

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO

Marcel Neves Martins

**ALÉM DOS 90 MINUTOS: UMA ETNOGRAFIA DA
MEDIATIZAÇÃO NO ESTÁDIO BEIRA-RIO**

São Leopoldo, RS, Brasil

2011

Marcel Neves Martins

**ALÉM DOS 90 MINUTOS: UMA ETNOGRAFIA DA
MEDIATIZAÇÃO NO ESTÁDIO BEIRA-RIO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos como requisito parcial para a obtenção título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. José Luiz Braga

São Leopoldo, RS, Brasil

2011

Catálogo na Fonte

M386a Martins, Marcel Neves

Além dos 90 minutos: uma etnografia da mediatização no Estádio Beira Rio. / Marcel Neves Martins; Orientação: José Luiz Braga. – São Leopoldo: UNISINOS, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2011.

155 f.; il.

1. Imprensa - Mídia. 2. Esporte – Estádio Beira Rio. 3. Imprensa - Mediatização. 4. Esporte – Sport Club Internacional. 5. Etnografia – Mediatização. 6. Mediatização social. I. Braga, José Luiz. II. Título.

CDU: 070

Bibliotecária responsável: Márcia Flores da Silva, CRB -10/1477

Marcel Neves Martins

**ALÉM DOS 90 MINUTOS: UMA ETNOGRAFIA DA
MEDIATIZAÇÃO NO ESTÁDIO BEIRA-RIO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos como requisito parcial para a obtenção título de Mestre em Comunicação.

Aprovado em .../.../....

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Antônio Fausto Neto – UNISINOS

Prof. Dr. Édison Gastaldo – UFRRJ

Orientador: José Luiz Braga

Aos meus pais, Carlos Edgardo Martins e Tânia Martins, que sempre me apóiam e incentivam. A vocês, que desde o princípio acreditaram comigo que realizar um mestrado seria possível.

AGRADECIMENTOS

Olhando para trás, parece que os dois anos de mestrado passaram voando. Em março de 2009 ingressamos no PPGCom da Unisinos com uma missão: estudar a mediatização social com o olhar voltado às partidas de futebol disputadas pelo Sport Club Internacional em seu estádio, o Beira-Rio. Como torcedor deste clube, a missão tornou-se prazerosa, embora tivéssemos dificuldades no início do curso. Para que o estudo se tornasse possível uma série de pessoas colaboraram nesta trajetória iniciada em 2009. Meus agradecimentos:

À Unisinos, pela acolhida e tratamento dispensado; em especial a todas aquelas pessoas que trabalham no Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

Aos professores Antônio Fausto Neto, Jairo Ferreira, José Luiz Braga e Pedro Gilberto Gomes pelas aulas magníficas no primeiro ano de mestrado.

Ao professor Fabrício Silveira, talvez, único professor de fora de nossa linha de pesquisa com o qual nos identificamos.

Ao Sport Club Internacional, por ter aberto as portas para nosso trabalho de campo; em especial, ao vice-presidente de Comunicação Social, Gelson Pires.

Ao tio Valdir, que mais uma vez foi um dos principais incentivadores de nossa caminhada pelo Estádio Beira-Rio.

RESUMO

Esta dissertação apresenta estudo realizado no Estádio Beira-Rio, em Porto Alegre (RS), sobre a mediatização social em partidas de futebol. O objetivo central da pesquisa é compreender as lógicas de mediatização que atuam – via processos interacionais – sobre os 90 minutos de jogo. Para atingi-lo, realizamos 14 deslocamentos para trabalho de campo durante sete meses. O método para coleta de dados foi a etnografia; através da técnica da observação participante percorremos os setores das arquibancadas, sala de imprensa e cabines de imprensa; nestas, visitamos as cabines da imprensa escrita, Rádio Guaíba e RBS TV. Para a compreensão da mediatização social pelas relações entre campo esportivo e campo midiático dimensionamos a realidade dos jogos em três partes. Na primeira consideramos que as disputas envolvem três momentos: o antes, o durante e o depois dos jogos. A segunda parte mostra o funcionamento da instituição Sport Club Internacional conforme lógicas de mídia. Na última, são conhecidos modos de operação das mídias impressa, radiofônica e televisiva na cobertura de jogos de futebol.

Palavras-chave: Mediatização. Sport Club Internacional. Esporte. Mídia. Imprensa.

ABSTRACT

This dissertation introduces a study made at the Beira-Rio Stadium, in Porto Alegre, about the social mediatization the operate - by interational procedures - on the game`s 90 minuts. To achieve it, fourteen deslocations for field work were made over a period of seven months. Etnography was the data collection method; Through participating observation technique we went through the bleacher sections, press' room and booths; in those, we visited writen press booths, Rádio Guaiba e RBS TV. To realize the social mediatization by the relations between sports and media fields we size the games realities in three parts. At first, we consider that three moments are involved in the disputes, before, during and after the matches. Second part shows Sport Club Internacional running according to the media logics. At last, Print, radio and TV press modes of operation are known at the football matches coverage.

Palavras-chave: Mediatization. Sport Club Internacional. Sports. Media. Press.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Matérias publicadas mostram atravessamento do campo da política.....	23
FIGURA 2 – Configuração da mediatização social.....	33
FIGURA 3 – Cada membro da equipe da rádio tem uma função especializada.....	49
FIGURA 4 – Símbolo do Internacional em dia de jogo no Beira-Rio.....	52
FIGURA 5 – Posição de observação localizada entre o narrador Aroldo de Souza e o comentarista Edgar Schmidt.....	58
FIGURA 6 – Localização no segundo tempo de jogo.....	58
FIGURA 7 – Visão da cabine da imprensa escrita.....	59
FIGURA 8 – Paulo Brito: narração em tom diferente daquele do rádio.....	60
FIGURA 9 – Entrada de Paulo Brito e Maurício Saraiva ao vivo na televisão antes do jogo iniciar.....	62
FIGURA 10 – Metodologia para observação participante.....	73
FIGURA 11 – As primeiras formas do Estádio Beira-Rio.....	82
FIGURA 12 – Estádio Beira-Rio em dia de jogo.....	83
FIGURA 13 – Sala de imprensa do Estádio Beira-Rio.....	84
FIGURA 14 – Setor destinado a cobertura das partidas de futebol pela imprensa.....	85
FIGURA 15 – Porta que dá acesso à sala de imprensa.....	89
FIGURA 16 – Espaço com televisão e sofás.....	89
FIGURA 17 – Profissional da imprensa assiste a uma partida de futebol pela televisão.....	90
FIGURA 18 – Repórteres conferem as escalações das equipes.....	91
FIGURA 19 – Crianças ficam em volta do círculo central do gramado.....	91
FIGURA 20 – Faixas no gramado ficam estendidas para as cabines de imprensa.....	92
FIGURA 21 – Telão fica atrás de uma das goleiras do Beira-Rio.....	93
FIGURA 22 – Torcedores acompanham os jogos com os fones no ouvido.....	97
FIGURA 23 – Jornalista assiste ao jogo entre Internacional e Emelec com radinho ligado e fones no ouvido.....	97
FIGURA 24 – Torcedora levanta o braço com carteirinha de sócio na mão.....	98
FIGURA 25 – Telão mostra torcedores vibrando.....	100
FIGURA 26 – Torcedor concede entrevista no começo do segundo tempo de jogo.....	100
FIGURA 27 – Setor das arquibancadas sociais ocupado por profissionais das mídias radiofônica e on-line.....	101

FIGURA 28 – Repórter da RBS TV entrevista torcedor.....	102
FIGURA 29 – Imprensa dentro do gramado em jogo do Campeonato Gaúcho.....	104
FIGURA 30 – Imprensa à beira do gramado em jogo do Campeonato Brasileiro.....	105
FIGURA 31 – Profissionais se preparam para a entrevista coletiva de uma equipe adversária do Internacional.....	105
FIGURA 32 – Repórter em momento de descontração.....	106
FIGURA 33 – Repórter prepara texto para sua matéria.....	106
FIGURA 34 – Espaço onde atletas do Internacional concedem as entrevistas coletivas.....	107
FIGURA 35 – Área destinada às entrevistas dos visitantes.....	107
FIGURA 36 – Entrevista de Silas, ex-técnico do Grêmio.....	108
FIGURA 37 – Fernando Carvalho, ex-dirigente do Internacional em entrevista às rádios....	108
FIGURA 38 – João Amaro Feio.....	109
FIGURA 39 – Rui Flores.....	110
FIGURA 40 – Telão presente no Estádio Beira-Rio é uma das atrações para os torcedores.	116
FIGURA 41 – Caixas de som ficam voltadas para a torcida.....	117
FIGURA 42 – Símbolo do Internacional ocupa região central do gramado.....	119
FIGURA 43 – Símbolo do Internacional é deslocado em dia de jogo pela Copa Libertadores da América.....	119
FIGURA 44 – Edição nº 78 do Jornal do Inter.....	122
FIGURA 45 – Expediente traz os contatos para os torcedores se manifestarem pela ouvidoria colorada.....	123
FIGURA 46 – Atletas são destaque nas matérias da página 3.....	124
FIGURA 47 – Páginas centrais trazem as escalações das equipes.....	125
FIGURA 48 – Seção de entrevistas fica em coluna à esquerda da página seis.....	126
FIGURA 49 – Referências a outros dispositivos de comunicação.....	127
FIGURA 50 – Contracapa traz anúncio institucional.....	128
FIGURA 51 – Aparelho de televisão fica às costas de Aroldo de Souza.....	130
FIGURA 52 – Aroldo de Souza em ação em jogo do Internacional.....	131
FIGURA 53 – Edgar Schmidt fica posicionado à direita da cabine.....	132
FIGURA 54 – Repórter checa informação pelo <i>replay</i> da televisão.....	135
FIGURA 55 – Técnico de som não desgruda a atenção de uma série de dispositivos tecnológicos.....	136
FIGURA 56 – Luis Carlos Reche.....	137
FIGURA 57 – Uma das câmeras fica na cabine da emissora.....	139

FIGURA 58 – Dois monitores localizados às costas do narrador.....	140
FIGURA 59 – Três monitores auxiliam narrador e comentarista durante o jogo.....	140
FIGURA 60 – Identificações nas portas da cabine.....	141
FIGURA 61 – Maurício Saraiva confere a escalação do Internacional.....	142
FIGURA 62 – Maurício Saraiva e Paulo Britto posam para foto.....	143
FIGURA 63 – Paulo Brito.....	145
FIGURA 64 – Maurício Saraiva.....	146
FIGURA 65 – Uso de notebooks é comum em dias de jogos.....	149
FIGURA 66 – Jornalista lê o ‘Jornal do Inter’	150
FIGURA 67 – Guerrinha é entrevistado por José Alberto Andrade.....	153

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
PARTE I: A CONSTRUÇÃO DO LUGAR	16
1.CONTEXTUALIZAÇÕES: O ESPORTE NA MÍDIA	17
1.1 O ESPORTE COMO OBJETO DE ESTUDO.....	20
2. ACIONAMENTO TEÓRICO	25
2.1 PROCESSOS INTERACIONAIS PELA ENUNCIÇÃO.....	26
2.2 UM CAMINHO PARA VISUALIZAR A MEDIATIZAÇÃO.....	32
2.2.1 Centralidade midiática	39
2.3 DISPOSITIVOS DE MEDIATIZAÇÃO.....	44
2.4 HIPERDISPOSITIVOS DE MEDIATIZAÇÃO.....	54
2.5 A REPRESENTAÇÃO COMO MARCO TEÓRICO.....	56
3. MÉTODO E TÉCNICA PARA O TRABALHO DE CAMPO	62
3.1 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	72
4. O LUGAR PERCEBIDO	75
4.1 OS ANOS 2000.....	77
4.2 A FAMOSA DÉCADA DE 70.....	79
4.3 UMA HISTÓRIA ANTIGA.....	80
4.4 ÀS MARGENS DO GUAÍBA.....	81
PARTE II: O LUGAR DIMENSIONADO	86
5 OS MOMENTOS DO JOGO	87
5.1 ANTES: A PREPARAÇÃO.....	88
5.2 DURANTE: O ENVOLVIMENTO.....	96
5.3 DEPOIS: AS REPERCUSSÕES.....	104
6 O INTER É MÍDIA	112
6.1 O INTER EM CIRCULAÇÃO.....	115
6.2 O JORNAL DO INTER.....	121
7 SOBRE O JOGO: O OLHAR DA IMPRENSA ESPORTIVA	129
7.1 NA CABINE Nº 9.....	129
7.2 NA CABINE Nº 16.....	139
7.3 NA CABINE Nº 23.....	148
CONCLUSÃO	156
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	164

INTRODUÇÃO

As lembranças de um passado de glórias, o jogo como realidade presente e a cobertura da imprensa após seu término marcam a ocorrência de um cotidiano específico, a saber, o de partidas de futebol. Nesse cotidiano, torcedores vestem com orgulho as cores de seu time, cantam do início ao fim dos jogos, se irritam com os erros da própria equipe, escutam no rádio a partida que assistem ao vivo, comentam entre si os principais lances (ou aqueles que mais chamaram atenção), falam sobre as falas da imprensa a respeito do jogo, discutem a escalação da equipe...

No Estádio Beira-Rio, do Sport Club Internacional, em Porto Alegre (RS), uma multiplicidade de eventos configura as partidas de futebol que lá acontecem. O jogo já não se resume aos 90 minutos, embora seja o acontecimento nuclear, lugar para onde se direcionam impressões sobre o 'real'. Todo um circo é montado no entorno do evento central, e é pelas arquibancadas e bastidores que apreendemos interações voltadas a dar inteligibilidade aos fatos relativos ao que acontece dentro do gramado.

Independente da competição a qual um jogo vincula-se há o estabelecimento de todo um repertório de ações que atravessam a prática desportiva. Através do radinho o torcedor busca a informação detalhada, aquilo que pode escapar a sua percepção, já que as emissoras de rádio dispõem de profissionais espalhados em pontos estratégicos do estádio para narrar, comentar e reportar os lances do jogo em detalhes. No telão, imagens de momentos marcantes da história do clube – principalmente, os fatos recentes da trajetória vitoriosa do Internacional – aguçam o imaginário da torcida, inflamando o espírito coletivo para as partidas. Nas arquibancadas, os cantos preenchem certo “vazio” no estádio, dado o silêncio geral provocado pela atenção destinada a disputa.

A mobilização para as partidas de futebol abrange o campo esportivo e o campo midiático, este percebido em funcionamento pela imprensa esportiva. Uma série de profissionais é deslocada para o estádio com o objetivo de fazer a cobertura dos jogos. Distribuídos entre diversos setores destinados à mídia, jornalistas, repórteres, cinegrafistas, técnicos em áudio e vídeo, narradores, comentaristas, são a ponta do iceberg que começa com as negociações tecidas em momentos anteriores a realização dos eventos. O campo midiático apresenta-se em dias de jogos pelo trabalho de seus membros, que colocam em cena fazeres e operações de leitura social sobre o 'real'.

Em relação à mobilização do campo esportivo, ela pode ser vista pelo arsenal de ferramentas que a instituição Sport Club Internacional utiliza para se comunicar com o seu

torcedor. O contato com os torcedores passa por uma mediação midiática, no entanto, sem a presença de empresas de comunicação jornalística; o próprio clube gesta e organiza seus modos de interpelação ao outro.

O olhar para os processos de mediatização social no Estádio Beira-Rio compreende uma visada transversal, em direção as ações tanto do campo midiático quanto do campo esportivo. Isso se torna necessário quando percebemos que os movimentos de cada campo social dependem, por vezes, de fatores que lhe são externos. Por exemplo: jornalistas das emissoras de rádio e televisão só conseguem fazer a cobertura dos jogos porque há no estádio toda uma infra-estrutura de cabines para transmissão do jogo onde jornalistas se acomodam em posição privilegiada para transmitirem a partida. De outra forma, o Jornal do Inter, produzido pela Assessoria de Comunicação do Internacional, só circula no estádio após sua impressão nas máquinas rotativas do diário Zero Hora, de propriedade do Grupo RBS¹.

O fenômeno da mediatização social coloca em circulação saberes e sentidos de diversos campos sociais. Em partidas de futebol, possibilita um contato próximo entre os campos esportivo e midiático; além disso, faz emergir processos midiáticos em que não mais a mídia é protagonista de um espetáculo enquanto produtora de sentidos, senão é co-produtora de um cotidiano específico onde práticas individuais e coletivas, principalmente, dos torcedores dão forma a realidade dos jogos.

Nos diversos setores do Estádio Beira-Rio interações indicam modos singulares de ser e de perceber o mundo ao redor. Em cada ponto da arquibancada ou em cada cabine da imprensa percepções sobre a realidade se fazem presentes, emoldurando um 'real' que só pode ser apreendido entre a defasagem de sua ocorrência e sua narração pela fala. Desta forma, há um convite a uma apreensão de processos que ocorrem dentro do estádio a partir das relações que podem ser feitas entre ângulos variados de visão do jogo.

Para um entendimento do cotidiano de partidas de futebol, a etnografia se apresenta como ferramenta fundamental para um dimensionamento da realidade. O trabalho de campo coloca-se como condição à compreensão de um universo específico, com suas regularidades, singularidades e tensões. Estando em situação de co-presença com o universo observado podemos extrair dados pormenorizados de uma multiplicidade de acontecimentos, nem todos vinculados às preocupações de pesquisa. Com esse deslocamento temos a oportunidade de presenciar situações que, de outro modo, ficariam isoladas a um olhar "externo" a realidade.

¹ Empresa de comunicação midiática com atuação no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina através de jornais, emissoras de rádio e televisão e site de notícias.

O estádio Beira-Rio é, portanto, o lugar de dimensionamento do ‘real’ a partir de um trabalho etnográfico. Para apreensão de indícios de mediatização do social elencamos posições para a observação participante. Num primeiro momento selecionamos como universo observado a instituição Sport Club Internacional e também a imprensa esportiva. Assim, nosso percurso pelo estádio ficou delimitado aos setores das arquibancadas e cabines de imprensa. Com isso, destacamos três cabines para observação do trabalho de profissionais da mídia: a nº 9, a nº 16 e a nº 23. Na cabine nº 9 trabalham profissionais da Rádio Guaíba (Porto Alegre, RS). Já na 16 fica parte da equipe da RBS TV, enquanto na nº 23 ficam jornalistas da imprensa escrita.

