

FUTEBOL: A CONSTRUÇÃO DO MUNDO DE ENCANTOS E DE OPORTUNIDADES

Gustavo Souza da Silva¹; Elizeu do Nascimento Silva²; Cristina Schmidt³

Estudante do Curso de Jornalismo; e-mail: gustavosilva94@outlook.com¹

Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: elizeusilva@gmail.com²

Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: cris_schmidt@uol.com.br³

Área do Conhecimento: Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Palavras-chave: Futebol; Televisão; Análise Crítica do Discurso; Jornalismo Esportivo; Espectacularização Futebolística.

INTRODUÇÃO

No futebol, a construção do mundo de encantos e de oportunidades, arquitetada pelos meios de comunicação e baseada na distribuição massiva de imagens dos astros e dos grandes clubes do esporte, obedece à lógica mercadológica que busca atrair audiência e transformá-la em lucro auferido pela indústria cultural. Essa estratégia viabiliza-se pela dimensão cultural do futebol e por sua profunda inserção no imaginário coletivo do povo brasileiro, chegando mesmo a inserir-se como importante traço da identidade nacional (MAGALHÃES, 2010, p. 127). Na verdade, o futebol representa bem a lógica sob a qual se configuram os esportes modernos: mais que a exaltação da alta performance e o incentivo às boas práticas em atividades físicas, constituem-se como espetáculos massificados e produtores de celebridades para serem consumidos apaixonadamente pelos fãs. O futebol, associado à imprensa, não foge a essa regra, pois, como afirma Teixeira Coelho, “a indústria cultural e todos os seus veículos, independentemente do conteúdo das mensagens divulgadas, trazem em si, gravados a fogo, todos os traços dessa ideologia, da ideologia do capitalismo” (1993, p. 35), que dita a normalidade social.

Nessa perspectiva, a mídia exerce papel fundamental na transformação do futebol e de seus expoentes em mercadoria. Bombardeando o público com imagens de jogadores dotados de habilidade com a bola, capacidade técnica e com personalidade marcante, a mídia transforma esses atletas em reluzentes personagens do espetáculo midiático-esportivo. O presente trabalho, portanto, partindo desses pressupostos, pretende identificar e compreender o processo de transformação de jogadores de futebol em ícones e celebridades midiáticos a partir da análise do discurso da imprensa esportiva. O estudo propicia também oportunidade para uma reflexão sobre a questão da ética na cobertura jornalística do universo do futebol, e a contribuição desta na construção da cultura midiática contemporânea, bem como as relações entre jornalismo e entretenimento.

OBJETIVOS

Geral: Compreender o processo de espectacularização futebolística e a transformação de jogadores em ícones e celebridades midiáticos. **Específico:** Analisar o discurso da narração de Galvão Bueno, da Rede Globo, nas transmissões dos jogos da Seleção Brasileira nas Olimpíadas Rio-2016, buscando identificar e compreender, a partir do tratamento dado ao jogador Neymar Jr., o processo de construção da imagem dos ídolos do futebol.

METODOLOGIA

Com abordagem qualitativa, o trabalho utiliza como método a Pesquisa Bibliográfica e a Análise Crítica do Discurso (ACD). A primeira parte constituiu na identificação da bibliografia pertinente à relação entre mídia e futebol, na perspectiva da espetacularização do esporte nos meios de comunicação e do estudo da mesma, visando à compreensão dos conceitos de Indústria Cultural, de Jornalismo Esportivo e de Cultura Midiática, bem como das relações entre eles, de modo que fosse possível construir um referencial teórico adequado para proceder as análises. Nesta fase inicial, também foi necessário compreender as regras da ACD, propostas pelo linguista inglês Norman Fairclough (2001, p. 90), que considera o uso da linguagem como “forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais”. Segundo o linguista, isso tem implicações variadas:

Primeiro, implica ser o discurso um modo de ação, uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação(...). Segundo, implica uma relação dialética entre o discurso e a estrutura social, existindo mais geralmente tal relação entre a prática social e a estrutura social: a última é tanto uma condição como um efeito da primeira. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 91).

