Record que mais destaque alcançou no cenário das irradiações esportivas, sendo a

---

<sup>(8)</sup> A polêmica é grande e os registros conflitantes sobre qual seria a primeira transmissão. Adotamos a data de Soares (1994) a título de situar a história do rádio com o futebol. Mais detalhes, ver FEDERICO (1982); MURCE (1976) e SOARES (1994).

primeira a colocar na programação espaços fixos voltados ao esporte, no ano de 1931 (SOARES, 1994).

O início das transmissões esportivas pelo rádio está recheado de situações pitorescas. Devido às dificuldades técnicas do início do rádio, a comunicação era feita por linhas telefônicas, as quais também apresentavam qualidade sofrível.

Além da qualidade deficiente, as solicitações de ligações telefônicas precisavam ser feitas com antecedência e, em muitos casos, não eram atendidas pela companhia telefônica da época.

Nestes casos restavam às rádios duas saídas: contar com a boa vontade dos vizinhos dos estádios que possuíam linha telefônica instalada ou, o que foi feito diversas vezes, subir no poste e fazer ligações clandestinas, conforme confidenciou o empresário Paulo Machado de Carvalho em entrevista à Edileusa Soares (1994).

O rádio esportivo, contudo, não se limitava às partidas de futebol. As provas de turfe, o boxe e as corridas automobilísticas também faziam parte do repertório esportivo da época.

Sobre o boxe, um acontecimento ilustra uma das situações pitorescas indicadas acima e a criatividade dos locutores brasileiros frente à necessidade de manter seus estilos de irradiação e as dificuldades técnicas presentes na época. Nicolau Tuma, o “*speaker-metralhadora*”, também em entrevista a Soares, conta que, para narrar com precisão, emoção e velocidade a disputa pelo título mundial de boxe entre o chileno Arturo Godoy e o americano Joe Louis, montou um ringue dentro da Rádio Cultura.

Como podia captar a transmissão das emissoras americanas em ondas curtas, Tuma levou à rádio Cultura dois amigos, um uruguaio e um americano, colocou um fone em cada um deles para que pudessem ouvir a transmissão em ondas curtas um, em espanhol, e outro, em inglês. O uruguaio interpretava os movimentos de Arturo Godoy enquanto que o americano repetia os gestos de Louis, ouvidos pelo sinal de ondas curtas.

Tuma “assistia” a esta luta dublada e irradiava para o Brasil com sua famosa velocidade e emoção, como se estivesse narrando diretamente de Nova York.

Se muitas vezes a persistência do rádio em se manter fiel às irradiações esportivas beirava o folclore, como no caso citado acima, em outros casos foi precursora de

técnicas de transmissão que, mais tarde foram incorporadas à TV, tal seu sucesso de qualidade informativa.

Em 1934, numa corrida de automóveis do Circuito da Gávea, impedido de irradiar a prova diretamente do local por problemas de exclusividade, Tuma pediu para os organizadores para colocar telefones com informantes dentro do circuito. Dada a autorização, doze telefones foram colocados em pontos estratégicos da pista, tendo em cada ponto três pessoas: uma responsável pela comunicação com a rádio e outras duas observando os acontecimentos (SOARES, 1994).

A prova foi transmitida com sucesso pela PRA-9, com todos os detalhes praticamente em tempo real, de dentro do estúdio, graças aos informantes estrategicamente colocados, enquanto que a Rádio Clube do Brasil, com os direitos de exclusividade da transmissão diretamente do local, ficou limitada a um único ponto central (SOARES, 1994).

Esta técnica foi levada mais tarde, em 1982, pela Rede Globo, para o Grande Prêmio Brasil, realizado na pista do Autódromo de Jacarepaguá, que posicionou onze câmeras em locais estratégicos do circuito, criando um padrão de transmissão de corridas que foi incorporado pelo mundo inteiro (SOARES, 1994).

A persistência nas irradiações esportivas diretamente do local onde aconteciam, com fidelidade e qualidade, colaborou muito para o desenvolvimento tecnológico dos equipamentos de transmissão de rádio no Brasil, tendo também influência direta na evolução do radiojornalismo (SOARES, 1994).

Mas o futebol, sem dúvida, foi o carro chefe deste processo de modernização. A rápida incorporação do futebol à cultura brasileira abriu espaço para que o rádio pudesse voltar cada vez mais sua programação às transmissões futebolísticas.

A autora destaca que a transmissão diretamente da França, em 1938, da III Copa do Mundo de Futebol, por Gagliano Neto, pode ser considerada a primeira manifestação da penetração do futebol no cotidiano do povo brasileiro, como fenômeno cultural. O país parou para ouvir as irradiações das partidas do Brasil. A colocação de alto-falantes em locais como o Largo do Paissandu, em São Paulo, levou grande quantidade de pessoas que não possuíam rádio para acompanhar os jogos. Estava nascendo uma identificação, uma paixão, que iria perdurar por anos e que sobrevive até hoje, mesmo com o advento de outras tecnologias.

As possibilidades estavam abertas e o rádio seguia cada vez mais no caminho de incorporar-se nos hábitos dos amantes do futebol. A transmissão de uma Copa do Mundo do outro lado do oceano atlântico para o Brasil foi um feito significativo para a época e o rádio continuaria a trilhar rapidamente os caminhos de sua consolidação como meio de comunicação em massa.

A lacuna das duas edições das Copas do Mundo de 1942 e 1946, devido a Segunda Guerra Mundial abriu uma enorme expectativa pela realização da Copa do Mundo de 1950, justamente no Brasil. Os fracassos que se sucederam em 1950 e 1954 da seleção brasileira, por sua vez, geraram uma descrença na nossa capacidade de vencer o tão sonhado torneio e a seleção de 1958 saiu do país para novamente atravessar o atlântico, rumo a Suécia, sob olhares desconfiados.

Contudo, foi justamente a Copa do Mundo da Suécia, em 1958, que acabou por gerar uma comoção nacional em torno do selecionado canarinho, que ganhou aquela copa jogando de azul na partida final, e consolidou de vez o rádio como um elo de ligação entre o futebol e seus admiradores.

As vitórias que se sucederam, uma após a outra, foram criando uma sensação de que o triunfo era possível e o rádio era o responsável por aproximar o povo brasileiro de seus ídolos. O que se viu naquela final ficou marcado na memória de muitos torcedores e jogadores.

O país parou para ouvir a transmissão radiofônica daquela partida, numa situação de tamanha repercussão que a revista “O Cruzeiro”, tradicional publicação nacional da época, estampou uma matéria com o título “Rádio: presidente do Brasil por duas horas”, com uma foto (Figura 1) ao lado do texto mostrando o então presidente Juscelino Kubitschek de ouvido colado no rádio e torcendo pela seleção.

A conquista daquela Copa gerou um enorme sentimento de orgulho no país e selou de uma vez por todas a consolidação do futebol como fenômeno cultural brasileiro e o reconhecimento do rádio como veículo capaz de levar a emoção a todos os cantos do Brasil.

O rádio criaria um estilo, um linguajar próprio, que, apesar de algumas evoluções, se manteria quase intacto até os dias de hoje e o aproximaria ainda mais do torcedor de futebol. As emoções vivenciadas a distância, pelo rádio, seriam eternizadas em frases, em metáforas que até os dias de hoje acompanham o discurso das transmissões dos jogos de futebol e colaboram no sentido de manter o rádio com um público fiel.

Figura 1: Presidente da República, Juscelino Kubitschek, ouvindo rádio (1958).



Fonte: <http://bomdiabrasil.globo.com/Jornalismo/BDBR/0,,AA1684078-3682,00.html>

### 3.3 – O Discurso Futebolístico no Rádio

O meio futebolístico parece englobar necessariamente três personagens principais, diferenciados entre si pelos tipos de relações que estabelecem com o futebol: os torcedores, os profissionais e os especialistas (TOLEDO, 2002).

Os torcedores já foram descritos no capítulo 2, no qual apresentou-se uma tipologia para identificá-los. Os profissionais são os indivíduos que trabalham diretamente com as equipes, como os técnicos, preparadores físicos, roupeiros, massagistas, fisioterapeutas etc. O terceiro grupo é o que interessa mais diretamente a essa discussão. Os especialistas são os responsáveis pelo discurso esportivo, diferenciando-se, pelo menos em tese, dos outros dois grupos, pelo posicionamento crítico e imparcial que deveriam utilizar na formação desse discurso (TOLEDO, 2002).

Os especialistas falam para os torcedores e para os profissionais e, em vista disso, utilizam formas diferenciadas de exposição de suas opiniões e análise, aproximando-se do linguajar do torcedor quando se faz necessário e manifestando-se de maneira mais “técnica” com os profissionais.

O papel dos especialistas, porém, parece ir além das análises técnico-táticas e dos comentários. Numa aparente tentativa de absorver a atenção dos torcedores, o discurso

esportivo trabalha no sentido de criar polêmicas e alimentar as emoções, agindo como intermediário, dentro do clube, entre o que acontece com os jogadores e dirigentes, por exemplo.

Como o objetivo desta pesquisa foi analisar as narrações radiofônicas de jogos de futebol de uma rádio de Campinas e verificar como é o discurso futebolístico dos especialistas, quando estes falam aos torcedores, deteve-se na observação de como esse discurso pode estimular a violência e a rivalidade nos ouvintes, para tal inicialmente foram feitas gravações de três programas esportivos, de cinco partidas de futebol na íntegra e de dezesseis gols envolvendo equipes de Campinas, de São Paulo e da América do Sul. Após a análise desse material, optou-se por criar a seguinte categorização de discursos:

- O discurso informativo, caracterizado pelas informações dadas dentro da grade de programação, em que são divulgados os dados das equipes, treinamentos, horário das partidas, entrevistas, entre outros. As informações são transmitidas aos ouvintes pelo âncora do programa esportivo ou pelos repórteres que fazem plantão nos clubes, muitas vezes com entradas ao vivo;
- O discurso narrativo, que é restrito às transmissões ao vivo das partidas. É de total responsabilidade do narrador e objetiva levar ao ouvinte um “retrato falado” do que acontece durante os jogos. Este discurso surgiu no início das transmissões de rádio e mantém basicamente o mesmo estilo desde então.
- O comentário, que se caracteriza pela emissão da opinião de um observador (especialista) acerca do que acontece no mundo futebolístico ou no decorrer das partidas. O comentarista atua tanto nos programas esportivos presentes na grade de programação, quanto nas transmissões ao vivo.