A escolha de três mídias diferentes busca trazer elementos convergentes de cobertura dos jogos pela imprensa esportiva. Com um olhar somente para uma destas mídias não abarcaríamos uma dimensão mais complexa que envolve formas diversas de leitura da realidade. O próprio fato da estrutura de cada mídia ser diferente de uma para outra e variável conforme a importância das partidas coopera para uma visualização transversal de suas práticas.

Para a percepção de ações do Sport Club Internacional deslocamo-nos para o setor de arquibancadas. É desde lá que pudemos perceber toda uma estrutura midiática colocada em funcionamento pelo clube. Da entrega do Jornal do Inter à divulgação de conteúdos pelo telão, o trabalho consiste numa observação de modos de interpelação ao torcedor enquanto estratégias de extensão da instituição para além de suas fronteiras – marcadas por ações do e no campo esportivo.

Nesse contexto, a emergência do objeto de pesquisa acontece em meio a presença do campo esportivo e do campo midiático², que na mediatização daquele campo irrompe como personagem principal da circulação de sentidos dentro e fora do estádio. Para o direcionamento de nossa visada, diante da complexidade do termo ‘mídia’ – e por extensão ‘midiático(a)’ – que pode remeter-nos a um âmbito mais amplo que simplesmente aquele onde se reúne o corpo efetivo de organizações empresariais de comunicação jornalística, assumimos o campo midiático como lugar a partir do qual localizamos movimentos dos profissionais de emissoras de rádio e televisão, sites de notícias e jornais.

O objeto localiza-se, portanto, no cotidiano específico de partidas de futebol realizadas em 2010 no Estádio Beira-Rio e vinculadas a três competições: Campeonato Gaúcho, Copa Libertadores da América e Campeonato Brasileiro. Ainda que nosso olhar

² Assumindo-se o midiático como espaço de ação de organizações empresariais de comunicação jornalística.

tenha percebido as estruturas movidas para cada torneio, procuramos transcender tais especificidades. A apreensão e análise de indícios de mediatização social em partidas de futebol busca visualizar processos que ultrapassam marcações simbólicas definidoras, por exemplo, das relações entre a disputa dentro de campo e o entorno que a estrutura. A “natureza” de cada partida (em nível estadual, brasileiro e continental) não é relegada, contudo, presta-se como contexto para o trabalho de observação.

Assim, os 90 minutos de jogo também são adotados como contexto geral de referência e lugar que estrutura a constituição de nosso objeto. A variação do contexto referência pode ser percebida conforme ângulos de vista e posições adotadas em campo, na medida em que emerge tanto pelas falas relacionadas a especificidade do jogo quanto pela arquitetura do evento esportivo. Desta forma, não estamos interessados em relatar o que acontece dentro das quatro linhas do campo (o que caberia à imprensa); tendo um contexto dado, que é o jogo de futebol e a competição a qual está relacionado, processos interacionais percebidos dentro do Estádio acerca do contexto referência definem o objeto.

Na medida em que a mediatização é fenômeno que não se restringe às operações de emissoras de rádio e televisão e imprensa escrita, assumimos a existência do campo da mediatização. Nele estariam contidas realizações de outros campos (em nosso caso, principalmente, campo esportivo e campo midiático) que podem ser tensionadas por assimetrias e constrangimentos em processos interacionais. Nesse sentido, as ações de ambos os campos projetam-se de dois modos: por operações próprias, que evidenciam “rotinas” para leituras de “real”; e pelos contatos promovidos pelas conversações entre os campos através de processos interacionais.

Como o que nos interessa são situações relativas à interações sobre jogo e não a disputa em si, a questão nuclear fixa-se na natureza de processos sociais elevados a um status de referência, mediante a colocação em relevo de estratégias de apropriação e produção de sentidos por múltiplas ações de membros dos campos esportivo e midiático. Assim, nosso interesse de pesquisa recai sobre lógicas de mediatização social em partidas de futebol, referências para o acionamento de múltiplas interações relativas ao jogo. Sobre tais lógicas, não as percebemos como devedoras de ações de empresas de comunicação – via campo midiático, senão expressões de processos interacionais onde se realizam a construção e a circulação de sentidos, podendo (ou não) haver a participação da imprensa esportiva – ainda que muitos desses processos sejam gestados pela mídia.

O escopo são as lógicas interacionais entre jornalistas e torcida, instituição e torcida, entre os próprios jornalistas e entre a própria torcida. As interações são marcadas por lógicas

que colocam indivíduos em comunhão através de interfaces simbólicas ou mesmo tecnológicas. A entrevista, por exemplo, é um das táticas utilizadas pela mídia para atingir sua potencial audiência, na medida em que coloca a fala do entrevistado em circuito de comunicação por onde opera com legitimidade. De outra forma, pela narração o âncora de uma jornada esportiva mobiliza toda uma linguagem própria ao jogo com bordões destinados a atrair o outro para participar do acontecimento midiático. O telão, colocado atrás de uma das goleiras, é suporte tecnológico, mas também meio pelo qual acontece uma aproximação simbólica da instituição com os torcedores.

Desta forma, interessam-nos os contatos entre jornalistas e torcida porque ficam visíveis marcas de interpelação do social pela mídia, momento em que esta se apropria de falas para construir realidades na dimensão do discurso. Sobre as relações entre o Sport Club Internacional e indivíduos, elas evidenciam modos como a instituição atua estrategicamente para manutenção dos vínculos com a torcida e como a própria torcida se comporta na co-fundação dos eventos esportivos; podemos perceber relações entretidas dentro do campo esportivo, ainda que com lógicas de mídia. Já o trabalho em equipe dos jornalistas mostra os bastidores da cobertura jornalística de jogos de futebol. Enquanto que uma visada direcionada às interações entre torcedores percebe seus movimentos para dar inteligibilidade ao ‘real’ presenciado.

Este trabalho divide-se em duas partes. Na primeira iniciamos a construção do lugar: é o momento de uma reflexão concentrada em conceitos, teorias, método, metodologia. Ainda, damos espaço a história do Sport Club Internacional para emergir, com fôlego, o lugar de pesquisa. Já na segunda parte dimensionamos o lugar de pesquisa conforme a coleta de dados no Estádio Beira-Rio. É o momento de analisarmos e descrevermos processos de mediatização social percebidos em partidas de futebol.

PARTE I: A CONSTRUÇÃO DO LUGAR

A realização de um trabalho de campo, com o deslocamento do pesquisador até o lugar onde as coisas acontecem, requer esforços anteriores a esse encontro do olhar com o ‘mundo real’. O dimensionamento das múltiplas realidades, como a de partidas de futebol, está envolvido num processo de estruturação dos movimentos de pesquisa. Há, inevitavelmente, todo um percurso teórico tomado para dar consistência a uma visada que se propõe a dar inteligibilidade a fatos dispersos, mas situados dentro de determinada faixa de ocorrência, em nosso caso, aqueles ocorridos em dias de jogos no Estádio Beira-Rio, em Porto Alegre (RS).

O lugar de pesquisa não é só aquele demarcado para movimentos do pesquisador. Ele emerge em relação com o objeto de estudo, os processos interacionais sobre partidas de futebol do Sport Club Internacional. Assim, está envolvido pelas tomadas de posição no processo de recorte da realidade. Os modos de percebermos como indivíduos interagem à luz do fenômeno da mediatização social estão ancorados na revisão de certa literatura relacionada ao esporte, à mídia, às problemáticas da mediatização e, de modo geral, às relações sociais contemporâneas.

Para que possamos chegar ao ‘lugar dimensionado’, passamos primeiramente à construção do lugar onde visualizamos todo um caminho teórico e metodológico percorrido antes e durante o trabalho de campo. No primeiro capítulo, nossa abordagem recai sobre as relações entre esporte e mídia. São dois eixos de reflexão: um dedicado a analisar como o esporte é agendado e tematizado pela mídia; outro, focado a perceber o esporte como objeto de estudo acadêmico.

O capítulo dois é o momento do acionamento teórico, etapa que dá sustentação a nosso olhar sobre processos sociais no cotidiano. Como a fala é meio pelo qual acontecem enunciações, procuramos compreender como as interações são processadas a partir da colocação da língua em funcionamento. Após, traçamos um caminho para o entendimento da mediatização social como fenômeno que coloca sentidos em circulação não mais e apenas pelo trabalho das mídias, senão por uma mobilização dos atores sociais em direção às mídias. Com isso, enalteçemos a centralidade midiática no agendamento de ações dos campos sociais pela mídia. No item seguinte o foco são os dispositivos de mediatização: a escrita, a oralidade no dispositivo radiofônico e a imagem como próprio dispositivo. Esses dispositivos aparecem como instâncias de mediação das interações em jogos de futebol, pontos estratégicos onde se

dão os contatos entre, por exemplo, a instituição Sport Club Internacional e seus torcedores. Em hiperdispositivos de mediatização refletimos sobre a reunião de dispositivos na interpelação do outro, mediante o uso de táticas que aglutinam saberes e sentidos em meio à presença de suportes tecnológicos para informação. Ao final do capítulo dois, dedicamos a atenção ao autor Erving Goffman; a teoria da representação social marca a constituição de nossa visada em direção a processos sócio-interacionais em partidas de futebol.

No capítulo três entra em cena a etnografia, método utilizado para a pesquisa; discutimos suas particularidades enquanto ferramenta para interpelação à realidade. No item posterior, apresentamos a metodologia para estudo de partidas de futebol no Estádio Beira-Rio. Mostramos como foi nosso posicionamento durante o trabalho de campo para a realização da observação participante.

Finalmente, no capítulo quatro discorremos sobre a história do Sport Club Internacional como caminho à percepção do lugar onde se localiza nosso objeto de estudo.

1 CONTEXTUALIZAÇÕES: O ESPORTE NA MÍDIA

A centralidade do campo midiático (Verón, 1997) e a delegação de legitimidade para que atue nos processos de mediação entre os campos sociais (Rodrigues, 2000 e Esteves, 1998) e destes com a sociedade faz com que os meios de comunicação cumpram tarefas e desenvolvam atividades de produção de sentidos por meio de interpretação, recortes, edições, hierarquizações e angulações. Desta maneira, a mídia, por meio de processos simbólicos, dá significados aos acontecimentos.

Nesse contexto, o esporte é legitimado e dotado de sentido social com o empreendimento de uma linguagem sobre esse campo. Assim, o esporte se constitui a partir de múltiplos movimentos e estratégias do campo midiático para a interpretação dos seus fatos e conseqüente produção de sentidos. Além disso, a mídia passa articular os eventos esportivos e tudo que os envolve, principalmente, na direção das relações entre torcedores e o jogo. Nesta medida, a existência do jornalismo esportivo se configura nas ações específicas da mídia para selecionar e interpretar os principais acontecimentos do campo por meio de uma combinação de falas que emergem dos seus atores.

A tematização do esporte acontece conforme os vários ângulos e olhares que a mídia constrói para, via enunciação, estabelecer vínculos com o público. A presença de outros campos sociais nas construções midiáticas referentes aos acontecimentos do esporte fazem dos espaços dedicados a ele lugares de disputas, porque cada campo social vai buscar uma

afirmação de sua existência via temática esportiva. Portanto, “a cobertura do esporte resulta, então, desta polêmica, deste jogo de vozes, destas injunções polifônicas de todos os campos sociais na luta por notoriedade, visibilidade e legitimação social” (BORELLI e FAUSTO NETO, 2002, p. 65).

As disputas por visibilidade e legitimidade entre os campos sociais via esporte relativiza a autonomia e certa liberdade de trabalho que o jornalismo esportivo tem pelo fato de trabalhar com entretenimento. A imposição de vontades externas ao campo midiático pelas suas fontes para a obtenção de uma visibilidade acarreta a presença de marcas externas às mídias nas suas enunciações.

A mídia tem como função, entre outras, o gerenciamento das disputas que ocorrem entre os demais campos com vistas a influir na sua agenda. Assim, a agenda midiática é afetada pelos constantes movimentos que a sociedade realiza nos campos sociais com estratégias singulares para a sua apropriação. Portanto, conforme Fausto Neto (2002), o agendamento do esporte pelas mídias é fruto de complexas transações que se desenvolvem entre os campos. Esses processos são constituídos por diferentes interesses, agendas e significações, materiais de natureza simbólica.

Os interesses de outros campos pelo espaço destacado que o esporte tem na mídia se devem ao fato de o jornalismo esportivo possuir características próprias que o tornam singular no conjunto das construções midiáticas. Um evento esportivo como Copa do Mundo ou Olimpíadas, por exemplo, tem a capacidade de mexer com a estrutura das mídias. Como é de praxe no jornalismo esportivo, apenas as regras básicas para a interpretação e enunciação dos fatos são seguidas à risca, pois nas matérias dedicadas ao esporte os jornalistas gozam de relativa liberdade para incorporar aspectos do mundo esportivo. Esses elementos podem ser via textos, recursos lingüísticos adotados ou na apresentação e construção das imagens e vinhetas, por exemplo. Tal singularidade se constitui pela forma como as matérias são construídas, se distinguindo do restante das produções jornalísticas.

Entretanto, toda a importância que o esporte tem dentro dos processos e das ações do campo midiático se deve pelas estratégias de apropriação, construção e divulgação dos espetáculos esportivos que a mídia desenvolveu como forma de atrair um maior número de leitores, ouvintes e telespectadores. Exemplo, como lembra Cintra Sobrinho (2004), é a criação de ídolos pela mídia como forma de atrair audiência para as competições. A exposição de atletas como heróis, fomentada pela mídia na opinião pública, cabe como recurso para mostrar as condições que um sujeito deve reunir para alcançar o sucesso e ajuda na identificação da audiência com determinado acontecimento. Isso acontece por uma demanda

social por modelos (referências) de indivíduos que desfrutam de status social privilegiado, o que poderia ser conquistado por qualquer indivíduo desde que siga a cartilha do herói midiático.

A exposição da vida dos atletas fora das competições e o conseqüente acompanhamento de suas rotinas são estratégias que a mídia adota para atrair a atenção do público e, deste modo, ganhar credibilidade como meio que está atento aos fatos, inclusive, àqueles extra-jogo. Essas ações são acionadas para o reforço dos contratos, antes estabelecidos via cobertura de eventos esportivos, com a opinião pública. O assentamento de contratos³ com a audiência tem como base a legitimação que é conferida à mídia em informar e mediar as relações e os processos sociais a partir da re-interpretação das múltiplas realidades para a produção de sentidos.

Deve-se lembrar, contudo, que a intenção da mídia é garantir que leitores, ouvintes e telespectadores terão acesso às suas construções simbólicas. Para isso, realiza negociações com os demais campos para estruturar seus modos de operação, o acesso aos eventos do esporte e as agendas desses campos. Como menciona Cintra Sobrinho (2004), o poder da mídia sobre o campo esportivo e também outros campos ligados ao esporte fica evidente com a realização de práticas como, por exemplo, a adaptação do calendário de uma competição com a grade de programação de uma emissora de rádio ou televisão. “A influência no esporte, principalmente o rádio e a televisão, é tão forte que tem até mudado regras de algumas modalidades” (CINTRA SOBRINHO, 2004, p. 5).

A extensão do campo midiático sobre o esportivo se concretiza pela competência da mídia em avaliar quais ações e processos do campo esportivo devem ser colocados na ordem do dia, pois as conversações que se desenvolvem são pautadas pela oferta de discursos midiáticos. A mídia muda as próprias práticas, instituindo as suas lógicas para que continuem a funcionar na efetivação das construções discursivas.

Nesse sentido, toda uma representação do real é estruturada pela mídia com a meta de construir realidades que inexitem em sua totalidade, isto é, as realidades que a mídia institui com e para a sociedade passam por uma série de filtros, dentre estes os atos de seleção e interpretação do que acontece pela mídia, constituem os principais.

Ou seja, o fato esportivo assume outras significações tão logo é apropriado pela mídia, de modo que o que chega ao destinatário é uma interpretação, com a qual ele pode estar de acordo ou não, mas sua opinião ou a visão que terá será baseada não

³ Segundo Fausto Neto (1995), os contratos de leitura são os meios criados como forma de levar os sujeitos para “dentro” do lugar enunciativo criando a sensação de pertencimento aos sistemas produtivos de discursos.

no realmente acontecido, mas no que lhe foi mostrado, ou no que ele leu (CINTRA SOBRINHO, 2004, p. 8).

A realidade completa de uma disputa no campo de jogo só pode ser verificada pela presença de cada sujeito no local dos acontecimentos. Os atores sociais estarão interpretando o fato de acordo e unicamente com seus princípios e sem o processo de mediação do campo midiático. Com isso, a mídia se apropria das simbólicas presentes em cada modalidade (vôlei, futebol, basquete, etc) para, a partir de um processo de articulação de significados, produzir definições da realidade.

Mesmo que a mídia, a partir de contratos com seus leitores, proporcione mais visibilidade aos esportes de maior apelo popular, a falação que estabelece sobre o campo esportivo é vital para as suas estratégias de conquista da audiência. Programas de esporte têm mais espaço na mídia do que programas de outras editorias, por exemplo.

Conforme Gastaldo (2003) “a apropriação midiática dos fatos esportivos constitui-se em um fenômeno de audiência constante na mídia brasileira, o que revela, se não sua ‘importância’ como tema jornalístico, pelo menos sua relevância como fato social” (p. 3). Deste modo, o esporte constitui-se como prática social que desperta a atenção nas mídias além da competição em si, fato que será melhor abordado a seguir.

1.1 O ESPORTE COMO OBJETO DE ESTUDO

As aparições do campo esportivo não estão restritas à mídia. De outro modo, alargam-se pelo tecido acadêmico, inclusive, como meio para dimensionamento das próprias relações entre esporte e mídia. Independentemente do suporte (impresso, radiofônico, televisivo ou digital, especialmente com a internet), as preocupações voltam-se a diversos âmbitos pelos quais o esporte é instituído no social.