Paralelamente a esta etapa ocorreu a captação das transmissões dos jogos da Seleção Brasileira de Futebol masculino no âmbito das Olimpíadas Rio-2016, evento que ocorreu na cidade do Rio de Janeiro, entre os dias 5 e 21 de agosto. As participações do time brasileiro no torneio olímpico foram assistidas ao vivo e também gravadas para a análise. Já a segunda fase consistiu na análise do material captado durante a primeira etapa, quando foram adotadas algumas categorias da ACD, com a finalidade de compreender como o discurso da imprensa esportiva produz a imagem de alguns atletas que passam a ser considerados mitos, celebridades e, em alguns casos, heróis de uma nação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Rede Globo de televisão, assim como outras emissoras de TV aberta e fechada, cobriu os Jogos Olímpicos disputados no Rio de Janeiro em 2016, durante o mês de agosto. Na modalidade futebol masculino, especificamente, a Globo transmitiu as seis partidas da seleção brasileira, desde a primeira fase à grande final contra a Alemanha, no estádio do Maracanã, na qual o time brasileiro conquistou nos pênaltis e de maneira inédita e invicta a medalha de ouro no esporte, coincidentemente na primeira edição das Olimpíadas organizada no Brasil. Nos seis compromissos do time olímpico, as transmissões foram narradas por Carlos Eduardo dos Santos Galvão, o Galvão Bueno, um dos mais renomados narradores esportivos brasileiros. Ao lado de Galvão, na cobertura dos jogos, os ex-jogadores Walter Casagrande Júnior, Ronaldo Luís Nazário de Lima, o Ronaldo Fenômeno, e Leovegildo Lins Gama Júnior, o Júnior, foram os comentaristas, além do ex-árbitro Arnaldo David Cezar Coelho. **Análise Crítica do Discurso das transmissões da Rede Globo:** O tipo de discurso em análise pode caracterizar-se como o gênero ‘narração esportiva de futebol’, como propõe Santos (2010), que o descreve como um enunciado “relativamente estável” que faz parte das atividades humanas, sendo, assim, um modo de ação de sujeitos no mundo sobre outros. (SANTOS, 2010, p. 32). A autora argumenta que esse tipo de gênero possui semelhanças consideráveis com o conceito de narrativa clássica, na medida em que objetiva contar uma história, “constituída de personagens, de um narrador, de conflitos, de acontecimentos que se entrelaçam formando uma unidade discursiva”. (SANTOS, 2010, p. 33). Dessa maneira, há de se considerar que o narrador da partida, além de interpretar e descrever os fatos ao

telespectador, realiza improvisações constantes de acordo com as imagens reveladas pelas diversas câmeras instaladas no campo, e também emite opiniões.