A fidelidade dos ouvintes a uma determinada rádio parece apresentar uma relação direta com os discursos narrativos e com os comentários. O torcedor-ouvinte parece identificar-se com a transmissão (narração) de um determinado locutor e/ou com as falas de determinado comentarista.

O apelo das emissoras de rádio na identificação do ouvinte com ela (ou não), busca criar uma relação de amor e ódio com a mesma. O discurso transmitido pela rádio pode

aproximá-lo, quando este entende que os comentários são pertinentes ou que o narrador está sendo imparcial, ou ao contrário, afastá-lo, quando o ouvinte entende que o narrador ou comentarista identifica-se com o clube rival.

Abreu (2001, p.2), em seu artigo sobre o radiojornalismo esportivo e tratando especificamente do rádio, afirma que “a narrativa esportiva recria o objeto descrito, emprestando-lhe cor, vida e simbolismo próprios do rádio, que estimulam o imaginário popular”. Convém ressaltar o uso da palavra “popular”, numa idéia clara de que o rádio é um meio de comunicação ligado à cultura de massas.

Abreu (2001) coloca o rádio como um “vendedor de emoções” e que este transforma cada partida num “jogo de vida ou morte”, independente da importância dela.

Mas como será que o rádio faz para recriar a realidade de uma partida utilizando-se do jogo de palavras, transformando qualquer situação da partida num lance emocionante, mesmo este acontecendo no meio de campo?

A resposta para esta questão reside no discurso utilizado para a transmissão do jogo. O locutor utiliza-se do discurso narrativo como meio diferencial para atrair a atenção do ouvinte, procurando criar uma identificação com ele.

Qualquer indivíduo, amante ou não do futebol, que se depara com as narrações de rádio e de televisão de uma partida de futebol, poderá facilmente identificá-la como sendo de um meio de comunicação ou de outro. Ambos possuem características próprias.

O ritmo da narrativa, as metáforas, os bordões são recursos lingüísticos característicos das transmissões futebolísticas e ganham contornos especiais nas ondas do rádio.

A narrativa cria uma imagem na mente do ouvinte, que acompanha cada lance num exercício imaginativo como se estivesse presente no estádio. Para Guerra (2006, p.10):

Na transmissão pelo rádio, a opinião e a descrição do lance são no momento do fato. Não há ‘replay’, até porque o torcedor, ao ouvir o lance, já o idealizou, já tirou suas conclusões. É esse imediatismo, característica principal do veículo, que o faz ainda tão forte.

Essa “transposição da realidade” feita pelo narrador que acompanha a partida e transmite ao ouvinte, que não vê o jogo, é realizada utilizando-se metáforas e hipérboles, dando novos significados às palavras. Os termos utilizados não teriam, em princípio, nenhuma relação com o futebol, mas este processo de ressignificação é perfeitamente compreendido pelo ouvinte e dá a ele a idéia do desenrolar da partida.

Abreu (2001, p.3) coloca que “a narração realça o futebol como um espetáculo que extrapola o mero entretenimento” e aponta três recursos semiológicos básicos e que são utilizados para estimular o imaginário do ouvinte: identificação, visualização e velocidade.

a) A identificação: para ele, é a utilização de expressões populares que identifica o ouvinte com o narrador, criando muitas vezes novos significados às palavras. Esta ressignificação lingüística só é possível pela característica que o futebol apresenta de esporte de massa.

Particularmente no Brasil, o futebol é, se não a principal, umas das mais importantes manifestações culturais, atingindo as mais diferentes classes sociais. Este fato colabora para que a ressignificação atinja todas as camadas da população, fazendo parte rapidamente do vocabulário popular.

Expressões como “mata no peito”, “se manda, vai embora” e “recolhe a pelota”, entre muitas outras, são perfeitamente compreendidas pelo ouvinte, não causando nenhum tipo de confusão ou dupla interpretação.

Abreu (2001) ressalta, ainda, que o poder que o narrador esportivo adquire junto ao ouvinte, torna-o também um dos protagonistas do espetáculo. Este fato pode ser comprovado pelos apelidos dados pelos narradores e que são incorporados pelos torcedores.

Esta característica do rádio esportivo remonta desde sua gênese e segue até os dias de hoje. Basta lembrar do “Diamante Negro” (Leônidas da Silva), do “Divino” (Domingos da Guia), da “Enciclopédia” (Nilton Santos) e mais recentemente o “Animal” (Edmundo) e o “Baixinho” (Romário).

b) A visualização: para Abreu (2001) é o recurso semiológico, no qual o narrador utiliza-se da imaginação do ouvinte para recriar o campo de jogo. Se na identificação o aspecto mais importante é definir situações de jogo e seus atores, na visualização o foco se volta para a geografia do espaço de jogo ou, para utilizar um termo dos narradores de futebol, “dentro das quatro linhas”.

A visualização também cria expressões ou se apropria das já existentes para se aproximar da massa popular. Novamente aqui as ressignificações são incorporadas ao imaginário do ouvinte e facilmente compreendidas, dando a este condições de acompanhar mentalmente onde se encontra a bola ou os jogadores.

Temos aqui a “zona do agrião”, o “segundo pau” e “onde a coruja faz o ninho” que indicam respectivamente “a grande área ou a área próxima ao gol”, “a trave vertical oposta ao lado que se encontra a bola” e “o ângulo reto formado pela trave vertical e a trave horizontal”.

c) A velocidade: para Abreu (2001) é o terceiro recurso semiológico utilizado pelo rádio para conquistar o ouvinte, sendo este o ritmo da narração.

A narração ressalta o aspecto emotivo do espetáculo, mesclando emoção e informação no discurso. A musicalidade e o ritmo veloz – mesmo quando a partida é disputada em ritmo lento – garantem uma emoção própria da narrativa e não do jogo em si. Novamente temos aqui a distinção entre o futebol e a narrativa do futebol, onde o discurso sobre o real transforma-se no próprio real (ABREU, 2001, p.5).

O narrador combina as resignificações da identificação e da visualização e cria seu próprio estilo de transmissão por meio da velocidade, buscando agradar o ouvinte e mantê-lo fiel. Alguns momentos da narração são particularmente importantes e o narrador faz uso desses momentos para marcar o seu estilo. De todos esses momentos o grito de gol é, sem dúvida, o principal.

O grito de gol é uma das principais características da transmissão de jogos de futebol no rádio. A elevação do timbre da voz do narrador e a emoção envolvida nesta etapa diferencia-se totalmente do restante da narração, sendo o ponto alto do estilo da maioria dos narradores.

A origem do grito de gol prolongado, tal como o conhecemos hoje, surgiu na aurora das transmissões esportivas do rádio e não foi capricho de nenhum “speaker” da época. No futebol do início do século passado não havia numeração nas camisas dos jogadores, fato que dificultava a identificação dos mesmos. Para não divulgar erroneamente o autor do gol, o narrador prolongava propositalmente o grito de gol de forma a dar tempo aos seus auxiliares para que pudessem confirmar quem realmente tinha marcado o tento (ABREU, 2001).

Com o decorrer dos anos, o gol, momento máximo do futebol, ganhou novos contornos. Utilização de vinhetas, execução de parte do hino do clube que marcou o gol, o nome do jogador autor do gol repetido várias vezes, são alguns dos recursos utilizados pelos narradores atuais, na tentativa de potencializar as emoções dos torcedores nesse momento sublime.

Neste capítulo buscou-se detalhar a importância do rádio no cenário esportivo como precursor desse processo de interação da mídia com o esporte e observar como ele atuou no

sentido de identificar-se, principalmente com o futebol, tornando-se um importante veículo de massificação.

No capítulo seguinte apresentarei a metodologia utilizada na coleta dos dados da pesquisa empírica.

## 4 - A Narração Radiofônica de Jogos de Futebol

Conforme já foi dito anteriormente, este trabalho tem como objetivo analisar a mídia radiofônica, especificamente a narração dos jogos de futebol e dos gols, verificando se a transmissão radiofônica atua na criação de uma identidade com o torcedor de futebol e se esta busca pela preferência do ouvinte incita a violência relacionada ao futebol. A hipótese inicial é que o discurso futebolístico apresentado em transmissões de partidas de futebol no rádio estimula a violência e a rivalidade nos ouvintes. Para isso, optou-se por utilizar a pesquisa qualitativa como ferramenta metodológica.

O primeiro passo após a definição da forma como seria feita a análise dos dados coletados foi a definição do tipo técnica a ser utilizada para o enfoque de campo. Preferiu-se gravar as transmissões em meio digital, diretamente da internet. Neste processo foram acessados sítios de algumas rádios e, com o auxílio de um programa próprio para gravação de áudio, gravou-se alguns programas como teste para verificar a confiabilidade da conexão, em formato MP3. Este tipo de gravação revelou-se bastante eficiente durante a análise dos dados, uma vez que permitia repetir com precisão o trecho selecionado devido à indicação do tempo de gravação. A qualidade da transmissão mostrou-se muito adequada, sem interferências ou chiados, permitindo a clara transcrição dos trechos.

O segundo passo foi definir qual emissora de rádio deveria ser analisada. A idéia era encontrar uma emissora que transmitisse partidas de futebol dos times de Campinas no Campeonato Paulista de Futebol, da série A, no ano de 2008. Este evento foi o escolhido porque envolveu simultaneamente as duas equipes principais da cidade, a Associação Atlética Ponte Preta e o Guarani Futebol Clube, que possuem uma rivalidade histórica, sendo o confronto de ambos denominado *derbi*.