Ainda que as relações entre esporte e mídia estejam no seio do olhar acadêmico mais abrangente, o foco das análises antecede ao atravessamento midiático. De forma alguma se nega o atravessamento da mídia nas relações sociais atravessadas pelo esporte, no entanto, abrem-se possibilidades para pensarmos o esporte a partir de momentos anteriores àqueles próprios a certa construção específica que lhe é dotada para o estabelecimento de um mercado discursivo.

Neste âmbito, ergue-se a problemática da socialização através do esporte. O que ultrapassa uma questão de prática, colocando-se no sentido da aprendizagem. Logicamente, a mídia não passa ao largo desse processo, na medida em que se coloca como âmbito de ensino.

Antes da análise sobre a forma do midiático, a visada aqui se estende mais ao âmbito do conteúdo, como espaço para formação do social. A comunicação emerge como lugar orientador sobre a apreensão social do midiático, como mostra estudo de Marli Hatje. Neste processo, Hatje (2003) considera importante, por exemplo, a promoção de discussões sobre a presença da televisão em aulas de educação física, na medida em que pela televisão novas gerações socializam-se no esporte.

Num tempo em que a imagem converte-se em subproduto da realidade, a televisão emerge como escopo de estudos pelo seu potencial de construção e ofertas de sentidos. A chamada ‘espetacularização do real’ atrai atenções por certo redimensionamento de práticas na instância social de discursos, alicerçados pelo imaginário. Ao não estar necessariamente vinculado a operações de empresas de comunicação, o espetáculo é viés que possibilita a compreensão de modalidades de ação de emissoras de televisão quando o telespectador e o próprio público em geral convertem-se em co-produtores da realidade.

De certo modo, o espetáculo já antecede a uma questão relacionada as ações de televisão, emergindo nas ações de repórteres de rádio e fotógrafos que há cerca de 60 anos invadiam, literalmente, os campos de futebol após a marcação de gols para pegar a palavra do atleta na seqüência de seu ato – prática que hoje é mais comedida, limitando-se ao antes, intervalo e pós-jogo. Pode-se dizer que o próprio entendimento do que seja espetáculo sofre mutações com o tempo e de acordo com práticas que atravessam o campo esportivo. Como mostra Camargo (s.d) o esporte vira espetáculo na mídia brasileira nos anos 60 e 70. Nos anos 80, o marketing esportivo irrompe com a Olimpíada de 1984, enquanto na década de 90 a própria televisão interfere nas práticas esportivas com sua agenda: é o instante em que o espetáculo emerge pela embalagem da imagem.

Essa transcrição do espetáculo, portanto, para outros moldes de ação midiática é evidenciada em estudos que ressaltam a formação de todo um corpo especializado para a cobertura de eventos esportivos. O que foi possível com a maior importância social atingida pelo futebol no país com a conquista de títulos mundiais pela Seleção Brasileira. Ainda sobre a espetacularização, desde os anos 70 estratégias de marketing se inscrevem na formatação de espetáculos e no processo de profissionalização das coberturas esportivas, na medida em que o jogo não se realiza apenas para um público presencial, senão para audiências contidas noutros fluxos de sentido. Passam a haver mudanças na preparação de um acontecimento quando se sabe que ele é filmado. “Quanto ao jogo de futebol, veja-se, por exemplo, a passagem da velha bola de couro cru à bola televisiva xadrez; ou a atenção que os

organizadores dedicam a colocar publicidades importantes em posições estratégicas” (ECO, 1984, pgs. 195 e 196).

A extensão, principalmente, do futebol para a sociedade e a colonização de parte do cotidiano de indivíduos gera falação esportiva. Na escola, na universidade, na mesa de bar, enfim, por todos os cantos há ressonâncias do ante-jogo, repercussões do pós-jogo e toda uma série de falas durante as próprias partidas. Dado esse empreendimento de toda uma linguagem especializada no tema futebol, uma diversidade de estudos atravessa as relações entre esporte e mídia pelo trajeto da falação. Para Marques (2002), o discurso sobre o futebol afasta as pessoas de suas verdadeiras realidades, na medida em que não discutem mais aspectos econômicos ou políticos da vida. Falar sobre futebol representaria um falar sem compromisso, de gerir questões públicas sem a mesma ‘responsabilidade’, cuidados e dilemas que envolvem a política.

A propósito, essa falação decorre em parte do agendamento do esporte por ações midiáticas. Quando o esporte é colocado na agenda da mídia, o próprio esporte passa a ser incorporado no social pelo fato do midiático ser instância que nos dirige de forma estratégica a agenda do cotidiano. O esporte é endereçado pela mídia e torna-se parte da pauta discursiva de cada indivíduo, que mobiliza esforços para dar conta de toda uma falação demandada pelo social. Por outro lado, as falas só circulam no social porque a própria torcida, por exemplo, realiza movimentos que agendam a mídia.

O processo de constituição da agenda não se faz por movimento relacional do campo midiático e do campo esportivo. De outra forma, acontece por acoplamentos de atividades e endereçamentos discursivos de campos como o da política e o econômico com o campo midiático no jogo das negociações que engendram um evento esportivo. Sobre a problemática do agendamento, Fausto Neto (2002) pensa que

“o agendamento de uma certa atividade que se passa na esfera societária não se constitui numa decisão unilateral das mídias, embora estas tenham o poder de fazer a sua agenda. O agendamento decorre de movimentos que a sociedade desenvolve, mediante seus diferentes campos que, a seu turno, constituem suas respectivas agendas, movendo-as nos tabuleiros nas negociações, dos interesses, dos poderes e das ideologias” (FAUSTO NETO, 2002, p. 05).

Para ilustrar o pensamento de Fausto Neto, trazemos como exemplo duas matérias publicadas no dia 25 de outubro de 2010 nas páginas seis e sete do Caderno de Esportes do jornal Zero Hora, de Porto Alegre (RS).



FIGURA 1 – Matérias publicadas mostram atravessamento do campo da política

Nas matérias intituladas ‘O dia do não fico’ e ‘Fim de semana marcado por pressão’ o tema são as eleições a serem realizadas entre novembro e dezembro no Sport Club Internacional. Até aí nada estranho. No entanto, as reportagens enfatizam o atravessamento das relações entre campo esportivo e midiático pela imposição do campo político. Dado o impasse entre dois candidatos da situação à sucessão do então presidente do Internacional Vitório Piffero, a matéria da página seis fala de um churrasco organizado na casa do Deputado Estadual Frederico Antunes. O objetivo de um grupo de políticos ligados ao Internacional era o de convencer Vitório Piffero a concorrer como único candidato da situação nas eleições, evitando assim uma divisão entre os movimentos que compunham a situação no clube. Já matéria da página sete, traz repercussões do encontro na casa do político e declarações de outros parlamentares sobre a situação eleitoral no clube.

Essa situação vem ao encontro do que Fausto Neto (2002) afirma sobre a constituição do esporte como campo tanto internamente como externamente. Para o autor, isso acontece “como decorrência das tensões, disputas e conflitualidades existentes entre os diferentes campos que não só disputam sentidos, mas igualmente poderes” (p. 7).

No contexto do agendamento, cabe destacar, por fim, que as tensões percebidas na formação do campo esportivo podem repercutir no social. Dois estudos apresentados ano passado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Caxias do Sul (RS), evidenciam a problemática das ressonâncias na opinião pública das relações entre campo esportivo e midiático.

Os estudos examinaram o confronto entre Dunga, ex-técnico da Seleção Brasileira, e Alex Escobar, jornalista da Rede Globo, durante entrevista coletiva do então treinador do Brasil na Copa do Mundo de 2010 na África do Sul. Como lembra Guerra (2010),

“Dunga estava no meio de uma resposta quando percebeu o jornalista da Rede Globo, Alex Escobar, balançando a cabeça negativamente. Dunga perguntou qual o problema, ouviu como resposta que nenhum e que não ele, Escobar, não estava se dirigindo a ele. O jornalista acabara de receber uma ligação do companheiro de emissora Tadeu Schimidt e a reação era em relação ao que tinha recebido de informação por celular” (p. 1).

A informação de Shimidt à Escobar a que Márcio Guerra se refere seria em relação à negativa de Dunga em liberar atletas da Seleção para a concessão de entrevistas exclusivas à Rede Globo. Ao responder para Dunga que sequer estava olhando para ele, Alex Escobar foi o pivô de tensões entre os campos esportivo e midiático que começaram com a vociferação de palavrões em tom baixo por Dunga (mas, ainda assim, captadas pelo microfone que estava a sua frente) e “terminaram” com a própria manifestação pública sobre o assunto.

Em seu texto, Márcio Guerra analisa, portanto, as repercussões sociais do confronto entre técnico e jornalista. O pesquisador se apropria de comentários em quatro blogs, um artigo no Observatório da Imprensa e a página de opinião do jornal O Globo de 27 de junho de 2010. Ao reproduzir em seu texto as vozes de torcedores manifestando suas opiniões sobre o caso, Guerra (2010) faz emergir o problema da agenda, na medida em que o tecido social também se coloca como componente organizador das relações entre os campos. O que foi percebido, principalmente, pelo pedido de desculpas do técnico Dunga endereçado aos torcedores brasileiros ao dizer que estes nada tinham a ver com seus problemas pessoais ou alguma outra situação. Aparentemente e explicitamente, o torcedor não está envolvido na questão, contudo, implicitamente fica “explícito” seu papel de, no mínimo, coadjuvante nas relações entre ambos os campos sociais: “o que ficou de todo esse conflito foi que a opinião pública deixou o fato de lado ou utilizou-se do fato para questionar o que tem recebido de informação” (GUERRA, 2010, p. 11).

Já em seu estudo, Andreia de Vasconcellos Gorito tem como escopo, principalmente, o ex-técnico da Seleção Brasileira. Gorito (2010) parte do princípio que Dunga atuava, para além de treinador, como porta-voz da equipe. Em seu trabalho também fica clara a importância do agendamento de rotinas por ações dos campos sociais, ou seja, das afetações geradas sobre os indivíduos. “Dunga não poderia ter perdido o controle diante das câmeras.

Naquele momento ele representava todo um país, que, aliás, tem como características de identidade o “jeitinho” para conduzir as coisas” (GORITO, 2010, p. 10).

Noutra passagem de seu texto evidencia como o agendamento promove deslocamentos de sentidos no social, agendando, por exemplo, todo um repertório discursivo mobilizado nas interações sociais: “O foco das notícias esportivas deixou de ser a atuação da seleção e passou a ser o mau humor do técnico brasileiro. A TV Globo explorou o fato sob todos os ângulos, na tentativa de sensibilizar o público” (GORITO, 2010, p. 10).

Nos dois itens acima realizamos duas aproximações: (a) entre o esporte como campo social na mídia e (b) o esporte como objeto de estudo acadêmico. Nesta, o percurso foi para refletirmos sobre olhares analíticos em direção ao esporte e os eventos esportivos na sociedade. Já na aproximação anterior (a), demos um passo inicial à reflexão mais densa sobre relações entre campos sociais. Agora, avançamos no próximo item sobre outras teorias e conceitos estruturadores de um pensamento direcionado a modos de interação entre indivíduos em sociedade. Abre-se um caminho para uma compreensão do funcionamento de sociedades em processo de mediatização social.

2 ACIONAMENTO TEÓRICO

O estudo de processos sociais a partir da imersão em determinado cotidiano, em nosso caso aquele próprio as partidas de futebol, requer toda uma base teórico-conceitual. A fundamentação se justifica por uma série de fatores, tais como: pertencimento a determinada linha de pesquisa, demandas do objeto, histórico de trabalho do autor e escolhas, estas relacionadas ao próprio processo de enfrentamento de teorias ao longo da caminhada acadêmica.

Com certo foco em estudo anterior nos processos interacionais e em estratégias enunciativas, percebemos que esta base contribuiria para o estudo da mediatização em partidas de futebol. Não só pela multiplicidade de interações percebidas pelo trabalho de campo, mas pelas capacidades enunciativas de indivíduos, principalmente, profissionais da mídia. Uma visada sobre processos interacionais antes de uma passagem pela compreensão da mediatização social evidencia questões colocadas antes da emergência deste fenômeno, isto é, provindas de momentos anteriores a sua instauração. Isso se deve ao fato de que a mediatização é devedora de capacidades sociais de comunicação e interação realizadas, por exemplo, pela colocação da língua em funcionamento pela fala.

De acordo com a linha de pesquisa na qual inscrevemos nosso objeto de pesquisa, propomos certo caminho à compreensão da mediatização como fenômeno social. Longe de procurarmos respostas definitivas às processualidades que o envolvem, apenas nos cerceamos de leituras que possibilitam a construção de uma proposição mais ampla sobre a mediatização.

Nesse contexto, percebemos que a mediatização é devedora de suportes sem os quais sua emergência como fenômeno estaria comprometida. Suportes/bases que funcionam como dispositivos materiais e imateriais para sua instalação no seio social. Por fim, dada as processualidades e peculiaridades que envolvem e permitem o funcionamento de cada dispositivo, chegamos à noção de hiperdispositivo como lugar que reúne as possibilidades mais efetivas de realização da mediatização social.

2.1 PROCESSOS INTERACIONAIS PELA ENUNCIÇÃO

Os processos de inteligibilidade do ‘real’ passam, necessariamente, por operações de articulação dos sentidos. Prática que atravessa ações propriamente midiáticas e abrange o conjunto de indivíduos presentes em partidas de futebol. Nesta medida, o efeito de presença provocado por uma comunicação de ordem estética com o movimento de 23 corpos no gramado independe da instância midiática de construção de sentidos quando a multidão reunida no estádio (incluindo profissionais da imprensa esportiva) coloca-se numa mesma temporalidade, que é aquela da reação às ações, principalmente, dos jogadores.

Quando a enunciação é percebida por uma ótica que transcende realizações midiáticas, ela abrange manifestações individuais e coletivas (cantos da torcida), colocando-se no âmbito das linguagens empreendidas sobre a realidade. Assim, a língua aparece como ferramenta que aglutina percepções em respostas diversas às múltiplas realidades em jogos de futebol.

A orientação do modo de ação dos sujeitos pela língua perpassaria a “obediência” ao contexto situacional do jogo, ou seja, a todo um repertório de sentidos legitimador do cotidiano específico de partidas de futebol. Mesmo nos jogos, e para além de suas especificidades, um sistema lingüístico está enquadrado dentro de regras que permitem a sua formatação para os sujeitos no conjunto das relações estabelecidas na sociedade. Para Bakhtin (1986), “todo sistema de normas sociais encontra-se numa posição análoga; somente existe relacionado à consciência subjetiva dos indivíduos que participam da coletividade regida por essas normas” (p. 91).

A ordem e o estabelecimento das relações entre os campos sociais e destes com o restante da sociedade é imposta, então, pela consciência subjetiva dos sujeitos que conferem à

língua a atividade de regulação dos processos sociais. Para a consciência dos membros de uma sociedade, a língua se apresenta, ainda, conforme o autor, como um sistema de normas fixas e imutáveis. De outro modo, a língua não é estanque e as formas lingüísticas apresentam-se como signos variáveis e flexíveis, pois os atos de enunciação que instituem a língua nas relações cotidianas são geradores de inúmeros sentidos.

A língua está sempre em transformação e sua mobilidade se efetiva na medida em que é fundamentada por enunciados que colocam em cena enunciadores. Um sistema lingüístico está imerso em uma realidade composta por enunciados e que serve às intenções do locutor, o qual coloca a língua em ação. Nesse sentido, o locutor não prima pela importância das normas ou regras da língua. A preocupação é com as significações que pode gerar nos diferentes contextos de compreensão em que estão colocados os sujeitos, pois, como lembra Benveniste (apud FLORES e TEIXEIRA, 2005), a língua é o sistema pelo qual uma comunidade está exposta.

A língua está vinculada a contextos de enunciação e compreensão e, desse modo, sua construção tem como base o sentido da enunciação da fala. As palavras são carregadas de conteúdos e são vistas como um todo em que determinadas situações desencadeiam modos particulares de compreensão. Cada palavra age como elemento único e que pode figurar em contextos distintos onde a compreensão dos sujeitos não se efetua de modo passivo. O ato de interpretação e assimilação de uma enunciação já se coloca como uma resposta do interlocutor, pois introduz o objeto da compreensão em um novo contexto.

As linguagens utilizadas pelos indivíduos em jogos de futebol apresentam-se como extensão de um 'real' fluído, podendo gerar inúmeros efeitos pela multiplicidade de percepções sobre uma mesma situação, por exemplo. Isso ocorre por processos que enquadram a realidade no mundo da linguagem e dos significados, cada qual ligado a um contexto particular de interpretação que, como refere Bakhtin (1986), vai determinar os sentidos das palavras. Desta maneira, os discursos ofertados são introduzidos em contextos possíveis que estão intimamente ligados às significações possíveis. O sentido de um discurso para um sujeito pode ser diferente para outro e esta diferença está relacionada aos modos particulares como cada membro de uma comunidade percebe aquilo que lhe é externo – até o momento de sua apropriação para (re)construção no âmbito da linguagem.

Compreender os sentidos em jogo exige, portanto, que os sujeitos tenham conhecimento da língua utilizada na comunidade em que estão inseridos. Nesse sentido, a fala aparece como objeto concreto da materialização das intenções. O ato de fala remete ao sentido amplo do que se quer dizer por intermédio da ordenação de um conjunto de palavras. Falar é

não apenas colocar a língua em funcionamento a partir do diálogo, mas colocar em cena dizeres através da enunciação.

A enunciação surge como consequência da apropriação da língua pelo locutor e de suas necessidades em se comunicar com o universo de interlocutores. Portanto, a enunciação deriva da interação dos sujeitos que estão socialmente organizados em campos sociais. A centralidade da mídia e sua função de legitimação social fazem da enunciação midiática um mecanismo de força para a articulação das vozes de outros campos do saber.

Com isso, a figura do locutor é determinante no ato de enunciação, pois cabe a ele dar voz aos campos sociais. “O locutor é apresentado como o ser responsável pela enunciação. Isto é, alguém a quem se deve imputar a responsabilidade pela produção do enunciado. É ao locutor que remetem as marcas de primeira pessoa contidas no enunciado” (DUCROT apud FLORES e TEIXEIRA, 2005, p. 65). Desta forma, o locutor aparece sob duas perspectivas: no nível do dizer (responsável pela enunciação) e como sujeito (que é origem do enunciado e proclama as vozes e sentidos como ser empírico).