A atitude de opinar, aliás, faz parte do estilo adotado por Galvão Bueno durante as transmissões, iniciativa que ultrapassa sua função principal, que consiste em narrar a partida e comandar as interações com os comentaristas e repórteres. Considerando o processo comunicacional que envolve os sujeitos presentes no contexto da narração, a saber, o narrador enquanto um indivíduo que se apropria da fala para narrar os lances do jogo para os telespectadores, que são os destinatários das mensagens e que não participam explicitamente da transmissão, é válido sublinhar que Galvão busca orientar a interpretação da audiência com suas afirmações. Explanando sobre o princípio de interdiscursividade, Fairclough afirma que as ordens de discurso “têm primazia sobre os tipos de discurso e que os últimos são constituídos como configurações de elementos diversos de ordens de discurso” (2001, p. 159). Em outras palavras, pode-se dizer que o discurso do narrador esportivo da Globo sofre interferências da ordem de discurso institucional, concernente às normativas estabelecidas pela emissora, quanto a padrões e estilos de locução, além do objetivo de conquistar e prender a audiência por meio de partidas com alto nível técnico e competitivo e com craques em campo. Para além dessa premissa, é possível destacar o que Fairclough chama de função identitária, que implica um dos três aspectos constitutivos do discurso, e que é relativo à construção das identidades sociais, posições de sujeitos e tipos de eu. “A função identitária relaciona-se aos modos pelos quais as identidades sociais são estabelecidas no discurso”, explica o autor. (FAIRCLOUGH, p. 2001). Nesse sentido, o Galvão Bueno, enquanto narrador esportivo da maior emissora de televisão do Brasil, com cerca de 40 anos de profissão, tendo atuado nos mais significativos eventos esportivos mundiais durante todo esse tempo, apresenta-se como alguém que possui credibilidade o suficiente para opinar sobre qualquer assunto relacionado ao jogo em si e ao esporte. Dessa forma, acrescido à sua posição profissional bem estabelecida, o seu “eu” de grande profissional de comunicação esportiva, há também o “eu” torcedor, que o narrador não esconde (e que toma a frente de sua função de informar), quando, por exemplo, gasta boa parte do tempo proferindo comentários carregados de emoção e parcialidade. Esses e outros pressupostos sublinhados na análise das transmissões caminham na direção do interesse institucional de conquistar audiência por meio da elevação do espetáculo e, evidentemente, da imagem de Neymar, principal jogador da competição e um dos maiores atletas do mundo na atualidade. Concretamente, adjetivos como “capitão e craque do time” e “os aplausos da torcida pro capitão, pro ídolo Neymar”, entre outros, utilizados pelo narrador para classificar a condição do atleta na equipe reforçam ainda mais as finalidades implícitas observadas pela análise: a imagem de Neymar, efetivamente, tanto para a Globo como para outras instituições empresariais envolvidas direta ou indiretamente com o espetáculo esportivo, interessava que fosse moldada positivamente, de acordo com as preconcepções construídas em relação ao jogador antes do torneio e no decorrer das transmissões. É inegável que Neymar é um atleta acima da média no quesito técnico, e foi por isso que atingiu o sucesso enquanto jogador. Uma observação mais profunda, porém, como o presente trabalho propõe, indica que há uma supervalorização do atleta em comparação aos companheiros de time nas transmissões, pelo menos quando os resultados passaram a ser positivos. Ante a tudo isso, a condição de salvador do futebol brasileiro determinada para o atleta antes das Olimpíadas foi confirmada tanto nos momentos negativos do time como nos de glória.

CONCLUSÕES

A análise do discurso da narração de Galvão Bueno sobre os jogos da seleção brasileira revelou características próprias da imprensa esportiva no geral. Daí a importância deste trabalho que, efetivamente, propõe visões aproximativas sobre o fenômeno midiático-futebolístico concernente à espetacularização do esporte e de atletas. Primeiramente, portanto, é importante explicar que a delimitação da análise pretendeu observar as práticas discursivas, textuais e sociais do narrador em relação a Neymar, principal jogador do time e, certamente, sobre quem pesava a responsabilidade de não apenas conquistar a medalha de ouro, mas de resgatar a credibilidade do futebol brasileiro, marcado pela crise causada pelas eliminações recentes e por escândalos de corrupção envolvendo os principais cartolas da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), órgão máximo do esporte no país. Em segundo lugar, é preciso salientar que não foi possível explorar mais a fundo as práticas discursivas adotadas na transmissão em virtude das dimensões desse trabalho. No entanto, seria de extrema relevância incluir mais falas dos comentaristas e dos repórteres na análise, e até mesmo outras asserções de Galvão, bem como descrições detalhadas da quantidade exacerbada de vezes em que as câmeras focavam nos gestos e nos lances de Neymar e outros elementos que compõem a transmissão televisiva. Por ora, vale considerar que as amostras selecionadas para a análise (logicamente acompanhadas do contexto de cada enunciação), assim como o estudo da bibliografia pertinente à dinâmica que rege a relação entre mídia e futebol, permitiram examinar modestamente como funciona o processo de construção e consolidação da imagem de um ídolo e de um craque no âmbito das transmissões esportivas de futebol. O destaque dedicado a um jogador específico, os comentários elogiosos, bem como as cobranças, que elevam sua condição de mito no jogo e no cenário social, entre outros aspectos, foram observados na análise.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001.

MAGALHÃES, Livia Gonçalves. **Histórias do Futebol**. São Paulo: Arquivo Público do Estado, 2010.

SANTOS, Cristiane Alvarenga R. **A narração esportiva de futebol: análise discursiva de um fenômeno midiático**. 2010. 182 f. Dissertação (Mestrado em Língua Portuguesa e Linguística) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala; função e linguagem da televisão no Brasil**. Petrópolis, Vozes, 1984.