Como nosso interesse reside no discurso das transmissões de jogos de futebol e este esporte é o que domina atualmente quase que integralmente as programações esportivas, optamos por escolher a rádio que, segundo enquête realizada entre os associados da ACEESP<sup>(9)</sup>, é a que tem a melhor equipe esportiva da cidade.

---

<sup>(9)</sup> Associação dos Cronistas Esportivos do Estado de São Paulo – Prêmio de melhor equipe de rádio do interior.

Após a escolha da emissora, foi definido o *corpus* da pesquisa, ou seja, a quantidade de jogos que seriam gravados. Inicialmente foi pensado em três partidas: uma envolvendo a equipe da Ponte Preta, outra envolvendo a equipe do Guarani e a terceira sendo o jogo denominado derbi campineiro, partida entre as duas equipes. Ao final do campeonato, decidiu-se pela gravação de uma quarta partida, tendo em vista que a equipe da Ponte Preta chegou a decisão da competição e a disputa do jogo final poderia trazer aspectos interessantes na narração.

As partidas foram gravadas na íntegra e, após o final das quatro transmissões, iniciou-se a etapa de análise dos dados obtidos. Segundo Richardson, (1999, p.233), esta fase “[...] consiste basicamente na codificação, categorização e quantificação da informação”.

Neste processo, todas as transmissões foram novamente ouvidas e desmembradas em grupos de forma que pudessem facilitar a visualização e interpretação das informações obtidas na pesquisa.

As transmissões radiofônicas foram separadas e quantificadas primeiramente em oito grupos, de forma a caracterizar as narrações e comentários das partidas de futebol:

- Análises técnico-táticas;
- Comentários do jogo;
- Chamadas publicitárias;
- Participações dos repórteres de campo;
- Inserções com o nome da emissora;
- Inserções com o nome do próprio narrador;
- Informações da rodada;
- Trechos com referência explícita à parcialidade.

Com essa subdivisão, realizou-se uma quantificação de cada uma dessas ocorrências e uma breve descrição dos comentários, das análises e da parcialidade. Optou-se por definir, então, três categorias principais para a análise, de acordo com os dados obtidos na etapa anterior: a parcialidade, a publicidade e o preconceito.

As categorias de parcialidade e de preconceito foram escolhidas pela relação direta com a hipótese inicial da pesquisa. A categoria da publicidade surgiu durante análise dos dados e foi escolhida porque as referências a ela foram freqüentes e, no meu entendimento, mereciam ser analisadas.

A seguir apresentarei o detalhamento dos dados obtidos, procurando analisar de que maneira foi constituído o discurso futebolístico no rádio nas transmissões analisadas e de que forma esse meio de comunicação se apresentou frente às três categorias destacadas anteriormente.

Nas transmissões observadas na pesquisa pode-se identificar basicamente três atores principais: o narrador, o comentarista e o repórter de campo. Cada um destes especialistas tem uma função bastante definida durante o evento esportivo, agindo de forma padronizada em quase todas as situações. Os discursos de todos eles serão analisados pelas seguintes categorias: a publicidade, a parcialidade e o preconceito, precedidos pela descrição do programa.

O narrador é o “âncora” da transmissão. É ele o responsável por coordenar as inserções dos demais integrantes da equipe esportiva, assim como realizar a maioria das chamadas de publicidade, anunciar o tempo de jogo, falar das informações da rodada etc.

Também é o narrador quem provoca os estímulos e cria a aproximação do torcedor com determinada rádio, por suas características durante a narração, seus chavões, seu grito de gol, sua precisão em descrever as jogadas, suas metáforas. O narrador é o que detém o maior espaço dentro de uma transmissão.

Os comentaristas são os responsáveis pelas análises técnicas e táticas do jogo. São os observadores privilegiados que procuram ver além do local onde a bola está, interpretando os sistemas utilizados pelos técnicos e as lacunas e pontos fortes de cada equipe ou formação. Em tese eles deveriam ser bastante críticos e imparciais, buscando um distanciamento de suas relações pessoais com as equipes, fato que não ocorre em algumas situações. Na emissora analisada nessa pesquisa, o número de comentaristas variou de acordo com a importância da partida (um ou dois), sendo um ex-jogador e um profissional do rádio, este último sem passagem pelos gramados. Esta divisão parece trazer implícito um pressuposto de que um comentarista que já foi jogador de futebol tem uma opinião diferenciada daquele que nunca atuou como atleta profissional.

Os repórteres de campo atuaram sempre em pares, cada um cobrindo uma equipe. Durante as partidas eles se posicionam um atrás de cada uma das traves, o que favorece a visão dos lances e situações de gol. Eles são os olhos do narrador dentro do campo, procurando informar toda e qualquer situação relevante que possa passar despercebida por ele pelo fato de estar com o olho na bola. Os repórteres de campo dão informações sobre lances críticos, substituições, renda, público, entrevistam jogadores e profissionais da equipe técnica antes e após

as partidas. Em nossa pesquisa verificamos que os repórteres de campo da rádio analisada têm participação bem maior que os comentaristas.

Existe também, nesta emissora, outro especialista que auxilia a transmissão e que reflete claramente uma mudança no perfil das transmissões esportivas pelo rádio, o comentarista de estúdio. Este profissional é o exemplo mais claro da influência da televisão no esporte e de como o rádio pode utilizar esta influência a seu favor. Este profissional acompanha a partida pela televisão e fica sintonizado com os demais jogos da rodada, fornecendo informações sobre os resultados e/ou fatos relevantes das partidas em andamento, além de informar aos ouvintes da rádio sobre lances polêmicos envolvendo a transmissão tais como impedimentos, penalidades, entre outros, sempre com os recursos de *replays* e de imagens gráficas feitas por computador.

O narrador utiliza o comentarista de estúdio sempre que acontece um lance onde haja dúvida e impeça uma conclusão definitiva da situação. Os recursos da televisão esclarecem as dúvidas e o narrador retoma a transmissão passando a informação “correta”. Muitas vezes nem com a utilização desses recursos o lance é esclarecido e o narrador fica com a opinião do comentarista do estúdio.

Um fato curioso é que o narrador não se preocupa em omitir este fato, ao contrário, ele chama a participação do comentarista de estúdio durante a transmissão do jogo. Parece não existir uma preocupação do rádio com relação à concorrência deste meio e a TV, pelo menos no sentido de imaginar a possibilidade do ouvinte desligar o rádio e acompanhar o jogo pela TV.

O início das transmissões acontece muito antes do apito do árbitro. Variando um pouco de acordo com outros eventos que podem estar ocorrendo no dia, a rádio começa a falar do jogo diretamente do local da partida, cerca de trinta minutos antes do seu início. Em casos de jogos mais importantes, como o derbi campineiro ou a partida final de um campeonato, são comuns as informações tipo *flash* ao vivo, da movimentação dos torcedores no entorno do estádio, do deslocamento e chegada das equipes, entre outros.

Já dentro do estádio, as transmissões começam com o comentarista falando da situação da equipe local no campeonato, dando destaque à preparação da mesma durante a semana ou informando sobre a última partida realizada por ela, se a equipe vem de uma vitória, empate ou derrota. Os repórteres de campo buscam qualquer informação relevante para transmiti-

las aos ouvintes, tais como informações sobre o árbitro e auxiliares, entrevistas com jogadores e técnicos, situação de algum jogador que vem de contusão, enfim, tenta dar ao ouvinte o máximo de informações referentes ao seu time.

As partidas do campeonato paulista são precedidas da execução do Hino Nacional Brasileiro<sup>(10)</sup>. A rádio faz a chamada para o fato e se mantém sem interrupções durante toda a execução.

Antes do início da partida, o comentarista faz uma última análise técnica e tática sobre as equipes, com ênfase na preparação feita durante a semana e na escalação dos jogadores, em seguida, posiciona-se de como deverá ser o jogo para a equipe de Campinas, se deve encontrar facilidades ou dificuldades frente ao adversário. Em seguida, como se fizesse a apresentação do início de um *show* (e o futebol como espetáculo provavelmente realmente seja), o comentarista chama o narrador para executar seu trabalho, que faz sua apresentação pessoal e da rádio.

Conforme foi relatado anteriormente, o narrador é o principal personagem da transmissão e parece ser o primeiro responsável pela identificação do ouvinte com determinada rádio. Pode-se detectar durante as partidas analisadas cerca de seis chamadas fazendo referência ao próprio narrador com uma espécie de *jingles* (pequena frase musicada) onde o nome dele é destacado.

O nome da emissora de rádio e sua frequência também aparecem freqüentemente durante as transmissões, nos mesmos moldes do nome do narrador (*jingles*), numa média de vinte e cinco inserções por partida.

Em comparação com a TV, em que o logotipo da rede fica sempre visível ao telespectador, no rádio cria-se, então, a necessidade de uma auto-identificação periódica, lembrando ao ouvinte em que emissora ele está sintonizado. O uso do *jingle*, neste caso, torna-se importante uma vez que parece criar na memória do ouvinte uma lembrança constante tanto do nome da emissora e sua frequência, além de fixar-se pela melodia e sonoridade da frase (MELO et al., 2006).

Nas transmissões analisadas, as inserções dos repórteres de campo variaram entre 48 e 60 inserções por transmissão, caracterizando-se como uma ferramenta significativa de

---

<sup>(10)</sup> Nos estádios paulistas, os alto-falantes informam que é uma determinação da Federação Paulista de Futebol.

auxílio ao narrador durante os jogos. Pode-se observar que havia uma perfeita sintonia entre o narrador e seus repórteres de campo, contando inclusive com uma “deixa” lingüística que permitia as inserções deles sobre determinados lances sem a necessidade da chamada dos mesmos pelo narrador. Estas inserções eram sempre curtas e objetivas de forma a não quebrar a entonação e a dinâmica da transmissão, colaborando em alguns momentos para aumentar a sensação de proximidade do ouvinte com o lance da partida e conseqüentemente potencializar as emoções do jogo.