As representações que as enunciações oferecem são múltiplas e participam dos contextos particulares de assimilação das mensagens pelo interlocutor. Assim, a figura do enunciator também constitui a enunciação e aparece sob a forma das imagens oferecidas pelas vozes que surgem nos enunciados.

Conforme Benveniste (apud FLORES e TEIXEIRA, 2005), a enunciação pode ser resumida à prática de se colocar a língua em funcionamento por um ato individual de utilização, pois o aparelho formal da enunciação é determinante no uso da língua. Enunciar significa se apropriar da língua e transformá-la em discurso para a concretização dos desejos de quem fala. A situação de discurso é construída pelo enunciado, fazendo parte do seu sentido. Neste processo, a língua ganha significados e atua como “motor” para o estabelecimento das funções e relações que se desenvolvem no cotidiano. A mobilização e a apropriação da língua possibilitam, ainda, que o locutor estabeleça relações com o mundo via discursos.

O aparelho da enunciação funciona, portanto, como um dispositivo para que a língua possa ser colocada em funcionamento, isto é, um meio pelo qual se transforma a língua na fala, desencadeando uma situação de discurso. É pela enunciação que a língua ganha subjetividade e apresenta-se como repertório de simbólicas geradoras de sentidos. Antes da enunciação, a língua é apenas possibilidade de língua; depois da enunciação, a língua é elevada à categoria de discurso, como fala geradora de outras enunciações.

A apropriação da língua pelo locutor promove sua aparição no discurso, dado o acionamento de dispositivos para a construção discursiva, ou seja, o locutor no momento em que fala já está introduzido em sua fala. Contudo, a linguagem, como condição para a existência humana, é sempre direcionada a alguém, ao outro.

Não seria demasiado afirmar que, nos jogos de futebol, o outro aparece na enunciação de dois modos: como interlocutor em situações de diálogo e, literalmente, como sujeito quando é o escopo de uma enunciação sem – o que poderíamos chamar de – *feedback*, como nos momentos em que o torcedor incentiva o time ou determinado atleta, esbraveja com as marcações da arbitragem ou reclama da atuação de seu time ou jogador em específico.

Nesse contexto, o propósito de estar com os outros possibilita o estabelecimento de conversações, inclusive, sobre as próprias manifestações individuais dirigidas aos sujeitos no gramado. No jogo das vozes, que inicia antes do começo da partida, acontecem as trocas simbólicas que permitem a instalação de conversações no estádio de futebol. O estabelecimento da conversação acontece com a troca de palavras em dupla direção, pois a produção de um enunciado em uma situação de diálogo tem, em consequência, uma resposta em potencial por quem recebe a mensagem. No entanto, as conversas não se restringem apenas à troca de palavras. Outros modos de expressão também fazem parte do universo das trocas simbólicas como, por exemplo, os gestos ou as expressões faciais.

Nesse sentido, as trocas simbólicas são resultado de esforços de cooperação no diálogo estabelecido, isto é, reconhece-se a finalidade do discurso alheio e tenta-se, dessa forma, buscar a sua compreensão. No processo de conversação, algumas questões se impõem: pertinência, o dizer explícito e/ou implícito e a eficácia. Tais fatores permitem que o locutor articule os enunciados conforme seus propósitos.

A pertinência aparece como forma para o locutor se fazer pertinente no que diz e, ainda, obter um maior efeito sobre a audiência. A enunciação está intimamente ligada aos propósitos de pertinência e se valida a partir da colocação desses propósitos no ato de enunciar. Portanto, as conversas funcionam em diferentes sistemas de pertinência; o que é pertinente em uma pode não ser na outra. Por isso, os contextos de produção e recepção são determinantes do nível de pertinência que cada situação exige.

À questão da pertinência está relacionado o aspecto do falar explicitamente ou implicitamente o que se quer dizer. Conforme Braga (1994), “um enunciado conversacional conterá tantos níveis (explícito e implícitos) quantas pertinências às quais o locutor deve obedecer (ou quer obedecer) em função de seus fins conversacionais” (p. 26). Dessa forma, uma série de recursos lingüísticos é colocada em cena para se tornar explícito o que está

implícito, mas não foi dito de forma explícita pela pertinência. Com efeito, a implicitação emerge como recurso conversacional permitindo, segundo o autor, integrar pertinências contraditórias. A escolha pelo implícito se justifica pela preocupação do locutor com a eficácia do que quer transmitir, pois os sujeitos fazem parte do mesmo conjunto de trocas simbólicas.

A conversação é eficaz conforme os objetivos e características da circunstância em que se realiza. Mas ela apenas se torna efetiva quando há essa convivência entre os sujeitos envolvidos pelas falas. “Emprego a palavra “convivência” no sentido de relação estabelecida entre pessoas que partilham um saber, e que podem se apoiar nesse saber partilhado para desenvolver uma troca de palavras (ou gestos e olhares)” (BRAGA, 1994, p. 27). Desta maneira, a convivência propicia que a conversação se realize de forma dinâmica, pois as relações sociais compõem o domínio das trocas simbólicas. É certo que, na torcida de um mesmo time, as interações sociais desdobram-se de modo dinâmico e um tanto fluído, na medida em que a convivência impera como condição à situação de co-presença entre indivíduos, que representam um mesmo papel social, o de torcedor.

Com isso, percebe-se que a conversação se instala a partir do diálogo entre, no mínimo, duas pessoas que estão sob a influência de dispositivos conversacionais, os quais delimitarão os modos de ação de cada sujeito. Dessa forma, a interação entre locutores e interlocutores se estabelece a partir dos movimentos tomados em situações de diálogo.

A interação verbal está constituída pelo diálogo, pois ele está inserido em todas as formas de comunicação verbal. Mas, essa interação só ocorre pela colocação da língua em funcionamento a partir da fala em um contexto conversacional. Portanto, a interação verbal se constitui como fenômeno social para o funcionamento da língua via processos de enunciação. Conforme as situações de produção de sentidos e os processos relacionais, a interação verbal é acompanhada e também serve como acompanhamento de expressões de caráter social que estão ligadas às manifestações não-verbais. Assim, os modos com que cada sujeito se relaciona com o mundo estão compostos por atos verbais e não-verbais.

A expressão individual é a representação do interior de cada ator social, pois reflete seus desejos, intenções, gostos, pensamentos, etc. Como refere Bakhtin (1986), é a expressão que organiza a atividade mental e a orienta, na medida em que os comportamentos exteriorizados são nada menos que a materialização do que está no interior de cada um. A consciência é a orientação humana e social dos sujeitos, constituindo-se como território para ação dos mesmos nos relacionamentos do dia-a-dia. Desse modo, atua como mecanismo que promove os movimentos exteriores e as possibilidades de expressão.

Nesse sentido, a enunciação é produto das necessidades enunciativas de indivíduos que buscam exteriorizar sua atividade psíquica para estabelecer uma interação com as situações que se apresentam. Novamente, são os múltiplos contextos, isto é, os acontecimentos e suas implicações, que determinam a enunciação, a saber, suas condições de efetivação. A complexidade do processo relacional está posta, entre outros aspectos, pelas condições contextuais de produção de sentidos e pelo comportamento de cada integrante desse processo. Os próprios participantes do processo comunicativo determinam a estrutura das enunciações no jogo da interação.

A enunciação é uma atividade de cunho social e voltada para o social. O ato de enunciar é utilizado como ferramenta para a construção e instituição de sentidos que podem gerar novos contextos a partir dos quais foram produzidos. A multiplicidade de contextos e sentidos engendrados neles propicia que os fatos sejam apropriados pelos atores sociais, que no processo de comunicação entram em cena para gerar novos significados. Com isso, a enunciação aparece como produto das interações sociais.

O jogo da interação é complexo e possibilita que a comunicação seja realizada em níveis diversos de significação pela promoção de múltiplas formas e sentidos. A complexidade da comunicação e das relações em sociedade podem ser definidas pelo fato de que cada sujeito tem a capacidade intelectual de organizar as suas ações e se expressar conforme sua atividade mental.

Os processos de comunicação são internos aos campos sociais, entre eles e deles com a sociedade. A linguagem específica de um campo do saber, quando realizada em termos técnicos, se restringe ao âmbito interno. Essas especificidades de cada campo despertam necessidades de comunicação com os contextos externos às suas fronteiras que se colocam diariamente. Assim, desenvolve-se um processo que busca o estabelecimento de relações apoiadas no uso de simbólicas comuns ao conjunto das vivências em sociedade.

No entanto, a ocorrência dessas relações está permeada por fatores que constituem as diferenças existenciais de cada membro do processo relacional. A comunicação só se efetiva com as relações entre os sujeitos, as quais só se tornam possíveis a partir do compartilhamento de regras e códigos que estruturam o funcionamento da sociedade e das próprias relações. Portanto, a interação possui um conjunto de normas que lhe são próprias e, desta maneira, exteriores aos indivíduos.

O sujeito está inserido em sistemas de relação e deve procurar se adaptar às ações que transcorrem em cada um desses sistemas, pois, segundo Winkin (1998), “esses sistemas funcionam segundo uma lógica que pode ser formulada em termos de regras, à maneira das

regras constitutivas da linguagem” (p. 111). Conforme o autor, os sistemas aos quais os sujeitos se inserem podem ser conhecidos como: interações, família, instituições, grupos, sociedade, cultura. O funcionamento da sociedade acontece, então, a partir das relações diárias que os sujeitos acionam para constituírem-se como participantes ativos dos processos interacionais.

2.2 UM CAMINHO PARA VISUALIZAR A MEDIATIZAÇÃO

O desenvolvimento da problematização do objeto esteve e está envolvido pelo processo de estudo sobre o conceito de mediatização que evoca certa diversidade de percepções das marcas do fenômeno. Para uma visualização mais clara de suas marcas, procuramos costurar aquelas perspectivas que apontam para o entendimento daquilo que configura esta nova ambiência. Para Pedro Gomes (2006), por exemplo, a mediatização em sua complexidade remete-nos a pensar no surgimento de um novo modo de ser no mundo. “Estamos em uma nova ambiência que, se bem tenha fundamento no processo desenvolvido até aqui, significa um salto qualitativo, uma viragem fundamental no modo de ser e atuar” (p. 113).

Pensar as processualidades que envolvem a mediatização torna-se relevante justamente para entendermos esta nova ambiência e os movimentos que, uma vez engendrados, caracterizam esse fenômeno. Naquela dimensão constitutiva de nosso objeto em que o atleta comemora o gol para as câmeras, o novo modo de ser e atuar emerge e suscita a compreensão das articulações existentes nas interações, então, ‘mediatizadas’ – retomando aqui o aspecto da constituição da sociedade pela mídia (Gomes, 2006), enquanto desdobramento de operações e processos midiáticos que, uma vez alargados pelo tecido social, são tomados como referências (Braga, 2006) para o estabelecimento e posterior desenvolvimento de interações.

Na esfera de nossas reflexões, nossa problemática situa-se e revela-se como complexa nas palavras de Gomes (2006), que diz:

“Agora temos um teatro de arena, onde não mais se pode falar de palco e platéia, pois é impossível pensar uma realidade sem palco, uma vez que ele tomou tudo. As pessoas não distinguem mais a sua vida separada do palco, sem ele. Se um aspecto ou fato não é mediatizado parece não existir” (p. 121).

O reflexo mais claro daquilo que está sendo conceituado como mediatização social pode ser expresso pelas duas palavras (mencionadas acima) que postas lado a lado revelam um traço consensual sobre o que seja este processo em curso: ‘nova ambiência’. É esta configuração social contemporânea que mostra o quanto complexa é a vida em sociedade. Neste contexto, pensamos a partir de Verón (1997) que a nova ambiência está configurada, seguindo Gomes (2006), em um teatro de arena. Assim, imaginamos a seguinte configuração social:

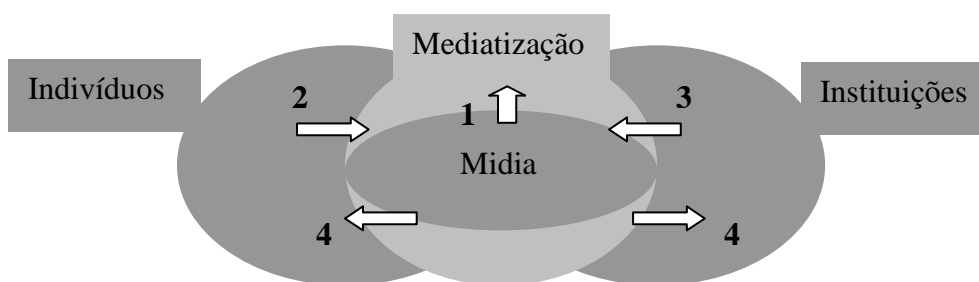


FIGURA 2 – Configuração da mediatização social

Conforme nosso modo de perceber o fenômeno em sua complexidade, (1) a mediatização social seria o processo alargado para além da presença e operação da imprensa por meio de organizações empresariais de mídia (como televisão, jornais, rádios e sítios noticiosos); (2) os indivíduos estariam voltados ao “teatro de arena” onde se desenrolariam os processos interacionais de referência; (3) as instituições voltariam suas ações ao teatro buscando o reconhecimento social; (4) e, por último, a mediatização seria o processo em pleno desenvolvimento espalhando-se pelas fronteiras do social.

Dentre tais reflexões, acionamos Braga (2006) com a sua idéia central da ‘mediatização como processo interacional de referência’, o que contribui para a visualização do novo de ser no mundo, na medida em que este ser participa de processos sociais que, na perspectiva do autor, se desenvolvem segundo as lógicas do processo interacional referente.

Nesta medida, o fato de um processo ser a referência, inevitavelmente, acarreta, de acordo com Fausto Neto (2006), em uma transversalidade de modo relacional que perpassa as fronteiras dos campos sociais. Assim, “a mediatização por ser um fenômeno que transcende aos meios e as mediações, estaria no interior de processualidades, e cujas dinâmicas tecno-discursivas seriam promovidas a partir de suas próprias lógicas [...]” (FAUSTO NETO, 2006, p. 10).

Desse modo, a fala de Fausto Neto (2006) vai ao encontro de nossas preocupações de pesquisa, na medida em que nosso escopo recai sobre lógicas de mediatização social em partidas de futebol. O fato de presenciarmos a expansão de um fenômeno pelo tecido social, para além das fronteiras entre campos sociais, permite que a projeção da mediatização como processo transversal possa ser trabalhada num âmbito metodológico. Assim, podemos partir para um mapeamento de indícios emergentes no empírico para o estabelecimento de relações que atravessam práticas dos campos esportivo e midiático.

Quando Goffman (1985) discorre sobre a representação do eu na vida cotidiana, logo pensamos que, teoricamente, os corpos sociais deixam à vista para as platéias (da qual também fazem parte, no sentido de “equipe” – proposto pelo autor – que se relaciona com outra que encena) *modus operandi* próprios, evidenciando fachadas onde a “representação” torna-se explícita. Entretanto, dada a transversalidade da mediatização, parece-nos que irrompem pela linguagem sentidos que tornam tênues os limites marcadores de posições sociais dos indivíduos. Na percepção de dinâmicas tecno-discursivas por lógicas de mediatização social, poderíamos, portanto, apreender apropriações de sentido reveladoras do imbricamento de gramáticas perpassadas por simbólicas próprias a cada tribo social.

Nesse sentido, os apontamentos de Boutaud e Verón (2007) sobre gramáticas de reconhecimento nas esferas da produção e recepção colaboram no âmbito da circulação de sentidos pelos tensionamentos entre campos sociais – saindo duma perspectiva circunscrita a produtores e receptores – evidenciados através de discursos e linguagens. Se na perspectiva dos autores a recepção se reconhece como tal pelas lógicas que estruturam operações de mídia, de outro modo, acreditamos que lógicas de mediatização social possibilitariam a inserção de produtores e receptores numa mesma ambiência de compartilhamento de sentidos. De acordo com os autores, “[...] una pluralidad de gramáticas de reconocimiento parece operar en el marco de un contrato de comunicación presupuesto por el lazo estabilizado y regular entre un médio y sus consumidores” (BOUTAUD e VERÓN, 2007, p. 04). Avançando, para além de contratos firmados, processualidades de mediatização colocariam em cena processos interacionais de referência, donde, por vezes, dissolver-se-iam produtores e receptores para emergirem indivíduos com modos de ação peculiares a ambiência que promove seus deslocamentos em relação às posições “inertes” que ocupam.

A noção de ‘contrato’ não perpassa questões de pesquisa, no entanto, nos é bem-vinda pela potencialidade do conceito naquilo que projeta para apropriações. Ainda que Fausto Neto (2007) traga para os debates sobre mediatização os fluxos de sentidos estabelecidos entre jornais e leitores sob a eminência de contratos de leitura da mídia, suas considerações são

válidas pelo deslocamento de visada que possibilita ao abordar questões como ‘localização’ e ‘reconhecimento’. Alargada, a proposição do “‘contrato’ enquanto ‘espaço’ de localizadores e operadores que, apanhados junto ao próprio mundo do usuário, poderiam servir como operações que produziram os chamados efeitos de reconhecimento” (FAUSTO NETO, 2007, p. 14) permite conexões com nosso estudo na medida em que, ao que parece, a mediatização institui processos de co-gestação e co-participação na produção de sentidos, “embaçando” pólos estanques que situam produtores e receptores. Desse modo, uma gama de processualidades não apenas coloca sentidos em circulação, senão localiza indivíduos em determinado fenômeno compreendido (também) por operações de reconhecimento social.

As ações individuais e coletivas estariam atravessadas por técnicas que expressam comportamentos singulares à ambiência, situando-os em dimensões características, por exemplo, do acoplamento de campos sociais. Na mediatização, uma razão técnica (Barbero, 2004) se expressaria por tendências, contidas em operações de leitura, apreensão e apropriação da realidade. Para o autor “en la sociedad actual la tecnicidad es un sistema cuyas dinámicas globalizadas y globalizadoras producen aún diferentes tendencias” (BARBERO, 2004, p. 25).

Nesse contexto, o novo modo de ser no mundo estaria caracterizado por saberes disseminados pelo tecido social e expressados por novas simbólicas, que trariam em seu bojo marcas de processos midiáticos. Assim, movimentos percebidos no micro tendem a expressar ocorrências a nível macro; segundo Braga (2009), “as interações ocorrem sempre “pré-moldadas” pelos processos sociais mais amplos em que se desenvolvem” (p. 2). Dada a capacidade do alastramento de lógicas midiáticas pela sociedade a ponto de serem apropriadas como referências de mundo, a mediatização coloca-se como elo entre esses níveis pelas ressonâncias de ações engendradas socialmente. Desse modo, pode propiciar a percepção de transformações manifestadas individual ou coletivamente.

Mutações em práticas como as da política, anotadas por Barbero (2004) em relação a seu acoplamento com o midiático e resignificação de suas representações com modos de se fazer política racionalizados para exibição de atores paralela a dissolução de ideologias, são percebidas no campo esportivo. Apropriando-se das indicações do autor em relação à política, a afetação na preparação e disposição de um evento – como jogos de futebol profissional – quando se sabe que ele será filmado (Eco, 1984) introduz mudanças no social devido a “la reconfiguración de las mediaciones en que se constituyen sus modos de interpelación de los sujetos y representación de los vínculos que cohesionan una sociedad” (BARBERO, 2004, p. 31). Essa interpelação dos indivíduos por alterações em modos de se fazer política é percebida

no campo esportivo por articulações de sentidos promovidas pela instituição⁴, que maneja estratégias para o reforço de contratos com seu público.

Como dissemos acima, um evento midiático – com profissionais da imprensa destacados para sua cobertura – é dotado de particularidades em sua estruturação. Com a mediatização social e a apropriação de lógicas midiáticas por instituições sociais, ações de mediatização não se restringem a operações de mídia, senão atravessam o próprio funcionamento de instituições, o que se evidencia em parte de suas práticas. Desta forma, uma dessas lógicas que transcreveria meios de comunicação (jornais, rádios e televisão) em lugares para o reconhecimento social de indivíduos é incorporada por instituições que procuram trazer seus públicos para “dentro de si”, fazendo com que indivíduos reconheçam-se através de suas atividades – tanto da instituição quanto das que apresentam.

Nesse processo parece-nos que há, portanto, o acoplamento entre linguagens dadas e novas formas de comunicação; à engrenagem com normas, saberes, regras, valores, etc. legitimadores de uma instituição social somar-se-iam necessidades comunicacionais que ultrapassam a linguagem, nos termos de Braga (2009), “enquanto código disponível para o exercício de interações sociais (colaboração ou conflito)”, (p. 11). De acordo com o autor, o desenvolvimento de pressões transformadoras sobre a linguagem, que geram novas linguagens, seria devedor de necessidades interacionais. Retomamos Barbero (2004), acreditando que isso se deve à configuração de um ecossistema comunicativo em que tecnologias operariam no marco de novas possibilidades comunicacionais devido as suas potencialidades de uso, proporcionando uma hegemonia do som e da imagem.

“Si la revolución tecnológica há dejado de ser una cuestión de médios, para pasar a ser decididamente una cuestión de fines, es porque estamos ante la configuración de un ecossistema comunicativo conformado no solo por nuevas máquinas o médios, sino por nuevos lenguajes, sensibilidades, saberes y escrituras, por la hegemonia de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica, y por la reintegración de la imagen al campo de la producción del conocimiento” (BARBERO, 2004, p. 36).

Para Verón (2000), processos comunicacionais contemporâneos atravessados por suportes tecnológicos revelam a complexidade da circulação de sentidos⁵, que pode ser

⁴ Em ‘Comunicação é aquilo que transforma linguagens’, Braga (2009) pensa que “uma aproximação entre instituições sociais e linguagem parece ser uma necessidade prévia para pensarmos nosso âmbito de questionamento comunicacional” (p. 2). Essa perspectiva denota, portanto, possibilidades de extração de indícios de mediatização social a partir de nosso trabalho de campo junto a instituição Sport Club Internacional, que seria considerada, nos termos do autor, uma “instituição intermediária”. Para Braga (2009), as “grandes instituições” seriam a família, a religião, a escola e o estado, por exemplo.

⁵ “Para el observador de un proceso de comunicación dado en un momento dado, la circulación no puede ser otra cosa que la diferencia entre la producción y el reconocimiento” (Verón, 2000, pgs. 129 e 130).

percebida pelo observador na diferença entre a produção e a recepção. O autor destaca que a existência desses suportes possibilita a emergência de modalidades diversas para comunicação coletiva. A complexidade enunciada por Eliseo Verón é também indicada por Carlón (2004), que, inclusive, exemplifica essa perspectiva pela presença de telões em estádios; fato que produziria complexas operações de produção e reconhecimento num mesmo espaço físico.

O cotidiano específico de partidas de futebol irrompe pela circulação de sentidos realizada em múltiplos dispositivos comunicacionais. Independentemente da presença de ferramentas tecnológicas para comunicação, a mediatização social deve ser percebida como fenômeno que incorpora regras e estratégias. Suas processualidades estabelecem fluxos de sentido devedores do cenário no qual relações humanas engendram determinado acontecimento em sua especificidade. De acordo com Bourdieu (1990), as regras estariam constituídas a partir dois princípios: como “tipo jurídico ou quase jurídico, mais ou menos conscientemente produzido e dominado pelos agentes, ou um conjunto de regularidades objetivas que se impõem a todos aqueles que entram num jogo” (p. 79). Entretanto, o autor recomenda que se deva recorrer a um terceiro sentido, “o de modelo, de princípio construído pelo cientista para explicar o jogo” (idem).

Se o terceiro sentido proposto pelo autor leva-nos a uma questão metodológica, de posicionamento do olhar “objetivo” para explicar determinada realidade conforme suas singularidades, as duas outras noções de regra conduzem-nos a perceber, numa sociedade em mediatização, as regularidades em funcionamento. Ainda que as regras sejam essenciais na engrenagem social, o fenômeno da mediatização solicita um olhar para além delas, colocando-se sobre processos que ultrapassam as regularidades.

Com isso, a mediatização social pode ser percebida por estratégias, porque, enquanto processo incompleto, não se satisfaz com a ordem das coisas (numa espécie de orquestração pelas regras). De outra maneira, suas processualidades estão numa ordem do fazer conforme, “ou seja, o senso prático, ou, se preferirmos, o que os esportistas chamam de “sentido do jogo”, como domínio prático da lógica ou da necessidade imanente de um jogo, que se adquire pela experiência de jogo e que funciona aquém da consciência e do discurso” (BOURDIEU, 1990, p. 79).

Até aqui, quando remetemo-nos a palavra jogo, pensamos em partidas de futebol – o instante anterior (a partir da abertura dos portões do estádio), durante e depois (com a realização de entrevistas coletivas) das disputas entre duas equipes no gramado. No entanto, quando pensamos na circulação de sentidos no campo esportivo, por exemplo, o ‘jogo’,

enquanto extensão do homem, segundo Macluhan (1984), transcreve-se em estratégias para a leitura de determinado evento esportivo. Em partidas de futebol, a imprensa, os torcedores e a instituição Sport Club Internacional são os jogadores que engendram sentidos e simbólicas sobre as disputas, dando inteligibilidade a um 'real' dentro de suas especificidades de ocorrência. Desta forma, cada uma dessas três "equipes" não se subordina às regularidades do acontecimento esportivo, senão posiciona-se estrategicamente para fazer valer sua voz: "isso supõe uma invenção permanente, indispensável para se adaptar às situações indefinidamente variadas, nunca perfeitamente idênticas" (BOURDIEU, 1990, p. 81).

Não é exagero afirmar que a mediatização pode ser encarada como um jogo. Para além de certa utilidade metafórica, a correspondência deste fenômeno social com uma prática social instituída nas suas mais variadas formas possibilita a emergência de lógicas indicadoras da necessidade do sentido do jogo pelos seus participantes. Assim como atletas numa partida estão subordinados à regras do futebol, porém, dentro destas executam movimentos com base em estratégias e táticas para vencerem uma disputa, indivíduos de diversos campos sociais cooperam na instituição da mediatização social como fenômeno que coloca em cena – e à base de múltiplas técnicas – interações, linguagens e tecnologias.

Nesse contexto, visualizamos a mediatização enquanto jogo, na medida em que

"pode-se falar de jogo para dizer que um conjunto de pessoas participa de uma atividade regrada, uma atividade que, sem ser necessariamente produto da obediência à regra, *obedece a certas regularidades*. O jogo é uma necessidade imanente, que é ao mesmo tempo uma lógica imanente. Nele não se faz qualquer coisa impunemente. E o sentido do jogo, que contribui para essa necessidade e essa lógica, é uma forma de conhecimento dessa necessidade e dessa lógica" (BOURDIEU, 1990, p. 83).

Portanto, fica mais evidente que a mediatização é lugar eminentemente do sentido, nas suas diversas formas. Por um lado, dos sentidos em circulação que colocam em comunhão atores sociais de campos sociais distintos a partir de simbólicas específicas, como no caso da realização de partidas de futebol. Por outro, a mediatização é lugar do sentido do jogo, arena onde atores em comunhão simbólica – mais ajustada conforme as equipes das quais fazem parte – evidenciam lógicas contemporâneas de comunicação, a partir de atos enunciativos devedores da mobilização da língua, operada pela fala ou mesmo pela escrita.

Para finalizar, esse sentido de jogo – ou sentido da mediatização – realizar-se-ia por indivíduos, contudo, não estaria vinculado, necessariamente, às suas ações, podendo ser projetado pela ação de uma instituição, por exemplo. De todo modo, isso parece corresponder ao desejo de entrada num espaço de reconhecimento público pelos pares que exercem a

mesma atitude ou, ainda, num âmbito individual, de apropriação de sentidos para saída da multidão, isto é, do anonimato com o desejo de feedback pela mesma.

2.2.1 A centralidade midiática

O estudo dos campos sociais, do campo midiático e das conexões entre eles se torna necessário, pois em partidas de futebol os campos sociais estão presentes para além do campo midiático, detentor de certa centralidade nos processos sociais. De certo modo, irrompem pelo atravessamento no próprio campo midiático, tornando possível a percepção de suas existências simbólicas; mais que isso, também emergem pelos atores sociais, pertencentes a campos sociais diversos, mas que, conforme os papéis sociais em dias de disputa, diluem as fronteiras entre esses campos.

Assim, pode-se dizer que há todo um jogo de interesses entre os campos sociais que vêem a mídia como um meio estratégico para a autopromoção e exposição de idéias, uma forma de mostrar a sua importância ou, pelo menos, se fazer conhecido. Com efeito, as lógicas de funcionamento de cada campo podem ser internas ou externas. Às questões do exterior, leiam-se os processos que relacionam determinado grupo com os demais. Ações que só podem ser efetivadas no meio social a partir de contatos e das relações de interdependência entre esses grupos.

O que move um campo social e, por conseqüência, quem pertence a cada um deles, é o capital – não como valor monetário, mas como valor simbólico que constitui e define cada corpo social. “O território de um campo constitui-se a partir da existência de um capital e se organiza na medida em que seus componentes têm um interesse irreduzível e lutam por ele. Capital, conceito-chave neste modelo, só é definível a partir do campo” (BERGER, 1998, p.21). Segundo a autora, os valores de um campo não valem como “documento” para ingressar em outro domínio da experiência, no entanto, “não significa que o capital de um campo não funcione como “mérito” em outro” (1998, p.21).

A prerrogativa para que um campo disponha de capital é a posse de competências específicas para ter um domínio sobre determinada área de conhecimento. Nesta medida, cada corpo social determina a importância e o espaço dos campos sociais na sociedade. Porém, para que tal fato torne-se concreto, surge a necessidade de uma legitimidade, que, conforme Rodrigues (2000):

adquire-se, não através da transmissão de uma sabedoria, mas pela aquisição de uma disciplina, no duplo sentido do termo, o do saber discursivamente formulado, e o de

uma hexis ou um ethos; espécie de hábito adquirido, ao longo da formação, que habilita os seus detentores para o exercício competente de uma profissão, das decisões, dos gestos e das atitudes adequados à intervenção num determinado domínio da experiência (2000, p. 191).

Nesse sentido, a conquista de legitimidade é um processo complexo que envolve fatores como, por exemplo, o comportamento – como indivíduo que pertence a um corpo social, um discurso peculiar e um domínio sobre determinado conteúdo e prática que requerem habilidades especiais adquiridas ao longo de uma formação teórico-empírica. A obtenção de um reconhecimento e de uma legitimidade faz, portanto, que um campo detenha um capital peculiar, condizente com suas idéias e concepções de mundo, para enunciar regras e propósitos que devem ser observados.

Integrar um domínio específico da experiência significa ter competências para tal, produzindo seus próprios sentidos. “Assim como cada campo caracteriza-se por deter um determinado capital, a cada capital corresponde um determinado discurso” (BERGER, 1998, p.23).

Por sua vez, o discurso de cada campo propicia a criação de uma identidade e de uma autonomia, pois dispõe de atributos e de funcionalidades para a regulação de suas ações.

Cada um dos domínios autonomizados da experiência passa a ser constituído como um campo autônomo, dotado de legitimidade para criar, impor, manter, sancionar e restabelecer os valores e as regras, tanto constitutivas como normativas, que regulam um domínio autonomizado da experiência (RODRIGUES, 2000, p. 191).

O campo é dotado de uma competência para gerir as suas atividades e reorganizar seu funcionamento quando necessário. As relações e os vínculos entre os campos ocorrem à medida em que cada um dispõe de uma simbólica própria que garanta o seu reconhecimento. Entretanto, deve-se relativizar o conceito de autonomia, pois se vive numa sociedade onde as diferentes mecânicas de funcionamento dos campos se cruzam e existem interfaces: “A idéia de autonomia, porém, não implica isolamento e precisa ser atualizada constantemente, em função da própria dinâmica social que essa mesma modernidade implica” (HEBERLÊ, 2004, p.4).

Autonomia, portanto, é uma prerrogativa para a imposição de normas e valores. Como cada campo social trabalha com elementos simbólicos e pragmáticos, assegurando sua visibilidade pública, isso acaba gerando tensões entre eles.

Um campo é, então, um espaço de choques, seja pelo esforço em conservar determinada idéia ou situação (*status*), seja pela luta por subvertê-la. O potencial que cada agente possui no jogo de forças é o seu capital. Com ele é que ocorre a disputa

pela conservação ou transformação, de acordo com os interesses que os diferentes agentes defendem (HEBERLÊ, 2004, p. 4).

Logo, um campo não existe sem uma simbólica própria. A partir do momento em que detém um capital e trabalha sempre para ser reconhecido e reforçar sua legitimidade, os seus agentes, que formam o corpo social, buscam impor sua simbólica e fazer que tenha um espaço no conjunto das simbólicas produzidas pelos outros campos sociais. Conforme Rodrigues (2000), pode-se distinguir dois tipos de simbólica: a formal e a informal. A primeira pode ser considerada “como um sistema de mecanismos ambivalentes que asseguram, por um lado, a sua visibilidade externa, mas, por outro, restringem o seu domínio aos detentores legítimos das suas marcas e dos seus rituais” (RODRIGUES, 2000, p.197). Já a simbólica informal consiste na eliminação gradual das barreiras que impedem à sociedade o acesso a determinado campo, desta forma tornando-o permeável ao conjunto dos cidadãos.

O conceito de simbólica informal vem ao encontro do que lembra Esteves (1998) sobre a autonomia dos campos sociais que não pode representar isolamento de um campo, pois a própria estrutura social garante um contato entre eles. Neste contexto, a permeabilidade através dos campos sociais é garantida por mecanismos que funcionam como mediadores das relações entre eles e a sociedade. Dessa forma, as mediações via processos midiáticos garantem a abertura dos campos sociais para que possam se relacionar com os demais e diminuir o impacto da autonomização sobre a estrutura social em que estão fundados.

O papel de mediador, portanto, é realizado pelo campo midiático, na medida em que a sociedade, formada pelos múltiplos campos sociais, necessita de um lugar para se enxergar, isto é, um meio que construa através de enunciações os processos que são desenvolvidos pelos sujeitos. A atribuição legítima para o exercício da atividade de explicitar e mostrar a sociedade para si mesma fica a cargo do campo midiático, cuja função é a mediação simbólica das relações sociais.

Assim, a mídia constrói os fatos e, desta maneira, como diz Verón (1997), oferta uma gama de mensagens em um mercado de discursos. A tecnologia das mídias e os sistemas de informação operam na construção de sentidos para estabelecer a comunicação do campo midiático com os outros campos e os respectivos corpos sociais que os constituem. Para Verón (1997), a comunicação midiática é resultante da articulação entre dispositivos tecnológicos e condições especiais de produção e recepção, o que acaba configurando um mercado discursivo.

Por isso, à mídia cabe a incumbência de dar visibilidade aos processos desenvolvidos na sociedade e levar para cada indivíduo um conjunto de informações para serem

interpretadas pelo maior número possível deles. Na variedade de discursos construída pela mídia encontra-se a razão para o estabelecimento de vínculos entre o campo midiático e o restante da sociedade. A apresentação de inúmeros acontecimentos a respeito de variadas temáticas cria uma sensação de democracia. Acredita-se que a escolha é o exercício de um poder – no sentido de se estar apto, no entanto, a oferta de diferentes tipos de assuntos e temáticas faz que cada pessoa esteja inserida em determinado contexto e pautar suas relações conforme a oferta midiática.

Segundo Gomes (2006), “os produtos dos meios massivos tornam-se, para muitos, a agenda que pauta a sua conversação diária, o tipo de relacionamento que estabelecerão com os vizinhos e no recesso do lar” (p. 133). Isso ocorre porque a mídia leva para dentro da casa de cada indivíduo diferentes recortes da realidade embasados em angulações e construções, sugerindo um mundo que existe somente através dos fatos que são enunciados, ou seja, o que não é visto é porque não aconteceu. Assim, se não há construção midiática e se não há uma publicização de determinado fato, ele não existe, pois os acontecimentos só existem na medida em que as mídias os constroem, como lembra Alsina (1998).