É importante lembrar que os repórteres de campo das emissoras de rádio trabalham atrás das traves tendo, portanto, visão privilegiada das jogadas envolvendo situações de gols. Devido a essa proximidade com as balizas, os repórteres eram chamados a opinar em lances críticos, como penalidades, faltas violentas, possíveis encenações dos atletas, substituições e outras particularidades que essa proximidade do campo permite.

As participações dos comentaristas, por outro lado, apresentaram situação completamente diferente. As inserções variaram entre 13 e 29 vezes nas transmissões analisadas, portanto muito inferiores às participações dos repórteres de campo. Estas variações de mais de cem por cento de uma partida para outra se justifica pelo andamento irregular que cada jogo pode apresentar. Os comentaristas são normalmente chamados após os gols e após lances polêmicos ou quando surge alguma situação excepcional.

Outra característica marcante dessas participações dos comentaristas foi que as suas falas são, na maioria das vezes, feitas somente após a sua chamada pelo narrador, numa situação diversa dos repórteres. Os comentaristas têm maior tempo de fala e suas manifestações variaram entre análises técnicas e táticas dos atletas e das equipes e comentários sobre situações do jogo. Devido ao maior espaço de fala dos comentaristas é comum que eles sejam interrompidos pelo narrador, que retoma a narração em casos onde o lance parece ser importante, devolvendo a palavra aos comentaristas após o encerramento da jogada.

Pode-se observar uma mesma lógica durante todo o discurso envolvendo a transmissão futebolística. As seqüências e os padrões de chamadas do narrador, da emissora, da publicidade e das informações dadas seguem uma mesma ordem em todas as partidas, com pequenas variações de acordo com a importância das mesmas.

Optou-se por destacar três categorias que apareceram em todas as transmissões de maneira relevante e que julgo importante para a análise do discurso futebolístico das partidas de futebol, quais sejam: a publicidade, a parcialidade e o preconceito.

Sabe-se que a publicidade é a principal, senão a única, fonte de receita das emissoras de rádio. A publicidade foi permitida durante os programas radiofônicos a partir do ano de 1932 (Ortiz, 1988) e foi um dos fatores que possibilitaram a transformação do rádio num meio de comunicação em massa a partir da década de 1940 e que veio a se consolidar nos anos de 1950.

No caso das transmissões radiofônicas de jogos de futebol a **publicidade** é o principal pilar de sustentação, senão o único, onde se apóia o funcionamento das emissoras, sob o ponto de vista econômico. Em minha análise detectei uma variação de anunciantes entre 10 e 13 marcas ou produtos diferentes, variação esta que parece ter a ver com a importância da partida para o público local. Pode-se verificar que o maior número de anunciantes aconteceu justamente na partida envolvendo as duas equipes da cidade, o chamado “derbi campineiro”, enquanto que nas demais partidas, com a presença de apenas uma das equipes, o total de anunciantes foi de 11.

Outro aspecto que merece destaque reside no fato de que os anunciantes foram praticamente os mesmos durante três das quatro partidas analisadas, ficando a exceção justamente no jogo que decidiu o título do campeonato, no qual a equipe da Ponte Preta participou, e que apareceram dois novos anunciantes locais que não tinham participado em nenhuma outra das três partidas em substituição a dois anunciantes que sempre estiveram presentes nos jogos anteriores. Nesta partida final também se observou que o número de anunciantes foi de 10, dando um indicativo de que, por ser um jogo mais importante, o valor da cota de patrocínio deve ter sido elevada em relação aos demais jogos.

O número de vezes que cada produto ou marca teve seu nome divulgado também variou entre 04 e 14 aparições por partida, sendo que os principais anunciantes, ou seja, aqueles que tiveram os maiores números de inserções foram anunciados tanto pelo narrador quanto por pequenas gravações previamente elaboradas. Estas pequenas gravações foram minorias nas partidas analisadas, ficando a maior parte da vinculação da publicidade sob a responsabilidade do narrador.

Na análise das publicidades ficou bastante evidente a padronização a qual nos referimos no início deste tópico. A seqüência dos anunciantes foi praticamente a mesma nas

quatro partidas analisadas, e a divisão dessas chamadas publicitárias no primeiro e segundo tempo de cada partida, também se manteve quase que uniforme.

Entre os anunciantes, um deles sempre oferecia algum prêmio ao melhor jogador da equipe local, prêmio este que era sempre um dos seus produtos. Um dos anúncios chamou a atenção pela criatividade: o narrador utilizava uma metáfora muito comum no futebol (“o jogador estava na banheira”)<sup>(11)</sup> e depois fazia referência ao produto (“e esta banheira não é a boa; banheira boa é a da marca ...”).

A **parcialidade** foi outra categoria analisada nestas transmissões. A identificação de alguns narradores e comentaristas com clubes sempre foi notória. Pesquisa de Toledo (2002) indicou haver casos emblemáticos, como o do radialista Ari Barroso, flamenguista declarado que, em algumas situações relutava a narrar gols de equipes “adversárias”. Mesmo nos dias de hoje é comum especialistas de imprensa esportiva posicionarem-se por alguma equipe, como Juca Kfourri, pelo Corinthians, Milton Neves, pelo Santos e Flávio Prado, pela Ponte Preta. A parcialidade aqui referida, no entanto, não é relacionada com uma preferência do narrador, do comentarista ou dos repórteres de campo por uma das equipes, no sentido do torcedor. Procurou-se analisar a parcialidade sob o ponto de vista da necessidade de atrair e manter a audiência do ouvinte da cidade com relação à própria emissora.

O rádio apresenta uma característica muito mais regionalizada que outros meios de comunicação em massa, como a televisão. As emissoras de rádio, mesmo quando são afiliadas a grandes redes de TV, acompanham quase que exclusivamente os times da cidade ou região, possuindo equipe própria que acompanha o time local (ou times locais). Dessa forma uma emissora de Campinas, mesmo fazendo parte de um grupo maior de radiotransmissão, transmite preferencialmente as partidas de Ponte Preta ou Guarani.

Se pensarmos numa transmissão de futebol pela televisão, pode-se verificar que a sua abrangência é muito mais ampla em termos de público e de cobertura territorial do que o rádio. Uma partida transmitida pela Rede Globo, que detém os direitos de transmissão do Campeonato Paulista é assistida em diversos estados e por vários telespectadores interessados, de alguma forma, em acompanhar o futebol naquele momento.

---

<sup>(11)</sup> Metáfora que significa que o atleta estava em posição de impedimento.

Este fato, aliado ao telespectador estar vendo a imagem do que ocorre na partida, faz com que a narração e os comentários sejam mais imparciais, mais neutros.

No rádio ocorre quase o inverso. Seu público é restrito quase que exclusivamente ao ouvinte interessado numa determinada equipe e que normalmente acompanha o dia a dia da mesma. Associando-se com a necessidade do rádio de manter o ouvinte fiel à emissora, e com a característica deste tipo de meio de comunicação, em que o ouvinte não vê o que está acontecendo, criando uma representação dos fatos em sua mente, a parcialidade parece acabar por ser mais uma estratégia narrativa do que uma posição assumida de torcedor.

Conforme apresentado no capítulo 3, a narração esportiva materializa o lance no imaginário do ouvinte e o papel do discurso narrativo é fundamental nesse processo. Quanto maior a capacidade do narrador em transmitir o fato de forma a agradar o ouvinte, maior provavelmente será sua identificação com a emissora.

Essa capacidade de transmitir as emoções de um jogo de futebol por meio de palavras parece criar no ouvinte uma situação prazerosa muito similar, e em alguns casos, até superior, àquelas que ele experimentaria vendo o jogo no estádio. A excitação vivenciada aqui parece ser o tipo descrito por Elias e Dunning (1992) quando destacam o papel das atividades de lazer na busca pela excitação que foi reprimida na sociedade durante o processo de civilização.

As partidas analisadas apresentaram situações distintas e os momentos de parcialidade foram variados. Destacou-se alguns deles procurando situar o momento da partida no instante desses comentários. O primeiro confronto foi entre a equipe da Associação Atlética Ponte Preta e da Associação Portuguesa de Desportos, realizado em Campinas, num momento intermediário do campeonato, em que o resultado não representava muito em termos de classificação. Nessa partida observou-se que a situação de parcialidade ficou mais evidente após a abertura do placar pela equipe da Portuguesa, ao final do primeiro tempo. O narrador começou a criticar a atuação da Ponte Preta, dizendo *“ou muda ou vai perder o jogo”*. A equipe criticada acabou por empatar cinco minutos depois. Após o empate as críticas sumiram e surgiram comentários, ainda no final do primeiro tempo, durante uma falta a favor do time de Campinas do tipo *“Olha a virada aí”*. No segundo tempo, após um lance de suposta falta dentro da área do time visitante e que, conseqüentemente, seria pênalti a favor do time da Ponte Preta, surge o seguinte comentário *“Se isso não for falta, então tem que matar um”*; seguem-se ainda frases como *“tem mais ou menos oito minutos para tentar ganhar”* e *“com este resultado permanece no*

*G4*<sup>(12)</sup>. Os comentários referentes à outra equipe ficam por conta apenas de análises táticas e informações sobre substituições.

Na segunda partida analisada, disputada em São Paulo entre o Clube Atlético Juventus e o Guarani Futebol Clube, a equipe de Campinas corria risco de rebaixamento à série B do Campeonato Paulista e este fato pareceu potencializar as manifestações de parcialidade. Mesmo antes do início da partida o narrador fez quase uma oração pedindo ajuda divina ao time: *“que os deuses do futebol protejam o Guarani nesta jornada decisiva”*. A equipe de Campinas jogava fora de casa e sofreu um gol logo a três minutos de jogo. As frases para definir o gol foram *“fatalidade no começo do jogo”* e *“gol espírita”*. Ainda no primeiro tempo a equipe de Campinas teve um jogador expulso e o comentarista diz: *“o juiz foi rigoroso, em 99,9% dos árbitros dão cartão amarelo nesse lance”*.