Desta maneira, o campo midiático aparece como um espaço legitimado pela própria sociedade a qual, na medida em que tem o direito à informação, outorga ao campo midiático a função de informá-la sobre os fatos. Esteves (1998) pensa que, além disso, a legitimidade é concretizada, ainda, pelo desenvolvimento do potencial tecnológico dos sistemas de informação e pela constituição de um corpo social próprio, detentor de um saber específico para o manuseio destes dispositivos tecnológicos e, conseqüentemente, o domínio de um bem específico que é a palavra pública. “Este processo de consolidação da legitimidade do campo dos *media* consiste no reconhecimento da competência própria do campo para seleccionar e distribuir a informação a uma escala alargada no tecido social, conferindo portanto aos discursos um carácter público” (ESTEVES, 1998, p.148).

Na contramão da autonomização que propicia o funcionamento da sociedade, o campo midiático torna públicos os múltiplos discursos dos diferentes campos sociais garantindo, pelo exercício de uma função central de mediação simbólica e generalizada, a homogeneidade do tecido social. A mídia se situa como um campo aberto que permeia as ações dos outros campos junto aos corpos sociais, se efetivando como um lugar de seleção e reprodução das falas de outros grupos detentores de legitimidades e atuando no funcionamento de estratégias enunciativas. “É esta força performativa da linguagem e o valor pragmático das funções expressivas que tornam o campo dos *media* um objecto tão apetecido para os outros campos sociais” (ESTEVES, 1998, p.164).

Desta forma, a centralidade midiática atrai o olhar dos demais campos que nela vislumbram a possibilidade de obtenção de um reconhecimento de suas práticas e de suas simbólicas junto à sociedade. É no campo midiático que ocorrem as relações com os demais campos sociais. Devido à delegação de legitimidade atribuída ao campo midiático existem, segundo o autor, tensões. Para as diversas áreas do conhecimento, a mídia aparece, não apenas, como um meio necessário para a realização de processos de mediação e de enunciação, mas também como uma ameaça às respectivas competências.

O conflito com os outros campos ocorre porque a mídia tem a sua legitimidade constantemente ameaçada devido ao acesso desses outros campos sociais que desenvolvem estratégias de apropriação e ‘assediam’ o campo midiático.

Neste contexto, a luta pela apropriação dos processos empreendidos no campo midiático se dá pela competência que a mídia tem em proporcionar espaços e visibilidade para os demais campos sociais. Nesses espaços, há, ainda, uma luta simbólica entre os demais campos que precisam da gerência do campo central. Assim, a mídia reconhece as demais legitimidades e mantém uma ligação com os outros domínios do conhecimento. O campo midiático não é apenas um meio onde os campos aparecem, mas um lugar onde interesses divergentes se encontram e buscam a superação do discurso do outro. No caso de partidas de futebol, por exemplo, há, mais que uma superação, a convergência de discursos, na medida em que campos sociais atravessam o campo midiático, cooperando para o engendramento do evento esportivo. A construção e a enunciação desses discursos pela mídia possibilita aos campos sociais a conquista de uma legitimidade externa as suas fronteiras, pois cada campo já possui uma legitimidade interna pelo domínio específico de um saber.

Por outro lado, evidencia-se a autonomia do campo midiático e sua centralidade nos processos de enunciação e a mediação do conjunto dos campos sociais entre si e com a sociedade. As suas lógicas de estruturação e funcionamento como mediador simbólico fazem com que se disseminem para os demais campos sociais suas regras e modos operacionais. Exemplo disso são as mudanças nos horários de jogos de futebol pelas emissoras de televisão em detrimento de interesses do campo esportivo e da sociedade. A própria mudança no sistema de pontuação das partidas de voleibol foi feita com o objetivo de tornar as disputas mais interessantes e, em consequência, aumentar a audiência.

Além disso, a sociedade passa a organizar suas tarefas e discussões a partir das enunciações feitas pelo campo midiático. Nesse sentido, a oferta de discursos da mídia relativa ao campo do esporte, por exemplo, norteia as conversas entre os sujeitos sobre os acontecimentos esportivos. Portanto, as múltiplas conversações na esfera pública que se

estabelecem a respeito do esporte são pautadas pelas enunciações midiáticas com base em recortes que faz do cotidiano.

2.3 DISPOSITIVOS DE MEDIATIZAÇÃO

As regularidades emergentes numa sociedade em mediatização do social organizam, através de um conjunto de regras, modos de fala baseados na centralidade midiática. A partir de múltiplas estratégias, interações sociais definem processos que se realizam no cotidiano, este movido por pautas diversas de conversações. Como a comunicação é de ordem complexa, reunindo o próprio cotidiano, mas também o inesperado, o inaudito, o fugaz, a regra, a estratégia etc. a noção de dispositivo vem a calhar para a compreensão de formas de comunicação estabelecidas conforme regras de procedimento que funcionam como “dispositivos interacionais”, isto é, modos de comportamento acionados pelos sujeitos para se relacionarem com o conjunto da sociedade.

Indo ao encontro de Braga (2010), acreditamos que a noção de dispositivo evidencia mais o processo do que, especificamente, a estrutura. Para o autor, se a estrutura é de uma natureza fixa, prévia e profunda, o dispositivo faz-se perceber pelo seu estado superficial. A emergência da estrutura em dispositivos dar-se-ia por processualidades devedoras de espécies de nós no dispositivo, donde processos ancoram e possibilitam – estruturalmente e funcionalmente – suas potencialidades de ação no social. Nesse sentido, “processos reiterados tendem a se configurar como modos tendenciais para seu exercício continuado, logo como “estruturais” para o que se faça em sua esfera – ou seja: tornam-se padrões, regras, códigos, para-códigos” (BRAGA, 2010, p. 2).

Quando a mediatização é campo de experiências sociais, pensar nas interações à base de dispositivos implica, num primeiro momento, em fazer valer a transversalidade complexa do processo comunicacional. A mediatização como fenômeno além das produções, mediações, usos, gratificações e recepções instaura lógica relacional a noção de dispositivo. Braga (2010) destaca que

“o termo é particularmente propício para estudos da mediatização – exatamente porque permite ultrapassar uma referência exclusiva aos “meios” (tecnologias, empresas midiáticas e/ou a forma de seus produtos), ou apenas às circunstâncias muito concretas e imediatas de sua apropriação (a relação “direta” de recepção)” (p. 3).

O acionamento de determinados dispositivos está ligado à experiência e capacidade de situar-se em uma interação, do saber o que é pertinente ou não. Os dispositivos interacionais se impõem como recursos que orientam os participantes de uma interação sobre as maneiras de ação em uma dada situação. No entanto, esses dispositivos funcionam apenas como marcadores das movimentações realizadas pelos sujeitos e não têm relação necessária com o conteúdo dos enunciados que são produzidos.

A estrutura processual de um dispositivo é constituída por elementos que caracterizam os modos de ação em conversações. Por exemplo, na cobertura de partidas de futebol, um dispositivo conversacional é representado por elementos que caracterizam as ações em duas regiões: na fachada e no fundo. Num cenário montado, correspondente àquilo que se faz perceber por uma “transmissão” (radiofônica ou televisiva) de sons e imagens, ele pode ser percebido pela vez de falar, os movimentos de entrada e de saída da interação, os papéis desempenhados e as relações entretidas os participantes da conversação, entre outros fatores.

Isso mostra que a tecnologia nem sempre é elemento fundamental na constituição do dispositivo, senão parte integrante de processos não necessariamente vinculados a ela. Nesse contexto, Braga (2010) evidencia a necessidade da separação entre a tecnologia e o dispositivo; para isso pensa no dispositivo como “resultado” de um conjunto de processos no qual a tecnologia pode estar presente, constituindo-se como processualidade daquilo à que se projeta para o dispositivo.

Se os dispositivos interacionais podem ser considerados um meio de extensão do homem, para nosso objeto esta noção apresenta-se de três modos – mediada por uma noção que traz à luz dispositivos comunicacionais, como a escrita, a linguagem e oralidade radiofônicas e a imagem.

De um modo geral, quando pensamos na noção de dispositivo, verificamos que ela evoca certa ordem nas coisas, em suas processualidades. Se o funcionamento de artefatos, principalmente, tecnológicos vincula-se a uma questão mais de acionamento do que de disposição, aquilo que dispõe, portanto, o dispositivo coloca-se como caminho necessário ao acionamento. Por exemplo: saídas de emergência de andares de prédios, como as da biblioteca da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, tendem a ser acionadas quando o dispositivo de alerta, caracterizado por uma luz vermelha, entra em ação pela falta de luz da edificação. Isso sem contar o som que é emitido em razão da queda de energia, o que, de algum modo, caracterizaria um hiperdispositivo (como veremos adiante).

Afora determinismos tecnológicos – embora já existisse uma tecnologia da transcrição para inscrição em determinado suporte, a escrita emerge como um dos primeiros dispositivos

para comunicação humana. É a arte de codificar, de dar forma à fala, de um redimensionamento da linguagem. Assim, para Bourdieu (1990) “codificar significa a um tempo colocar na devida forma e dar uma forma” (p.99). Sendo assim, processos de inteligibilidade da mensagem codificada colocar-se-iam no âmbito do acionamento da leitura. Antes, o dispositivo poderia ser encontrado na forma, na disposição das palavras que agenciam e articulam o próprio processo de leitura, dando a devida forma ao ‘real’.

Sobre o processo de codificação, Pierre Bourdieu se vale da noção de jogo – não é exagero de falar em jogo pela forma. A escrita, enquanto mecanismo articulador de experiências de mundo, portanto, uma forma como dispositivo agenciador de inteligibilidade ao ‘real’, apresenta-se como jogo quando o jogador escolhe, dentro de certas regras (guiadas por uma gramática), as melhores palavras para se comunicar. De acordo com Bourdieu (1990), “todos esses jogos de formalização, os quais, como se vê pelo eufemismo, são igualmente jogos com a regra do jogo e, desse modo, jogos duplos, são obra de virtuosos” (p. 99). Nesse sentido, conforme o autor “é preciso conhecer a regra, os adversários, o jogo como a palma da mão” (p. 99). Mais que isso, numa sociedade em mediatização, torna-se fundamental jogar com as estratégias permitidas pela regra do jogo, que é a circulação de sentidos no e pelo social.

A respeito da forma ao sentido, Mouillaud (2002) considera que “o dispositivo tem uma forma que é sua especificidade, em particular, um modo de estruturação do espaço e do tempo” (p. 35). Antes disso, trata dos sentidos em circulação ao afirmar que “o sentido não está apenas deitado no leito da língua” (p. 30). O exemplo do teclado de um computador parece notório e vem ao encontro do pensamento de Bourdieu (1990) em relação às disposições permitidas pelo dispositivo da escrita em seus jogos de formalização. Mouillaud (2002) lembra que ao escrevermos através do teclado mobilizamos a totalidade do dispositivo da língua. Isso é possível pela possibilidade ofertada pelo teclado – à semelhança de uma prótese – às mãos de colocar no espaço palavras, frases, parágrafos etc. através do dispositivo alfabético.

Do exemplo do teclado às inscrições em um estádio de futebol emergem semelhanças, dada certa prótese e a mobilização do dispositivo alfabético. Neste caso – com um olhar voltado as pinturas nas muretas do Estádio Beira-Rio, a prótese é o pincel utilizado pelo pintor para dar forma aos sentidos mobilizados por instituições de comunicação e empresas diversas. A complexidade desse dispositivo pode ser pensada a partir de Maurice Mouillaud, na medida em que define esse complexo da seguinte forma: “o dispositivo não é um “suporte”, mas uma “matriz” que impõe suas formas aos textos (uma conversação “informal”

se inscreve nas formas de conversação, como variante de um paradigma).” (MOUILLAUD, 2002, p. 35).

Se a matriz proposta por Mouillaud (2002) reúne um potencial acionamento de leitura e agenciamento de sentidos, já evidente na forma da codificação, também faz emergir o sentido do jogo de Bourdieu (1990); e numa sociedade em mediatização, o conhecimento do outro, daquele ao qual se propõe um endereçamento de sentidos, é etapa constituinte da matriz complexa do dispositivo da escrita em suas formalizações: “para ficar em regra, é preciso conhecer a regra, os adversários, o jogo com a palma da mão” (p. 99).

É claro que aqui os adversários transcrevem-se em leitores, potenciais ouvintes e telespectadores, dada a articulação e remissão de sentidos entre múltiplas instâncias comunicativas de um mesmo processo. Com certa base do funcionamento da escrita como dispositivo pela forma, podemos avançar para o dispositivo radiofônico através da linguagem e oralidade.

Como mídia que trabalha sem a formalização da escrita, porém, com a instantaneidade da comunicação oral, o rádio necessita utilizar estratégias que o aproximem dos ouvintes e, desta forma, estabeleçam vínculos. Por isso, uma série de mecanismos é acionada para a construção de uma credibilidade junto à audiência em meio à competição com outras mídias. Os modos de operação do rádio para informar e entreter e, assim, alcançar uma identificação com o conjunto da sociedade e os campos sociais, passam pelas suas formas de expressão.

Devido as suas características regionais, o rádio estabelece ligações com os ouvintes com base nos lugares onde esses sujeitos vivem e nos contextos sociais aos quais estão inseridos. Nesse sentido, busca ir ao encontro das expectativas de cada ouvinte com a apropriação dos elementos simbólicos que emergem no dia-a-dia em suas realidades. Assim, a enunciação radiofônica apresenta marcadores estratégicos para ativar uma aproximação com a audiência e fundar relações de interatividade.

Desse modo, o dispositivo radiofônico requer uma linguagem clara, concisa e objetiva, estruturando-se a partir da combinação de elementos verbais (palavras) e elementos não-verbais (música, efeitos sonoros, ruídos, silêncio). O uso maior ou menor dos elementos verbais ou não-verbais depende do formato. Programas de debate e entrevista trabalham, essencialmente, com a linguagem verbal, enquanto os informativos e os de entretenimento utilizam um discurso procurando mesclar ambos os elementos. Para a produção em rádio, no entanto, deve-se pensar que os elementos verbais e não-verbais atuam de forma conjunta – mesmo que em níveis distintos em cada programa, isto é, não se deve trabalhar com tais elementos de forma separada, mas como um discurso único, enquanto dispositivo complexo

organizador de modos de inteligibilidade do ‘real’ conforme os enunciados dispostos aos ouvintes.

Trabalhar com a linguagem radiofônica significa, portanto, conhecer as características do rádio, porque o seu trabalho envolve a formação do imaginário no ouvinte deslocando-o para os locais onde se desenvolvem os processos e ações sociais. Nesta medida, segundo Moura (2003), o profissional do rádio deve conhecer a capacidade argumentativa da linguagem na interação com o ouvinte, pois “além do texto enquanto enunciado escrito, há também os elementos não-verbais, que compõem o discurso radiofônico de modo eficiente e interativo” (p. 6). O conhecimento do dispositivo radiofônico se faz importante, ainda, na medida em que o ouvinte só conta com o aparelho auditivo para interpretar a mensagem.

Desta forma, são as características do rádio que definem a sua disposição comunicativa, como, por exemplo, a utilização de uma linguagem coloquial carregada de marcas discursivas dos atores sociais. O enunciado radiofônico, portanto, representa um discurso peculiar ao modo como as falas se expressam via rádio. Nesse sentido, as falas são diversas e se misturam nas enunciações, ou seja, existe um jogo de vozes que se combinam no dispositivo radiofônico.

Na medida que os elementos não-verbais aparecem poucas vezes nas enunciações em uma transmissão esportiva, as palavras são os elementos articulados nos discursos estabelecidos pelas diferentes falas surgidas no jogo de vozes ao longo da cobertura de uma partida de futebol. Com isso, a oralidade aparece com força e como objeto de utilização de estratégias para a construção de uma identidade à uma emissora, como ferramenta articuladora dos discursos, como elemento de cooperação interna no jogo de vozes e como um reflexo à maneira de se fazer rádio.

Em uma cobertura esportiva cada membro da equipe radiofônica possui uma função especializada, compondo o arsenal discursivo mobilizado por uma emissora até a audiência. Assim, reforça-se a idéia de que as enunciações, realizadas com base nas falas desses profissionais, carregam marcas identificadoras do perfil de cada um dos jornalistas no imaginário do ouvinte.



FIGURA 3 – Cada membro da equipe – do técnico de som (à esquerda) ao comentarista (à frente e à direita) – possui uma função especializada

No contexto das transmissões radiofônicas, a voz ganha destaque pelas possibilidades que oferece para as construções enunciativas. Segundo Silva (2003, p. 1), “a voz faz presente o cenário, os personagens e suas intenções, a voz torna sensível o sentido da palavra, que é personalizada pela cor, ritmo, fraseado, emoção, atmosfera e gesto vocal”. Assim, a voz surpreende a escrita revelando valores integrados ao sentido do texto transmitido fazendo que o objeto de discurso obtenha significados além das fronteiras que já o constituem.

A importância do trabalho com a voz se verifica no fato das enunciações dos locutores tornarem-se efêmeras pela fugacidade do tempo. Com isso, acontece o desenvolvimento de estratégias para a construção dos discursos. O uso de um tom mais grave ou agudo, gritos, sussurros, ritmo acelerado ou pausado, enfim, essas entre outras características da voz são ferramentas que possibilitam aos enunciadores tratar seus discursos de forma estratégica. Estratégias que atravessam a mídia radiofônica e também se instalam na construção de sentidos pela imagem, quando o discurso acopla-se a ela nos processos de enunciação.

Atualmente, numa sociedade em que a imagem vale tanto quanto as palavras, fluxos de sentidos estabelecem uma circulação de saberes através da fotografia ou da televisão. Contudo, as processualidades que envolvem a imagem como registro fiel da realidade não são de hoje, estão estabelecidas por processos de avanço, substancialmente, no campo da técnica e da tecnologia, ambas como *lócus* produtor de sentidos. Para um entendimento da noção de dispositivo no âmbito da imagem, portanto, de estratégias mobilizadas como apelo, principalmente, ao olhar de indivíduos, buscamos recuperar de modo geral – a partir de Dubois (2004) – a evolução técnica da imagem enquanto dispositivo.