No segundo tempo o Guarani empatou o jogo aos 11 minutos e as frases que surgiram foram *“arrancada linda”*, *“golaço de cabeça”*, *“vem comigo torcedor”* e, sobre o autor do gol, *“bugrino até o osso”*. A equipe de Campinas fez o segundo gol e o narrador salientou a virada no campo do adversário. No final, o Guarani sofreu o empate, mas o comentarista destacou que *“vai ganhar (no próximo jogo)... com esse espírito vai ganhar”*, numa referência ao fato da equipe precisar da vitória no próximo jogo para escapar do rebaixamento.

A terceira partida analisada foi o derbi, o jogo entre as duas equipes da cidade. Esta partida foi estrategicamente escolhida para verificar como a emissora de rádio se comportaria tendo que transmitir simultaneamente para ouvintes das duas torcidas. Os momentos antes do início da partida foram marcados por comentários sobre a rivalidade envolvendo as equipes e sobre a situação distinta de cada uma delas no atual momento do campeonato. Ficou evidente o cuidado dos comentaristas, repórteres e narrador no decorrer do jogo, mantendo-se muito mais ponderados que nas outras partidas.

Os elogios a qualquer um dos times foram sempre seguidos por alguma consideração positiva também para o adversário. As narrações dos gols (o placar foi de quatro a dois para a Ponte Preta) foram igualmente *“floreadas”*, com jargões e destaques semelhantes. Os comentários ficaram muito mais restritos às situações táticas do jogo do que nas demais partidas analisadas.

---

<sup>(12)</sup> Referência aos quatro primeiros colocados na tabela e que vão à fase final.

A quarta partida foi também a última do Campeonato Paulista de 2008. Foi a partida final entre Sociedade Esportiva Palmeira e Associação Atlética Ponte Preta, disputada em São Paulo e valendo o título do evento, sendo que a equipe de Campinas vinha de uma derrota por um a zero no jogo em casa, e o empate favoreceria o adversário. Desde os primeiros comentários antes do início do jogo ficou claro que as informações eram referentes ao que a equipe da Ponte Preta precisaria fazer para sair de São Paulo com o título.

Esta transmissão pode ser dividida em dois momentos distintos, referente à questão da parcialidade: antes e após o segundo gol do Palmeiras. O discurso passou de uma situação de real possibilidade de conquista do título para um tom de conformismo com o eminente vice-campeonato. As falas da rádio até o segundo gol do Palmeiras foram de elogios a postura da equipe, com afirmações de que a equipe de Campinas dominava o jogo, ou ainda “*o bicho não é tão feio*”, em referência ao adversário e sobre a possibilidade de reverter à situação da derrota no primeiro jogo.

Nessa competição, o regulamento indicava que a decisão deveria ser realizada em duas partidas, cabendo à equipe com melhor campanha durante o campeonato realizar a segunda partida em seu estádio. Para determinar o campeão, seriam somados os resultados das duas partidas finais, como se fosse um jogo de 180 minutos. Como o Palmeiras havia vencido a primeira partida em Campinas por um a zero, cabia a Ponte Preta vencer a segunda por diferença de dois gols (dois a zero, três a um etc).

Mesmo após o primeiro gol, o narrador procurou manter uma situação de otimismo dizendo “*para quem tinha que marcar dois, que diferença faz marcar três?*”, mas, após o segundo gol, o clima da narração se alterou. Surgiram perguntas aos comentaristas do tipo “*não dá mais, Fulano?*” ou “*Fulano, o jogo acabou?*”. No segundo tempo, após uma retomada inicial do otimismo pelo narrador, logo voltaram frases como: “*jogo retorna morno como qualquer jogo de um campeonato decidido*” e “*o time voltou morto para o segundo tempo*”. Esses comentários foram se sucedendo, com alguns momentos de incentivo e de esperança, até o terceiro gol sofrido, quando já apareceram frases como “*o Palmeiras merece amplamente o título*” e, depois do quinto gol, “*a Ponte perde o jogo de maneira ‘acachapante’... a Ponte anda feito um zumbi no campo de jogo*” ou “*o Palmeiras vai humilhando a Ponte*”.

Pode-se observar que houve uma variação na narração e nos comentários em sintonia com o andamento da partida. Conforme a possibilidade do título ia se distanciando, o

discurso caminhava de uma situação onde se mantinha a esperança ao torcedor para outro, quase de conformismo frente à superioridade do adversário. Mas, apesar disso, o narrador manteve sempre frases valorizando o trabalho desenvolvido pelo time da Ponte Preta durante o campeonato.

A variação acima referida reforça a idéia da vivência de situações miméticas, conforme as idéias de Elias e Dunning (1992) e de Reis (2000). No decorrer de uma partida de futebol as emoções variam entre a alegria e satisfação da vitória e, por outro lado, entre a tristeza e decepção da derrota. O rádio, ao potencializar as situações do jogo em seu discurso, age nas duas frentes, mesmo mantendo sua característica de parcialidade.

A terceira categoria analisada foi o **preconceito**. O futebol é um esporte em que as tensões estão muito presentes, sejam elas ligadas a uma emoção positiva, como por exemplo, na expectativa do gol, ou negativa se pensarmos na situação inversa (o gol sofrido). Tais tensões são mais ou menos polarizadas de acordo com o andamento da partida, em que uma série praticamente infinita de possibilidades pode fazer com que uma partida seja mais ou menos emocionante ou tensa (ELIAS e DUNNING, 1992).

No caso das transmissões analisadas pode-se notar que estas situações se evidenciaram mais nos jogos em que houve um clima desfavorável à equipe da cidade, sendo praticamente inexistentes na transmissão do derbi. A ausência de situações desse tipo no jogo entre as duas equipes de Campinas parece remeter ao fato, já descrito, no qual a emissora assume um papel mais imparcial e de análise mais centrada apenas no jogo em si e não nos pormenores que se apresentam durante a mesma.

Se pensarmos o preconceito como uma opinião pré-estabelecida e sem uma análise de conhecimento dos fatos, pode-se observar que ele é capaz de assumir várias formas. Nesse trabalho, verificou-se três situações em que esta formação antecipada de opinião foi mais evidente, induzindo o ouvinte a imaginar ou a criar uma situação que, pelo menos em princípio, não se tratava da verdade.

Convém ressaltar aqui que esta categoria preconceito ficou sempre restrita ao discurso denominado “comentário”, no sentido descrito no capítulo 3. O narrador parece entender mais a dimensão de seu papel de observador e transmissor do que acontece em campo, não sendo detectadas em suas falas situações de preconceito. O grande alvo de sua expressão preconceituosa foi o árbitro das partidas. Em uma delas, após a expulsão de um jogador da equipe de Campinas,

o comentarista criticou-o, considerando-o “muito rigoroso”, e passou a insistir durante seus comentários na idéia de que a equipe de Campinas precisava utilizar-se de jogadas individuais, partindo de um pressuposto de que os jogadores sofreriam faltas, e o árbitro também iria expulsar um jogador da equipe adversária “compensando” o lance no qual teria sido rigoroso, assumindo assim que o árbitro havia errado intencionalmente e que iria tentar consertar o erro e, por outro lado, estimulando a simulação ou até a violência.

Numa outra partida, após um lance em que a equipe de Campinas deixou de ter uma falta marcada a seu favor, o comentarista utilizou a seguinte frase: “*o juiz é uma bichona ... ele colocou aquele cilindro (tubo spray para marcar a distância da barreira nas cobranças de falta) no bolso de trás, rapaz, ficou muito esquisito*”. Nessa partida o mesmo comentarista falou sobre outro lance onde teria acontecido uma situação de agressão a um jogador da equipe de Campinas: “*o árbitro foi falar com o bandeirinha, que é um bundão, e ele falou que não viu nada*”.

O preconceito aparece aqui de forma mais contundente, questionando a sexualidade e a hombridade do árbitro e a do bandeirinha frente aos lances que, na opinião do comentarista, prejudicaram a equipe de Campinas, e que não foram marcados porque os mesmo não tiveram pulso firme suficiente.

Por fim merece registro um comentário sobre um lance por volta dos quarenta minutos do segundo tempo da partida final entre Palmeiras e Ponte Preta, com o jogo já definido, no qual um jogador do Palmeiras começou a prender a bola na lateral e fazer dribles curtos, ou “firulas”, no jargão do futebol, situação que provocou um desentendimento entre os jogadores das duas equipes. O comentarista diz: “*tem que dar um soco na cara dele e pronto... já acabou mesmo... ele é um daqueles que estavam com o ‘fenômeno’ lá no Pappion.*” (referindo-se ao caso envolvendo o jogador Ronaldo e os travestis no Rio de Janeiro). A frase, repleta de preconceito e incitação à violência, apresenta mais características de um torcedor emocionalmente envolvido do que de um comentarista esportivo, demonstrando uma inversão de papéis. Tal situação parece apontar num sentido que não condiz com um veículo de comunicação que tem a responsabilidade de falar para um grande público como é o caso do rádio.

O narrador, por sua vez, não interferiu em nenhum momento nessas situações de preconceito descritas. Sendo ele o principal responsável pela transmissão das partidas e o elo de ligação mais estreito com os ouvintes, seria de se esperar, talvez, uma postura mais crítica

frente a esses comentários inapropriados. Seu silêncio pode ser interpretado tanto como conivência com a posição do comentarista, quanto como estratégia de não dar ênfase ao seu discurso.