Falando de fotografia, cinematógrafo, televisão/vídeo e imagem informática, o autor recupera questões tecnológicas a partir de um saber-fazer nessas quatro tecnologias que introduziram uma dimensão maquínica no seu dispositivo. Assim, traz o termo *technè*,

enquanto “uma arte do fazer humano” (DUBOIS, 2004, p. 33) e correspondente, num sentido aristotélico, a palavra arte, que ia além das belas-artes, designando “todo procedimento de fabricação segundo regras determinadas e resultante na produção de objetos belos ou utilitários” (DUBOIS, 2004, p.32).

Antes de falar da fotografia, Philippe Dubois contextualiza o materialismo da imagem com o lugar do ‘real’ e do sujeito em meio ao maquinismo-humanismo. Para isso, recorre a exemplos como o da câmara escura, a portinhola e a tavolleta enquanto instrumentos organizadores do olhar, medidores e aprofundadores da percepção visual do olho humano. O detalhe é que ferramentas como essas servem eminentemente como próteses do olho, não chegando quaisquer inscrições sobre um suporte. “Assim, apesar de pré-ordenada por uma máquina de visão, a imagem continua sendo produzida pelas mãos do homem e sendo vivida, portanto, como algo individual e subjetivo” (DUBOIS, 2004, p 37), insinuando-se aí a dimensão do humanismo artístico em meio ao maquinismo da prótese.

“As máquinas, enquanto instrumentos (technè), são intermediários que vêm se inserir entre o homem e o mundo no sistema de construção simbólica que é o princípio mesmo da representação. Se a imagem é uma relação entre o Sujeito e o Real, o jogo das máquinas figurativas, e sobretudo seu progressivo incremento, virá cada vez mais distender e separar os dois pólos, como um jogo de filtros ou de telas se adicionando” (DUBOIS, 2004., p. 38).

Avançando, Dubois (2004.) menciona que, com a fotografia, entre um objeto inicial e sua representação interpõe-se outro objeto, ou seja, um instrumento capaz de representar-se a si mesmo no registro. Com isso, a figura do fotógrafo no registro é menos perceptível em relação à do pintor. Antes, a prótese que imitava o olho; agora, um aparelho que determina os procedimentos de enquadramento do ‘real’ para a formação de um recorte seu pela imagem. Conforme o autor, “o gesto humano passa a ser um gesto mais de condução da máquina do que de figuração” (DUBOIS, 2004, p.38).

Seguindo a linearidade histórica proposta por Philippe Dubois, ele caminha em direção ao cinematógrafo. Aqui, menciona a palavra agenciamento para referir-se ao avanço do maquinismo a uma etapa seguinte àquela da fotografia: momento em que uma máquina de ordem três desentranha a possibilidade de se estar em uma sala escura e silenciosa, com luz às costas do público, para se aceder, nos termos do autor, à imagem-movimento propriamente cinematográfica. Com isso, admite a singularidade do cinema enquanto maquinaria produtora

de imaginário, revelando, portanto, já certa distinção em relação aos outros modos de produção de sentido. Assim, sendo

“tanto uma experiência psíquica quanto um fenômeno físico-perceptivo, sua maquinaria é não só produtora de imagens como também geradora de afetos, e dotada de um fantástico poder sobre o imaginário dos espectadores. A máquina reintroduz o sujeito na imagem, mas desta vez do lado do espectador e do seu investimento imaginário, não do lado do artista” (DUBOIS, 2004, pgs.45 e 46).

Nesse contexto, quando a imagem se relaciona com o exterior, com o sujeito, o real, o outro; o espectador e seu imaginário relacionam-se com ela. E é esta relação distinta das relações anteriores entre sujeitos e imagem que possibilita o acréscimo de cada nova máquina surgida numa cadeia de produção da imagem; uma nunca suprimindo as anteriores, senão se acrescentado a elas.

Ultrapassando as referências a imagem fotográfica e ao cinema, o autor fala em televisão como nova ferramenta produtora de sentidos através da imagem, principalmente, pela característica que revela como fundamental o fazer televisivo: a transmissão, multiplicadora de imagens para todo lugar e ao mesmo tempo. “A imagem-tela ao vivo da televisão, que não tem mais nada de souvenir (pois não tem passado), agora viaja, circula se propaga, sempre no presente, onde que seja. Ela transita, passa por diversas transformações, flui como um rio sem fim” (DUBOIS, 2004, p.46). Desta forma, indica um salto em relação à fotografia, que contém certa nostalgia, e ao cinema, que denota um tempo perdido, com um lugar fechado, como se fosse num sonho.

Em relação à linha geral proposta por Dubois (2004) e como etapa para compreensão da imagem enquanto dispositivo produtor de sentidos (além de imaginários), o autor trata da imagem informática, “também chamada de imagem de síntese, infografia, imagem digital, virtual etc” (DUBOIS, 2004, p. 47). Neste caso, o acréscimo às outras maquinarias já não satisfaz, o que vigora é a atividade do refazer a representação. “De fato, com a imagem informática, pode-se dizer que é o próprio “Real” (o referente imaginário) que se torna maquínico, pois é gerado por computador” (p. 47). Desse modo, o programa de computador, enquanto máquina de ordem cinco, aglutina todas as quatro anteriores (câmara escura do pintor, a química fotográfica, o cinema e a televisão), na medida em que cria seu próprio ‘real’, ou seja, não pressupõe como naquela um ‘real’ externo – agora pertencente à ordem das máquinas – para o qual tais maquinarias se voltam para a produção de sentidos.

“A realidade passa a ser chamada de “virtual”. E as instâncias subjetivas, na origem e no fim do dispositivo, se tornam elas mesmas “instâncias do programa”: o criador é, salvo exceção, um programador e o espectador, um executante do programa. A isso chamamos de interatividade. Não só não há mais “Real” (nem “representação” portanto), como também podemos dizer que não haja mais imagens. Não há mais olhar, não há mais ato constitutivo de um sujeito em relação ao mundo, não há mais magia ou milagre a se esperar do encontro e dos seus acasos” (DUBOIS, 2004, pgs.48 e 49).

De certa forma, Philippe Dubois exagera nessa sua afirmação. Acreditamos que mesmo num ‘real’ de ordem (cinco) virtual existe sim a representação simbólica e social pela imagem. O exemplo do telão no Estádio Beira-Rio ilustra com clareza nossa perspectiva de contato com a realidade sob a ótica da representação social, para além de uma “simples” representação do eu na vida cotidiana. Reconhecendo as instâncias do criador e executantes no mundo virtual, assumimos a representação como caminho a instituição de simbólicas, como a constante projeção do símbolo do Sport Club Internacional no telão durante os jogos.



FIGURA 4 – Símbolo do Internacional em dia de jogo no Beira-Rio

Com os esclarecimentos do autor em linhas gerais sobre a evolução técnica e o progresso tecnológico do dispositivo da imagem, restringimos nossa visada ao âmbito da imagem fotográfica e da imagem televisiva, fundamentalmente, porque o telão do estádio abriga o dispositivo imagético nestas duas ordens, trabalhadas, portanto, por Dubois (2004).

Como caminho ao entendimento do funcionamento do dispositivo no âmbito da televisão, Carlón (2004) apropria-se do trabalho de Schaeffer (1990) sobre dispositivos, porém, no campo da fotografia. A ponte estabelecida entre o dispositivo gerador da imagem fotográfica e da imagem televisiva ultrapassa certa vinculação circunscrita à imagem enquanto dispositivo singular de produção de sentidos. O caráter icônico-indicial, que coloca cinema e televisão como herdeiros da fotografia, evoca a semelhança entre a imagem televisiva e a fotográfica em relação à questão da gravação. Nesse sentido, Carlón (2004)

afirma que “por su dimensión indicial tanto la imagen fotográfica como la televisiva remiten siempre a objetos o estados de hecho particulares, individualizados (es decir, a manifestaciones del espacio-tiempo real) mientras que por su dimensión icônica “en si” nunca remiten a existentes [...]” (p. 89).

A remissão ao passado, portanto, a estados particulares de realização do ‘real’ remete-nos a modos de leitura só permitidos, segundo o autor, a partir de um saber sobre o mundo, com operações identificatórias ou de reconhecimento referencial, e de um saber sobre o *arché*, relacionado a um saber sobre o funcionamento da televisão, por exemplo, na medida do saber sobre a diferença existente entre as instâncias do ao vivo e do gravado no dispositivo da imagem.

Ainda que um saber apresente-se como causa implícita a leitura de imagens em seus diversos formatos, de outro modo, esse saber está constituído por um efeito próprio a cada espécie de dispositivo da imagem. Se, de um lado, certa “prótese” indica ao olhar o sentido dado à imagem diante de si, por outro, há uma condição de realização de cada dispositivo (fotográfico e televisivo) que orienta seu efeito de temporalidade no “leitor”: “la imagen fotográfica abre la distancia temporal: hace surgir el tiempo como pasado, mientras que la imagen fílmica, siempre una vez más, cierra el abismo y abre el tiempo como presencia” (CARLÓN, 2004, p. 91).

O fator tempo é problema-chave no entendimento do funcionamento do dispositivo da imagem. Ao largo das diferenças de inscrição do ‘real’ em suportes diversos, os deslocamentos de imaginário provocados por ícones e indícios revelam as nuances dos efeitos de presença da realidade nas imagens. Contudo, a natureza do movimento psíquico provocada difere em imagens fotográficas e televisivas: “... mientras que en la imagen móvil, la función temporal es una función del icono, en la imagen fotográfica es una función de indicio. La imagen móvil (indicial o no) es imagen en el tiempo, la imagen inmóvil (a condición de que sea indicial) es imagen del tiempo” (CARLÓN, 2004, p. 92).

Logicamente, os ícones e indícios revelam convergências quando a imagem é lugar de emergência do passado; possibilidade somente efetivada pelo recorte e gravação do ‘real’ em máquinas de imagens, para ficarmos nos termos de Dubois (2004). Isso difere, por exemplo, na veiculação de ‘real’ em caráter ao vivo, como se fosse, grosso modo, uma transmissão. A figura do ícone ficaria ressaltada, segundo Carlón (2004), enquanto o índice acentua o caráter presencial da realidade. Contudo, o presente absoluto da imagem no tempo, destacado pelo autor, não seria, necessariamente, absoluto. A defasagem seria resultado da diferença de

quatro segundos existente entre a captação do ‘real’ por uma das câmeras no estádio, o envio do sinal até um satélite e o retorno desse mesmo sinal para a recepção da audiência em casa. Carlón (2004) considera o ‘ao vivo’ da televisão como o momento da recepção do espectador num tempo presente, momento em que os elementos (sonoros e imagéticos) constituintes da transmissão jogam em outro espaço, relativo a um instante anterior, próprio ao da construção de sentidos. Esse outro lugar mencionado pelo autor seria, portanto, aquele próprio ao da representação de papéis em meio à presença de dispositivos tecnológicos para comunicação.

2.4 HIPERDISPOSITIVOS DE MEDIATIZAÇÃO

Até aqui tratamos de dispositivos diversos estabelecidos socialmente para comunicação humana. Inicialmente, pelos dispositivos interacionais percebemos como a noção de dispositivo nos é bem-vinda para compreendermos a mediatização como processo interacional de referência. Como parte desse processo passa pela inscrição de saberes em suportes variados, vimos nas formas codificadas pela escrita, na linguagem e oralidade presentes no fazer radiofônico e na imagem, principalmente, televisiva, modos pelos quais a mediatização inscreve-se no social.

Contudo, na medida em que o processo é incompleto e se realiza por justaposições, atravessamentos, encaixes etc. tratar somente de cada dispositivo em suas singularidades não condiz com as solicitações do fenômeno. Por isso, apropriamo-nos da noção de hiperdispositivo de Carlón (2004) tanto para sublinharmos a complexidade da mediatização social quanto para encaminharmos uma espécie de “fechamento” (sem pretensões de esgotar o tema) às questões de pesquisa.

Ainda que Mouillaud (2002) pense no dispositivo sob os referenciais jornal, forma e sentido, sua noção de conceito propicia o deslocamento de uma visada centrada mais nos meios tecnológicos (como apresenta Mário Carlón) para a visualização do hiperdispositivo como processo. Isso fica mais evidente na primeira das sete proposições para definição do lugar teórico de dispositivos comunicacionais, em que o autor deixa clara a potencialidade de atravessamentos num mesmo dispositivo, dadas as instâncias (material e imaterial) sob as quais se processa: “os dispositivos são os lugares materiais ou imateriais nos quais se inscrevem (necessariamente) os textos (despachos de agencia, jornal, livro, rádio, televisão etc. ...)” (MOUILLAUD, 2002, p. 34).

A materialidade proposta seria de ordem tecnológica. De algum modo, processos somente realizar-se-iam a base de suportes tecnológicos. O que implica um reconhecimento

da diferença entre a tecnologia e a técnica no funcionamento do dispositivo, na medida em que a emergência da técnica nos remete a porção imaterial do dispositivo, relativa, por exemplo, as estratégias contidas na ordem de enunciações e discursos.

No quinta definição para o conceito, Mouillaud afirma: “os dispositivos se encaixam uns nos outros. O jornal se inscreve no dispositivo geral da informação e contém, ele próprio, dispositivos que lhe são subordinados (o sistema de títulos, por exemplo)” (MOUILLAUD, 2002, p. 35). A proposição anterior pode ser percebida novamente, na medida em que o jornal poderia ser visto como a dimensão material, enquanto a informação e o sistema de títulos a parte imaterial do dispositivo.

Para além da materialidade e imaterialidade, interessa-nos esta reunião instalada no dispositivo, que, aí sim, permite a convivência entre o palpável e o intocável. Nesse sentido, o ‘encaixe’ é palavra-chave para compreendermos em nosso objeto a noção de hiperdispositivo de Carlón (2004), definida – no contexto da transmissão televisiva de eventos esportivos – como “la articulación de dispositivos que permite generar un efecto de feedback: por ejemplo; la intervención del llamado telefónico en la radio o en la televisión, también la pantalla gigante del estadio” (CARLÓN, 2004, p. 78).

Esta noção nos é bem-vinda, na medida em que processos comunicacionais emergentes não se realizam sem articulações de sentido. Desta forma, operações de mídia e apropriações sobre processos midiáticos transcrevem-se em modos de ser e atuar, podendo ser percebidas por fluxos de sentido, ações individuais e coletivas e funcionamento de determinada instituição social.

O hiperdispositivo aparece, então, como lugar de encaixes e atravessamento de dispositivos. A ordem, presente nas processualidades as quais dispositivos estão envoltos, não seria de natureza semelhante no hiperdispositivo. Sua realização estaria relacionada eminentemente a justaposições e acoplamentos. Um hiperdispositivo constituir-se-ia, portanto, mais pela estratégia do que pela regra, embora as regras ancorem cada dispositivo em seu processo de trabalho em conjunto.

Para não cairmos no erro de generalizar a constituição de um hiperdispositivo a partir da justaposição de dispositivo, é preciso esclarecer que a complexidade processual de dispositivos pode ser percebida num hiperdispositivo de acordo com os propósitos que regulam seu funcionamento.

No entanto, há processos em que a formação de um hiperdispositivo é mais complexa. Isso é possível quando há atravessamentos de campos sociais, por exemplo. A projeção do

material seria a ponta de processos anteriores, engendrados nos bastidores da preparação de eventos esportivos, como partidas de futebol.

2.5 A REPRESENTAÇÃO COMO MARCO TEÓRICO

Após os primeiros desenvolvimentos teóricos sobre a mediatização social em partidas de futebol, acreditamos que este fenômeno participa da emergência de uma nova racionalidade social. Os indivíduos estariam envolvidos em modos particulares de ação no cotidiano. A convergência de suas ações pelas operações dos corpos sociais estaria atravessada por certa natureza psicológica, irrompendo, desta forma, a problemática de uma psicologia do sujeito.

Os avanços sobre o objeto de pesquisa deixaram, num primeiro momento, em plano secundário o problema do indivíduo em suas ações no e pelo social. De certo modo, contemplaram uma visada a partir das movimentações coletivas percebidas nos campos sociais. Com os primeiros deslocamentos para trabalho de pré-observação e reconhecimento do campo de pesquisa, deparamo-nos com outra dimensão da realidade. O tensionamento dos parâmetros teóricos iniciais através desse contato com determinado universo social permitiu uma reflexão sobre os indivíduos, instância onde também se apresentam processos sociais. Desta forma, não abandonamos perspectivas que contemplam o funcionamento da sociedade em grupos, tribos etc.; apenas reconsideramos a importância das pessoas na engrenagem social.

Intitulada ‘A representação do eu na vida cotidiana’, a obra de 1959, do pesquisador da Universidade de Chicago (EUA), Erving Goffman, serviu como abertura intelectual à compreensão básica de uma psicologia do sujeito, enquanto ator social. A consideração do âmbito individual, saindo de uma posição estática para entendimento de processos a partir da noção de campo, de Pierre Bourdieu, possibilitou uma primeira visada transversal sobre a sociedade; lógica própria ao atravessamento de modo relacional dos campos sociais pelo fenômeno da mediatização.

O trabalho de Goffman (1985), na perspectiva da representação teatral, trouxe colaborações iniciais quando percebemos que um estádio de futebol é lugar aberto a representação de papéis sociais por indivíduos. Visualização possível pelos deslocamentos por ângulos diversos em um mesmo ambiente, o Estádio Beira-Rio, em Porto Alegre (RS). A etnografia dos jogos do Sport Club Internacional permitiu o acesso às regiões de fachada e de

fundo, planos de desvelamento das representações individuais e coletivas. Com isso, abriu-se o caminho para acesso às processualidades das interações entre campos sociais.