Os discursos preconceituosos descritos acima, ao se manifestarem na voz do comentarista, podem transmitir aos ouvintes estímulos emocionais relacionados à violência frente ao árbitro, aos auxiliares e aos jogadores do time rival e que se manifestam, nesses ouvintes, por meio da violência simbólica (REIS, 2005). Sabe-se que muitos torcedores levam seus rádios ao estádio e assistem aos jogos com o ouvido colado neles. Comentários como esses podem criar situações delicadas se as manifestações extrapolarem o limiar da violência simbólica.

O rádio como meio de comunicação de massa, poderia apresentar um papel mais educativo em seu discurso e, em meu entendimento, caberia uma intervenção do narrador nos casos em que a atitude de sua equipe ficasse aquém desse papel, principalmente quando o discurso esportivo futebolístico abre espaço para manifestações de preconceito contra a orientação sexual e a incitação à violência.

#### **4.1 Gool: O Grande Momento do Futebol**

O gol é o momento máximo do futebol. É nesse instante que toda a emoção acumulada no desenrolar do jogo vem à tona e o torcedor extravasa toda sua energia em forma de grito, abraço, choro e outros. É também nesse momento que o discurso futebolístico torna-se melhor caracterizado, principalmente pensando-se no narrador de futebol. Além das metáforas peculiares existentes no linguajar de cada narrador, o grito de gol é o momento de maior espaço para a criatividade, espaço de desenvolvimentos de jargões que eternizam o narrador e, em muitos casos, parece identificar o ouvinte com a emissora de rádio.

Durante o trabalho de pesquisa, tive oportunidade de gravar vários gols, de diversas equipes brasileiras, e também de equipes sul-americanas. Observei que algumas dessas narrações de gols transpuseram o discurso futebolístico, levando um momento que, em tese, deveria ser de alegria (ou tristeza), para situações de provocação que demonstraram a parcialidade assumida pelo narrador por uma determinada equipe. Tais fatos, muito além de simplesmente demonstrar a parcialidade do narrador, em alguns momentos, extrapolaram os

limites do futebol e poderiam ser mal interpretados por ouvintes torcedores do time adversário e, em alguns casos, gerar situações propícias a violência.

Optou-se por destacar algumas dessas situações, em que a narração ultrapassa os limites do esporte e avança para bairrismos e nacionalismos. Após os comentários dessas situações, apresentarei, também, uma análise da narração dos gols da decisão do Campeonato Paulista de 2008, da série A, feitos por uma emissora de Campinas e por sua matriz em São Paulo, com o objetivo de reafirmar as considerações feitas anteriormente sobre a parcialidade da emissora de rádio analisada.

Na primeira situação tem-se dois jogos da equipe do São Paulo Futebol Clube na Taça Libertadores da América, sendo um envolvendo a equipe do *Sportivo Luqueñ*, do Paraguai e outro frente o time do *Boca Juniors*, da Argentina, jogos narrados por uma emissora de São Paulo, com o mesmo narrador fazendo a transmissão das duas partidas. No jogo com a equipe paraguaia, que terminou empatado em um a um, o gol do São Paulo foi narrado com o tradicional grito prolongado de gol e o nome do jogador repetido três vezes, com o hino do clube ao fundo, como sempre acontecia nas narrações dessa emissora.

No jogo contra o *Boca Juniors*, entretanto, a situação foi diferente. Além do grito prolongado de gol, do hino do clube e do nome do jogador dito por três vezes, o narrador fez referência ao fato da equipe do São Paulo ser “do Brasil” e faz um trocadilho com o nome da equipe Argentina: “*É Gol, do tricolor, Aloísio, [...], é gol brasileiro nos argentinos, cala boca, gol brasileiro nos argentinos, cala boca, Aloísio, Aloísio, é gol do São Paulo, é gol do Brasil, [...], é o que mais queria o torcedor brasileiro, é o que mais esperava o torcedor são-paulino, [...], Aloísio, é gol são-paulino, é gol brasileiro, cala boca, cala boca, cala boca,...., São Paulo zero, Boca zero, fala Fulano*”.

A rivalidade envolvendo o futebol brasileiro e o argentino vem nitidamente à tona na fala do narrador, colocando a equipe do São Paulo como representante brasileira e afirmando que todos os brasileiros estavam torcendo pela equipe brasileira. Esse fato não aconteceu na narração do jogo envolvendo a equipe paraguaia, mesmo sendo uma equipe de outro país, numa competição internacional. Parece haver clara tendência na narrativa em tentar identificar todos os ouvintes com o São Paulo apenas no jogo contra o *Boca Juniors*. O uso do termo “cala boca” é um tipo de violência simbólica, uma vez que remete a uma ordem, um estado de superioridade de uma equipe para com a outra, pelo menos na narração. Além disso, a equipe

Argentina é conhecida popularmente no Brasil como “Boca”, aludindo-se a mensagem, portanto, ao fato dos argentinos ficarem calados no momento do gol são-paulino.

A rivalidade no meio futebolístico é, em muitos casos, estimulada pelos meios de comunicação, parecendo ser utilizada como forma de estimular a audiência dos ouvintes e espectadores. Ela não se restringe às situações envolvendo equipes de países distintos. As rivalidades locais são comuns em cidades onde existem apenas duas equipes, como em Campinas (Ponte Preta e Guarani) e Porto Alegre (Grêmio e Internacional).

Num país de proporções continentais como o Brasil, a rivalidade regional ainda é particularmente importante. Desde o início do futebol no país, a seleção brasileira sofria com o chamado bairrismo entre paulistas e cariocas, quando um estado se recusava a ceder seus atletas ou quando assumia uma posição de crítica por seus atletas não serem chamados para compor o selecionado nacional.

Mais recentemente, com o crescimento da importância da Taça Libertadores da América, que a partir de 2008 passou a ser denominada Copa Santander Libertadores, as equipes passaram a se dedicar com mais afinco à conquista deste título. E, com isso, a rivalidade regional parece ter aumentado.

O fato narrado a seguir envolve novamente a equipe do São Paulo Futebol Clube, equipe que detém três títulos da referida copa, além de três títulos do mundial interclubes, e que parece ser a “equipe a ser batida” quando se fala de Libertadores da América.

O jogo valeu pela primeira partida da decisão da Taça Libertadores da América de 2006, disputada em São Paulo e que terminou com a vitória da equipe do Internacional por dois a um. O segundo gol da equipe do Rio Grande do Sul foi narrado por uma emissora gaúcha da seguinte forma: *“Goooool. É demais, é demais, é demais, 16 minutos da etapa complementar, o Inter liquida o São Paulo, o Inter rasga a camisa do São Paulo e pisa em cima dela, o Inter humilha o campeão do mundo, o campeão do mundo destroçado pelo futebol do Internacional, um campeão do mundo que começa a morrer definitivamente nas cores vermelha e branca do time colorado, da gauchada de vermelho, no gol de Sórbis, o menino de Erechim, cara de gaúcho, pinta de gaúcho, roupa de gaúcho, parece gaúcho e o Inter é gaúcho, [...] , destroçado, humilhado, rasgado, demolido, o campeão do mundo se rende ao grande Esporte Clube Internacional que vai ser campeão da América, Rafael Sórbis faz dois a zero, o campeão do mundo se entregou pro colorado, Fulano”*.

Pode-se verificar que o narrador promove um ataque explícito a um dos principais símbolos da equipe paulista: a sua camisa. Juntamente com a bandeira, o estádio e o hino, a camisa é um bem simbólico muito importante para o torcedor. É sua “segunda pele” e rasgar a camisa significa lastimar o próprio corpo. O narrador diz que “*Inter rasga a camisa [...] e pisa em cima dela*” estimulando o ódio e a violência. O uso do termo “humilhado” tem um forte apelo no meio futebolístico, sendo reprimido pela maior parte da imprensa e até por jogadores, quando um atleta faz qualquer coisa para humilhar o adversário e tal sentimento é vivenciado pela torcida.

O bairrismo regional, se assim pode-se chamá-lo, fica evidente pela quantidade de vezes (cinco) que o narrador cita a palavra “gaúcho”. Ele parece querer salientar que a disputa não é só pelo título de um evento esportivo, mas por uma afirmação de quem é o melhor do Brasil.

A narração descrita mostra como o rádio pode agir como meio de promoção da violência simbólica, aumentando a rivalidade entre os torcedores de futebol. O referido caso teve repercussão imediata, e quase extrapolou os limites da violência simbólica, uma vez que já na partida seguinte, em Porto Alegre, na decisão do título da competição, o narrador protagonista da situação apareceu com dois seguranças<sup>(13)</sup>.

Outra situação que foi detectada quando se analisou a narração dos gols foi referente à parcialidade envolvendo a emissora de Campinas e a sua emissora sede, localizada em São Paulo, na narração dos gols na segunda partida da decisão do Campeonato Paulista de 2008, série A, entre as equipes da Sociedade Esportiva Palmeiras e a Associação Atlética Ponte Preta. Conforme já apresentado, a partida terminou com vitória da equipe do Palmeiras por 5 a 0. As narrações dos gols desse jogo pela emissora sede, em São Paulo, foram obtidas pela internet, diretamente do *site* da mesma e utilizou-se como critério para análise três aspectos: o tempo de duração do grito de gol, a presença ou não do jargão do narrador durante os gols e os comentários imediatamente após a marcação do gol. Inicialmente, procurou-se detectar o padrão de narração de gol da emissora sede, frente aos três critérios adotados.

Para isso analisou-se a narração de gols envolvendo as quatro equipes da cidade

---

<sup>(13)</sup> <http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI1098808-EI6598,00.html>, acesso em dez/2007.

de São Paulo e do Santos Futebol Clube, feitas pelo mesmo narrador que transmitiu a partida final do Campeonato Paulista. Isso foi feito para determinar se havia diferenças significativas frente à presença de uma ou outra equipe.

Em seguida, analisaram-se as narrações de gols envolvendo equipes de outros estados e, também, narrações de gols envolvendo a seleção brasileira e outros selecionados de futebol. Pode-se observar que, também, não houve diferenças importantes em nenhum dos casos, comprovando-se, assim, a imparcialidade do narrador nas diversas situações observadas e determinando qual era o jargão utilizado por ele durante a narração dos gols. Depois de verificado o padrão da narração, partiu-se para uma comparação da narração de gols entre as emissoras de Campinas e da emissora sede, em São Paulo, utilizando os três aspectos definidos anteriormente: o tempo do grito de gol, a presença do jargão do narrador e os comentários após o gol.

Com relação ao tempo gasto no grito de gol, fato que poderia denotar um maior envolvimento emocional com determinada equipe, verificou-se que, tanto nas narrações da emissora de Campinas quanto nas da emissora sede, o tempo ficou sempre entre 11 e 14 segundos, não apresentando, portanto, nenhuma situação que evidenciasse uma diferença no tempo de narração.

Quando se analisou o jargão utilizado pelos narradores, pode-se observar nitidamente uma diferença. O narrador da emissora de Campinas não utilizou o seu jargão (o nome do autor do gol repetido várias vezes seguido pela frase “é ele, é ele, é ele, é ele, é ele o autor do gol”) em nenhum dos cinco gols marcados pela equipe do Palmeiras. Este fato já havia sido detectado nas transmissões envolvendo equipes de Campinas com adversários de fora da cidade. O fato reafirma a questão da parcialidade como forma de aproximar o ouvinte da emissora no caso da rádio de Campinas. Na emissora sede, por outro lado, devido possivelmente à presença de mais equipes, o narrador adota uma postura mais imparcial, lembrando que o jargão utilizado por ele apareceu em todas as narrações.

Com relação aos comentários imediatamente após os gols, a situação de parcialidade também esteve presente, conforme veremos mais a frente. Na transmissão da emissora de Campinas, o padrão foi o narrador chamar sempre o repórter de campo logo após o grito de gol e a identificação do autor. O repórter, por sua vez, descreveu a jogada e emitiu uma

opinião rápida sobre o acontecimento. Na emissora sede, a chamada do repórter de campo demorou um pouco mais, mas também aconteceu. Dessa forma tínhamos sempre a fala do narrador e a do repórter de campo em ambas as emissoras, sendo o comentarista acionado casualmente e apenas na emissora de Campinas.

A equipe da Associação Atlética Ponte Preta foi sempre identificada pela emissora local apenas como “Ponte” enquanto que a emissora sede referiu-se a ela sempre como “Ponte Preta”. Este dado é significativo, uma vez que revela um maior grau de intimidade, de aproximação, da emissora local com a equipe de Campinas, como já era esperado.

Em todas as narrações dos gols pela emissora sede a preocupação foi sempre no sentido de se destacar mais o autor do gol do que a equipe como um todo. As frases destacadas foram:

- 1º gol: “*A torcida sabe que agora só um desastre tira o título do Palmeiras*”
- 2º gol: “*Gol de artilheiro, gol de goleador*”;
- 3º gol: “*Um gol para selar um grande campeonato de Valdívia*”;
- 4º gol: “*Alex Mineiro é o artilheiro do campeonato*”;
- 5º gol: “*Alex Mineiro, mais artilheiro do que nunca*”.

Em um dos gols o repórter de campo salienta a jogada de Valdívia e o companheirismo de Martinez (ambos jogadores do Palmeiras), que optou por fazer o passe ao invés de tentar o chute ao gol. O enfoque foi dado sempre ao jogador no momento do gol. No caso da emissora de Campinas o que se observou foi que os comentários foram, em sua maioria, críticas ao sistema defensivo da equipe da Ponte Preta, ou seja, houve mais falha da equipe de Campinas e não méritos da equipe palmeirense. As frases foram:

- 1º gol: “*Bobeada da defesa da Ponte*”; “*Injustiça pelo que a Ponte jogou nesses vinte minutos*”;
- 2º gol: “*Bola da esquerda, gol do Palmeiras, bola da direita, gol de cabeça de Alex Mineiro, ninguém consegue marcar ninguém em cruzamento*”;
- 3º gol: “*Vai ser expulso*” “*Jogou a camisa no chão... é que o (Cléber Welington) Abade (árbitro do jogo)... bom deixa pra lá, o Palmeiras merece amplamente o título*”;
- 4º gol: “*Alex Mineiro marca o gol do título*”;

- 5º gol: *“Pane geral, depois do primeiro gol a Ponte não se encontrou, depois do quarto gol se perdeu totalmente”*.

Em algumas dessas falas se tem impressão que os gols aconteceram quase que exclusivamente pelas falhas, individuais ou coletivas, da Ponte Preta, ou seja, se não acontecessem esses problemas o Palmeiras não teria marcado os gols. Para o ouvinte, que não tem as imagens dos lances, passa-se a impressão de que foi a Ponte Preta que perdeu o jogo e não que o Palmeiras ganhou, mesmo o resultado sendo de 5 a 0.

Em outros momentos, entretanto, o discurso torna-se contraditório, como no terceiro e quarto gols, em que se encontram frases do tipo *“o Palmeiras merece amplamente o título”* e *“Alex Mineiro marca o gol do título”*.

No terceiro gol do Palmeiras, marcado pelo atacante Valdívia, aconteceu uma situação interessante na comparação entre os dois discursos, sobre o fato de o atacante palmeirense ter tirado a camisa. A emissora de Campinas enfatizou o cartão amarelo recebido e o comentarista afirma que o jogador devia ser expulso pela atitude. A emissora sede, por meio do repórter de campo, salientou que quem não devia ter gostado da atitude foi o patrocinador, uma vez que o jogador bateu no peito durante a comemoração, mas, como estava sem a camisa, os logotipos não apareceram.

Enquanto a emissora de Campinas estava visualizando a possibilidade da equipe do Palmeiras ficar com um jogador a menos, o que em tese facilitaria a situação para a Ponte Preta, a emissora sede pensava em termos de patrocinador, ou seja, a fonte de recursos da equipe e que estaria sendo lesada pela atitude do jogador do Palmeiras.

Por estas análises, me parece claro haver uma parcialidade no discurso narrativo da emissora de Campinas em comparação à emissora sede. Como foi destacado no início dessa discussão, essa parcialidade parece objetivar uma maior aproximação do ouvinte com a emissora e, com isso, arrebanhar um número maior de ouvintes. A emissora sede, por sua vez, ao trabalhar com um maior leque de ouvinte de diferentes equipes, parece minimizar o enfoque clubístico, dando maior destaque para os jogadores, mantendo assim um discurso mais imparcial.

## Considerações Finais

Após a esportivização dos passatempos ingleses, a partir do Séc. XIX, a assistência de diversas modalidades esportivas só se fez crescer no decorrer dos anos. Entre todas as modalidades, o futebol é, atualmente, o que apresenta os maiores índices de audiência nos meios de comunicação e sua identificação como esporte mais praticado em vários países em muito favoreceu este processo.

Como atividade de lazer, e pensando em seu aspecto de assistência, o futebol vem se consolidando como a principal forma de entretenimento mundial, movimentando investimentos cada vez maiores.

As emoções envolvendo esse esporte parece ser um campo de estudo a ser mais explorado, tanto em relação à sua prática como à sua assistência. A capacidade que o futebol tem em potencializar a emoção entre seus espectadores sejam eles torcedores ou não, pode ser visualizado, por exemplo, durante as edições da Copa do Mundo, especificamente no Brasil. A fundamentação do entendimento da busca dessas emoções, baseado nos trabalhos de Norbert Elias e Eric Dunning, é um caminho interessante a ser percorrido, principalmente pela abordagem da necessidade e da busca dessas emoções pelos indivíduos.

Por outro lado, entender a relação da mídia com o futebol é fundamental para que se possa analisar de que forma os meios de comunicação se utilizam desse esporte como um instrumento de captação de audiência, uma vez que é exatamente no maior potencial de vinculação de espectadores que reside a sobrevivência das mídias, principalmente da TV e do rádio.

Observou-se na pesquisa que a narração dos jogos do rádio, apesar de transparecer como sendo uma grande improvisação, segue um padrão rígido e fragmentado. É fato que no futebol pode ocorrer uma série de imprevistos e surpresas, mas, no caso do discurso futebolístico, a situação é diferente, como veremos a seguir.

Nessa busca por agradar e atrair o espectador (e o ouvinte), o rádio e a TV agem de forma distinta. Um buscando levar a realidade imagética “exatamente como acontece ao vivo”, utilizando ângulos variados de transmissão e microfones com som ambiente; o outro apostando no seu discurso e na sua histórica relação com o torcedor de futebol.

O rádio é um meio de comunicação mais democrático e está presente em locais onde a TV não pode se fazer presente, como por exemplo, no carro e no trabalho. A sua popularização ocorreu praticamente no mesmo período no qual o futebol brasileiro começou a despontar no exterior, tornando-se, naquele momento, a única maneira de se acompanhar os jogos à distância. Este fato colaborou muito para sua identificação com o torcedor de futebol e, também, para a criação de um discurso próprio, que agradou o povo brasileiro.

Este estudo teve como objetivo analisar a mídia radiofônica, especificamente a narração dos jogos de futebol e dos gols, verificando se a transmissão radiofônica incita a violência relacionada ao futebol e a rivalidade entre torcedores, na busca pela audiência.

Por suas características narrativas, os jogos de futebol no rádio são exemplos bem acabados da possibilidade de vivências de emoções por meio de atividades miméticas. O seu discurso propicia ao ouvinte um envolvimento acentuado com a partida, fazendo com ele num exercício de imaginação e criatividade ao recriar os lances por meio de recursos semiológicos, mais especificamente a identificação, a visualização e a velocidade (ABREU, 2001).

Nas transmissões esportivas analisadas pode-se verificar que há uma parcialidade da emissora escolhida com as equipes de Campinas e que esta parcialidade parece visar muito mais uma aproximação entre a emissora e o ouvinte, com objetivo de atrair e manter a fidelidade da audiência. Os especialistas da emissora da rádio analisada praticamente restringiram às equipes de Campinas todas as informações divulgadas no decorrer da transmissão, mostrando que seu foco (ouvintes) eram os ouvintes da cidade.

A questão da apologia à violência mostrou-se relacionada a esta parcialidade da emissora. Diferentemente da forma como é tradicionalmente abordada na TV, em que o enfoque é dado para as imagens da violência física, o discurso radiofônico, na maioria das vezes, mostrou-se apenas no discurso dos especialistas, quase sempre em situações onde o aspecto emocional aflorou significativamente sobre o profissional.

Ao realizar a transmissão dos jogos e sabendo que a maioria dos seus ouvintes são torcedores da equipe da cidade, os especialistas parecem se envolver com a partida além do aspecto profissional tornando-se, em alguns momentos, torcedores apaixonados.

A situação pareceu mais crítica quando envolveu situações regionalizadas, como no caso do locutor gaúcho, e nos casos em que as disputas foram entre equipes de diferentes países, mais especificamente entre Brasil e Argentina, cuja rivalidade é histórica.

No caso da emissora de Campinas que foi o foco principal da pesquisa, a situação pôde ser verificada em algumas frases ditas pelos especialistas, principalmente nos casos onde a equipe da cidade estava inferiorizada no placar, reforçando a questão da parcialidade.

Contudo, o fato não passou despercebido e merece discussões mais aprofundadas, uma vez que, sendo o rádio um meio de comunicação de massa, suas idéias são repassadas a um grande público e os especialistas presentes na transmissão têm responsabilidades frente à população.

A violência simbólica presente em alguns momentos do discurso do rádio pode estimular e potencializar as emoções dos ouvintes, principalmente daqueles que vão ao estádio com seus rádios e acompanham a partida ouvindo a transmissão, e num rompimento da situação de “descontrole controlado das emoções” conforme definiram Elias e Dunning (1992), transformando essa violência simbólica em violência física.

Outros estudos podem e devem ser feitos. Nesse trabalho o foco foi uma única emissora de Campinas, escolhida por critério de competência definidos por seus pares, como sendo a que possui a melhor equipe de rádio esportivo do interior.

O campo de pesquisa definido foi exclusivamente às narrações de partidas de futebol e de gols. Analisar o discurso de outra emissora de Campinas frente a esses mesmos aspectos pode trazer novas contribuições para o entendimento do discurso futebolístico no rádio, assim como analisar outros discursos futebolísticos do rádio, além das narrações das partidas, como por exemplo, os noticiários e os programas da grade regular das emissoras.

As mídias, de uma forma geral, exploram todo o potencial do futebol e vão muito além da transmissão dos jogos. Acompanhar o discurso de uma rádio durante uma semana que envolva uma partida decisiva pode reforçar as considerações sobre a parcialidade aqui demonstrada.

O rádio, apesar da chegada de outras tecnologias, parece se adaptar a elas e ainda conseguir manter seu público fiel. Sua capacidade de emocionar o ouvinte e de estimular a sua imaginação oferece ao torcedor a possibilidade de vivenciar as emoções presentes no futebol de uma maneira muito peculiar.

A sua presença entre torcedores de futebol ainda é relevante e pode ser comprovada mesmo dentro dos estádios. Afinal, quem nunca viu um torcedor acompanhando

uma partida de futebol com os olhos, seja na TV ou ao vivo, mas com o radinho colado ao ouvido?

*“O rádio se parece com o teatro. Naquele momento a emoção criada pelo ator é recebida e absorvida pela platéia e dali para a frente torna-se uma lembrança que emociona de novo, mas nunca mais da mesma maneira” (Osmar Santos, ex-radialista).*

## Referências

- ABREU, J.B. Metáforas, hipérboles e metonímias, uma jogada de efeito - o discurso do radiojornalismo esportivo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24, 2001 Campo Grande/MS. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2001. [cd-rom]
- BETTI, M. Entre o assistir e praticar: educação física, esporte, televisão e lazer. In: Marcelino, N. C. (Org). *Lúdico, educação e educação física*. Ijuí: Ed. da Unijuí, 1999.
- CLUBE Atlético Mineiro. Disponível em: <[www.atletico.com.br](http://www.atletico.com.br)>. Acesso em: nov. 2007.
- COHN, G. *Sociologia da comunicação: teoria e ideologia*. São Paulo: Pioneira, 1973.
- DUNNING, E. *El fenómeno deportivo: estudios sociológicos en torno al deporte, la violencia y a la civilización*. Barcelona: Editorial Paidotrigó, 2003.
- ECO, U. *Uma viagem na irrealidade do cotidiano*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- ELIAS, N; DUNNING, E., *A busca da excitação*, Lisboa, Difel, 1992.
- \_\_\_\_\_. *O processo civilizador (vol. II): a formação do Estado e Civilização*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.
- ESCHER, T.A. *O futebol (tele)espetáculo como lazer: um exame sobre as manifestações do futebol brasileiro*. 2007. 114 p. Dissertação (Mestrado em educação Física) - Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.
- FEATHERSTONE, M. *Cultura global: nacionalização, globalização e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- FEDERICO, M.E.B. *História da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1982.

FERREIRA, A.B.H. *Novo Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FLUMINENSE *Football Club*. Disponível em: <[www.fluminense.com.br](http://www.fluminense.com.br)>. Acesso em: nov. 2007.

FRANCO JUNIOR, H. *A dança dos deuses: futebol, cultura, sociedade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

GASTALDO, E. *Pátria, chuteiras e propaganda: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo*. São Paulo: Annablume; São Leopoldo: Ed. da Unisinos, 2002.

GEBARA, A. Norbert Elias e a teoria do processo civilizador: contribuição para a análise e a pesquisa no campo do lazer. In: BRUNS, H. T. *Temas sobre o lazer*. Campinas – SP: Autores Associados, 2000.

GUERRA, M.O. Radio X TV: o jogo da narração - a imaginação entra em campo e seduz o torcedor. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29, 2006, Brasília. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2006. [cd-rom]

HADJE, M. Esporte e sociedade: uma relação pautada pela mídia. In: CONGRESSO BRASILEIRO EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 26, 2003, Belo Horizonte. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2003 [cd-room]

HISTÓRIA do Rádio. Disponível em: <[www.locutor.info](http://www.locutor.info)>. Acesso em: ago. 2007.

KANT, I. *Critique de la raison pratique*. PUF, 1965.

MARQUES, J.C. A falação esportiva (o discurso da imprensa esportiva e o aspecto mítico do futebol). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25, 2002, Salvador. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2002. [cd-rom]

MELO, S.T.; SANTOS, C.S.; SANTOS, C.M.S.; NASCIMENTO, M.R.. A importância dos jingles na construção de cases de sucesso. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29, 2006, Brasília. *Anais...*São Paulo: Intercom, 2006. [cd-rom]

MURCE, R. *Bastidores do rádio* – fragmentos do rádio de ontem e de hoje. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

MOREIRA, S.V. *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Rio Fundo Ed., 1991.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PEREIRA, L.A.M. *Footballmania*: uma história oficial do futebol no Rio de Janeiro – 1902-1938. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

PIRES, G.L. *Educação física e o discurso midiático*: abordagem crítico-emancipatória. Ijuí: Unijuí, 2002.

RIBEIRO, S.D.C. e PIRES, G.L. Indústria cultural, esporte e mídia: faces ocultas do poder simbólico, In: 2º SULBRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE. *Anais...* Criciúma, 2004.

REIS, H.H.B. *Futebol e sociedade*: as manifestações da torcida. 1998. 127 p. Tese (Doutorado em Educação Física), Faculdade de Educação Física, UNICAMP, Campinas, 1998.

\_\_\_\_\_. Lazer e Esporte – a espetacularização do futebol. In: BRUHNS, H.T. (org). *Temas sobre o lazer*. Campinas: Autores Associados, 2000.

\_\_\_\_\_. Espetáculo futebolístico e violência: uma complexa relação. In: DAOLIO, J. (org). *Futebol, cultura e sociedade*. Campinas: Autores Associados, 2005.

\_\_\_\_\_. *Futebol e violência*. Campinas: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2006.

\_\_\_\_\_. *A caracterização do torcedor organizado e a mídia esportiva*. Unicamp (pesquisa em andamento), 2008.

RICHARDSON, R. J. *Pesquisa social*: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

SAMPAIO, F. M. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo*: (memórias de um pioneiro). Rio de Janeiro: Achimé, 1984.

SANTOS, C. A. A. Landell ou Marconi. Quem é o pioneiro? In: CUNHA, M. R. e HAUSSEN, D. F. *Rádio brasileiro*: episódios e personagens. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

SANTOS Futebol Clube. Disponível em: <[www.santos.globo.com](http://www.santos.globo.com)>. Acesso em: nov. 2007.

SANTOS, T.C. *Dos espetáculos de massa às torcidas organizadas*: paixão, rito e magia no futebol. São Paulo: Annablume, 2004.

SILVA, E.M. A violência no futebol e a imprensa esportiva, In: *Futebol*: espetáculo do século. São Paulo: Musa, 1999.

SOARES, E. *A bola no ar*. São Paulo: Summus, 1994.

SOCIEDADE Esportiva Palmeiras. Disponível em: <[www.palmeiras.com.br](http://www.palmeiras.com.br)>. Acesso em: nov. 2007.

TOLEDO, L. H. A invenção do torcedor de futebol: disputas simbólicas pelos significados do torcer. In: *Futebol*: espetáculo do século. São Paulo: Musa, 1999.

TOLEDO, L. H. *Lógicas do futebol*. São Paulo: Hucitec, Fapesp, 2002.

TOLEDO, V.R. Elementos para uma concepção da cultura de massa. In: *Futebol*: espetáculo do século. São Paulo: Musa, 1999.