Para que possamos trafegar pelo terreno composto por enunciações, processos de construção de sentidos, interações sociais e regras e estratégias, partimos da noção de região, que “pode ser definida como qualquer lugar que seja limitado de algum modo por barreiras à percepção. As regiões variam, evidentemente, no grau em que são limitadas e de acordo com os meios de comunicação em que se realizam as barreiras à percepção” (GOFFMAN, 1985, p. 101). Pensando pela perspectiva teatral, Goffman (1985) propõe certa utilização ao termo região de fachada: “dada uma representação particular como ponto de referência, será conveniente muitas vezes usar o termo “região de fachada” para se referir ao lugar onde a representação é executada” (p. 102). Sobre a região de fundo, afirma: “muito comumente a região de fundo de uma representação fica localizada numa extremidade onde ela está sendo apresentada, ficando separada por uma divisão e passagens protegidas” (GOFFMAN, 1985, p. 107). De modo geral, a região de fundo corresponderia aos bastidores da representação, lugar de fechamento aos membros do público e momento que os atores resguardam-se da exposição de seus papéis.

Ainda que o ponto de partida seja a representação, nosso acesso às regiões de fachada e de fundo acontece pelo âmbito dos sentidos, já que o pensamento de Erving Goffman quando apropriado a nosso estudo não satisfaz nossas demandas de pesquisa. Assim, outra limitação às regiões colocar-se-ia, fundamentalmente, pelos deslocamentos do pesquisador na observação participante, quando ocorre um dimensionamento do olhar conforme a região onde ele se encontra. Por conseguinte, as movimentações não englobam apenas a instância física do deslocamento, senão aquela vinculada aos próprios sentidos do pesquisador.

Em nossa estada na cabine da Rádio Guaíba, na partida entre Internacional e Deportivo Quito (Equador), pelas quartas-de-final da Copa Libertadores da América, foi reservado espaço para nossa observação da cobertura radiofônica em uma das três cadeiras localizadas na frente da cabine.



FIGURA 5 – “Nossa” cadeira ficava entre as posições ocupadas pelo narrador Aroldo de Souza (à esquerda) e o comentarista Edgar Schmidt (à direita)

Como nosso escopo não era o jogo em si, mas as interações projetadas na e a partir desta cabine, variamos nosso posicionamento. O primeiro tempo assistimos nessa cadeira, enquanto no segundo ficamos a maior parte do tempo em pé, próximo à porta de entrada.



FIGURA 6 – No segundo tempo de jogo ficamos à direita da porta de acesso à cabine e atrás da equipe da rádio

Pelo olhar, consideramos a região de fachada como aquela onde o gramado e o setor de arquibancadas afloram em primeiro plano; a região de fundo enquanto lugar onde percebemos a engrenagem midiática em funcionamento. Essa percepção foi de outra natureza na audição, enquanto sentido referência para trabalho nas regiões. Neste espectro, a região de fachada corresponde às falas enunciadas para os ouvintes da emissora. Já a região de fundo compreende os sentidos em circulação na própria cabine e não direcionados à audiência.

A co-presença, principalmente, do olhar e da audição para apreensão de processos midiáticos na cabine da Rádio Guaíba, mostra a possibilidade de atravessamento das regiões. Quando nosso olhar partia da posição da região de fachada da cabine, a audição alternava-se

entre ambas as regiões, na medida em que captamos tanto as falas direcionadas aos ouvintes como aquelas que emergiam na cabine sobre o jogo, por exemplo. De outra forma, a presença do olhar na região de fundo foi relativa, em relação ao olhar dos jornalistas (admitindo que suas atenções ficaram voltadas para o gramado, região de fachada para eles, portanto), dados os momentos em que nossa atenção recaía sobre os fatos no campo de jogo; concomitantemente, a audição também se alternava (como dito acima).

As regiões de fachada e de fundo também se apresentaram de modos distintos conforme os ângulos de observação participante e, em relação a nosso percurso pelo setor das cabines de imprensa, segundo as características das mídias escrita, radiofônica e televisiva.

Na cabine da imprensa escrita (nº 23), a região de fundo sobressaiu-se quando percebida pela audição. Como a construção discursiva dos jornalistas só é formalizada em momentos posteriores ao jogo, os fluxos de sentido versaram, fundamentalmente, sobre assuntos relacionados à partida. Portanto, não existiu a possibilidade de captar uma região de fachada pela audição. Pela visão as regiões alternaram-se conforme nosso foco, ora o jogo, ora os jornalistas – já que ficamos situados praticamente numa mesma posição durante as observações.



FIGURA 7 – Nesta cabine sentamos em uma espécie de “arquibancada”, colocada atrás das cadeiras onde ficam maior parte dos profissionais da imprensa escrita

Na cabine nº 16, destinada a RBS TV, TV Globo e emissoras afiliadas, a região de fachada é percebida por monitores, de modo semelhante àquele dos telespectadores em casa. Pelo olhar, a região de fundo sobressai, principalmente, pela visualização de movimentos do narrador, comentarista, cinegrafista e assistente técnico. Teoricamente, o modo de apresentação das regiões pela audição convergiria com suas aparições na cabine da Rádio Guaíba. No entanto, a região de fachada fica numa posição intermediária entre aquela

percebida na cabine da imprensa escrita e daquela apreendida junto à rádio. Se nesta, a região de fachada ecoou sem restrições, e naquela não pode ser percebida pela natureza do discurso da mídia escrita, na cabine da televisão apresentou-se timidamente, dada a posição dos microfones em relação ao narrador, Paulo Brito, e ao comentarista, Maurício Saraiva.



FIGURA 8 – Paulo Brito com o microfone bastante próximo: narração em tom diferente daquele do rádio

As características dessas mídias evidenciam essa diferença entre as regiões de fundo. A televisão e o rádio são exemplos, sobretudo, pelo jeito como seus narradores enunciam a partida. Enquanto Aroldo de Souza, narrador da Rádio Guaíba, brada ao microfone com a missão de acionar o imaginário social sobre o que acontece no jogo, Paulo Brito fala em tom mais suave, sendo pouco audível sua voz durante cada tempo de disputa.

A distinção entre as formas como profissionais de mídia se posicionam para dar inteligibilidade aos movimentos dentro do gramado remete-nos aos papéis emergentes no cotidiano das partidas de futebol no Estádio Beira-Rio em meio à prática da representação social, caracterizada como “[...] toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência” (GOFFMAN, 1985, p. 101).

Antes de referir-se às regiões onde papéis são representados (fachada) ou não (fundo), Goffman (1985) trata da fachada em relação direta com a prática da representação. Deste modo, esta noção pode ser apropriada do autor sem restrições, na medida em que corresponde àquilo que percebemos enquanto capacidade expressiva – intencional ou inconsciente – de indivíduos durante sua representação em determinado cenário.

Nesta fachada, visualizamos papéis sociais estabelecidos. Ainda que a observação participante permita o conhecimento das representações no lugar de onde são projetadas para

o social, momentos anteriores ao deslocamento para o trabalho de campo prefiguraram esses papéis a partir de sua existência como um todo. Antes do encontro com o empírico, por exemplo, vislumbramos sua diversidade através do papel hegemônico da imprensa esportiva, enquanto meio de ação de profissionais de organizações (empresas) midiático-jornalísticas, na cobertura de jogos de futebol no Estádio Beira-Rio.

Em trabalho de campo – com o rodízio pelos observáveis, os papéis sociais desempenhados por profissionais da imprensa apresentaram-se conforme suas especificidades e fachadas estabelecidas pelo tecido social. De algum modo, revelaram suas potencialidades de existência para além das percepções projetadas para a sociedade, na medida em que a projeção de suas atividades não contempla a exposição do ‘fundo’, ou seja, os bastidores onde tomam a forma da fachada.

O contato com certa diversidade de papéis sociais no âmbito das operações da imprensa esportiva explicitou o trabalho em equipe, necessário à movimentação da engrenagem percebida em funcionamento em partidas de futebol. Saindo de uma perspectiva eminentemente focada no papel social de um indivíduo, “o mais importante de tudo, porém, é que comumente verificamos que a definição da situação projetada por um determinado participante é parte integral de uma projeção alimentada e mantida pela íntima cooperação de mais de um participante” (GOFFMAN, 1985, p. 76).

O autor traz o conceito de equipe no bojo das representações feitas por um ou mais atores. No sentido do ator único, este se apresenta como uma equipe pelo momento em que vira espectador de si, instante em que sua atuação vislumbra um público que não existe, mas pode estar presente pela interiorização (com vistas à exteriorização) de normas e morais sociais; uma espécie de ‘eu’ percebendo-se pelo olhar do ‘outro’. Contudo, pensamos em equipe pelas atividades realizadas em grupo e que não teriam sentido caso dependessem exclusivamente de um ator social – ainda que elas só se efetivem pela cooperação de cada indivíduo no processo.



FIGURA 9 – A entrada de Paulo Brito e Maurício Saraiva ao vivo na televisão antes do jogo iniciar só é possível pelo trabalho em equipe

A visualização de antemão da imprensa como aglutinadora de um papel hegemônico converte-se na percepção do trabalho de uma ‘grande equipe’. Dentro desta, equipes diversas – com o propósito maior de fazer a cobertura dos jogos, dando inteligibilidade aos fatos ocorridos no gramado – organizam-se conforme seus propósitos de ação; diferenças vistas pelas ações de cada uma das mídias (escrita, radiofônica e televisiva) em partidas de futebol.

Com esse entendimento, podemos avançar a partir da noção de ‘região’ à uma reflexão sobre a etnografia, método escolhido para trabalho de campo no Estádio Beira-Rio, em Porto Alegre, durante o período de sete meses.

3 MÉTODO E TÉCNICA PARA O TRABALHO DE CAMPO

Para a realização do estudo sobre a mediatização do campo esportivo em partidas de futebol, a etnografia pareceu o método de pesquisa mais profícuo para a compreensão de lógicas que perpassam a realização desses jogos. A utilização de suas táticas de investigação no estudo do programa Sala de Redação, da Rádio Gaúcha (Porto Alegre, RS) levou-nos a refletir com mais rigor sobre seu modo particular de interpelação do objeto e uma realidade, muitas vezes, “externa” ao olhar do pesquisador.

Pela etnografia, fomos convidados a migrar do ‘gabinete’ para o ‘campo’ – e vice-versa. Ao colocar observador e universo observado lado a lado, esse movimento revelou questões micro, imersas em um escopo macro, voltado ao entendimento de processos sociais, também comunicacionais.

A mirada mais ampla, envolvida pelo problema de pesquisa, remeteu-nos a situações de ‘embaraços’ em interações complexas, porque escapam à “modelizações” do objeto. Com

isso, uma incursão etnográfica por uma ambiência em mediatização orientou a atenção a comportamentos que transitam entre as esferas do individual e do coletivo donde emanaram uma gama das interrogações sobre as configurações de processos interacionais em meio a lógicas de mediatização social no campo esportivo.

A escolha pela realização de uma etnografia acarretou em determinados desdobramentos – como constrangimentos em interações – decorrentes da própria particularidade deste método que coloca em relevo a figura do pesquisador durante o processo exploratório. Para Geertz (2003), “desde cierto punto de vista, el del libro de texto, hacer etnografía es establecer relaciones, seleccionar a los informantes, transcribir textos, establecer genealogías, trazar mapas del área, llevar un diario etc” (p. 21). No entanto, isso não é o bastante quando falamos em um encontro do investigador com o mundo ‘real’. No caminho para o contato com a realidade, a etnografia, segundo Geertz (2003), pode ser definida como certo tipo de esforço intelectual: “una especulación elaborada en términos de, para emplear el concepto de Gilbert Ryle, “descripción densa” (GEERTZ, 2003, p. 21).

Nesse sentido, Winkin (1998) vê a etnografia como arte e disciplina científica. Para o autor, isso pede três competências: saber ver, saber estar com (com os outros e consigo mesmo, no encontro com outros indivíduos na investigação) e saber escrever – a arte de relatar a terceiros, em relação ao universo estudado, o que se viu a partir dos materiais coletados. “Arte de ver, arte de ser, arte de escrever. São estas três competências que a etnografia convoca” (WINKIN, 1998, p. 132).

Na esteira do que propõe o autor, essas capacidades são fundamentais para o exercício de imersão num determinado agrupamento social, na medida em que, de acordo com Geertz (2003),

“Lo que en realidad encara el etnógrafo (salvo cuando está entregado a la más automática de las rutinas que es la recolección de datos) es una multiplicidad de estructuras conceptuales complejas, muchas de las cuales están superpuestas o entrelazadas entre sí, estructuras que son al mismo tiempo extrañas, irregulares, no explícitas, y a las cuales el etnógrafo debe ingeniarse de alguna manera, para captarlas primero y explicarlas después” (GEERTZ, 2003, p. 24).

Na medida em que a etnografia pode ser definida como “parte do trabalho de campo do pesquisador e ser entendida como um método de pesquisa qualitativa e empírica que apresenta características específicas” (TRAVANCAS, 2006, p. 100), ela mostra com detalhes alguns dos processos sociais do cotidiano: “talvez o que torne o texto etnográfico mais

singular, quando o comparamos com outros devotados à teoria social, seja a articulação que ele busca fazer entre o trabalho de campo e a construção do texto” (OLIVEIRA, 1996, p. 25).

O estudo de um fenômeno comunicacional, enquanto constituinte e atrelado a processos sociais mais amplos remete a movimentos engendrados na e pela sociedade. Fator que reforça não só nossa escolha por tal método de pesquisa, mas também dá força ao próprio modo etnográfico de estudar a realidade social. Nesta direção, Caiafa (2007) afirma: “o que a pesquisa etnográfica tem de mais forte como método-pensamento é que ali se evidenciam com nitidez as marcas de uma *produção coletiva*”⁶ (p. 150).

A riqueza dos materiais colhidos que a ida a campo proporciona com a observação dos fenômenos da realidade no lugar em que ocorrem, o contato próximo com o objeto de pesquisa e as interpretações e reflexões que podem ser feitas *in loco* indicam o quanto um trabalho descritivo é denso. Contudo, a densidade que acarreta na presença de dados elementares pode fazer com que os mesmos sejam relegados a planos secundários no processo interpretativo da realidade. Esse risco, muitas vezes inevitável, é lembrado por Geertz (2003) pela potencialidade em revelar a abordagem etnográfica (antropológica; em nosso caso comunicacional) mais como um processo de observação do que de interpretação, fundamento do trabalho de campo para ele: “[...] lo que nosotros llamamos nuestros datos son realmente interpretaciones de interpretaciones de otras personas sobre lo que ellas y sus compatriotas piensan y sienten” (GEERTZ, 2003, p. 23).

Se a ida a campo propiciou-nos tomar conhecimento dos comportamentos que atores sociais desenvolvem de acordo com os contextos em que estão envolvidos, houve, inevitavelmente, o surgimento de tensões, talvez, muito pelo fato da etnografia ser um processo de interpretação e não só de observação. A própria inserção em um “mundo novo” já se assumiu como algo tensionador. Assim, para um convívio mais harmônico com a nova situação enfrentada buscamos abster-nos de julgamentos precoces, controlando os preconceitos. O que não evita, dado o deslocamento e a imersão do investigador em um ambiente alheio ao seu pelo olhar acadêmico que projeta sobre a realidade, o surgimento de embaraços advindos das circunstâncias em que ele se localiza para a descrição de processos.

Alguns constrangimentos fizeram parte de nossa caminhada pelo universo futebolístico. Ainda que estivéssemos devidamente credenciados e autorizados – principalmente, pela instituição Sport Club Internacional – à realização de movimentos dentro do Estádio Beira-Rio, embaraços surgiram pela existência de hierarquias, pertencimento de

⁶ Grifo da autora.

um mesmo indivíduo a mais de um cargo social e imbricamento entre determinada mídia (Rádio Gaúcha, pela figura de seu narrador Marco Antônio Pereira⁷), uma associação que cuida do credenciamento para a partida (Aceg – Associação dos Cronistas Esportivos Gaúchos) e instituição Sport Club Internacional.

O processo de definição de papéis, iniciado com os primeiros deslocamentos para a investigação, acentuou-se quando o funcionário destacado pela Aceg para trabalho no Estádio indicou na hora de nosso credenciamento que dirigíssemos – em duas oportunidades – ao portão nove (9)⁸ do Beira-Rio. Na primeira vez, cumprimos a ordem; já na segunda ultrapassamos a hierarquia e deslocamo-nos para o setor das sociais (onde, além da torcida, também fica parte da imprensa, principalmente, radiofônica). Lá, percebemos que espaço não era o problema; contudo, apenas verificamos a situação para nos dirigir até o portão nove. No percurso, fomos “barrados” por Jocelias Costa, o funcionário da Aceg, que questionou pela primeira vez (sendo que já havíamos estado em outras oportunidades no Estádio e, inclusive, em contato com ele próprio) a nossa presença, perguntando para quem estávamos trabalhando e, ainda, alegando que não podíamos trabalhar utilizando bermuda, sendo que durante o trabalho de campo presenciamos profissionais da imprensa de bermuda.

No momento em que indivíduos do grupo observado eram o centro da investigação e estávamos livres para realizar movimentos, ficou a sensação de que a não vinculação a determinada mídia poderia ter sido um dos motivos para tal constrangimento. Em momento anterior a essa situação, já havíamos entrado em choque com Marco Antônio Pereira quando o contatamos para saber da possibilidade em presenciar seu trabalho e respectiva equipe da Rádio Gaúcha durante alguns jogos. Em duas das três vezes em que falamos com o narrador ele indicou que falássemos com Jocelias Costa, demonstrando que o acúmulo de duas funções (narrador da rádio e presidente da Aceg) se faz presente no seu dia-a-dia, independente do lugar em que esteja para o desempenho de um ou outro papel social. Assim, percebemos que o presidente da Aceg não se faz apenas quando em presença na sala do prédio desta associação, localizado na Rua dos Andradas, em Porto Alegre.

Cabe destacar que na primeira oportunidade em que acionamos Marco Antônio Pereira não fomos claros o suficiente na explicação sobre o estudo, o que, certamente, dificultou sua compreensão sobre nossas intenções, dada sua irritação ao telefone. Após reflexão sobre o acontecimento, enviamos e-mail para o narrador explicando com clareza o propósito do estudo – ainda que tenhamos sido melhor atendidos noutra ligação, novamente fomos

⁷ Marco Antônio Pereira é o presidente da Aceg.

⁸ Esse portão é o único que dá livre acesso a imprensa para trabalho no setor de arquibancadas superiores.

encaminhados para tratar do assunto com Jocelias Costa. No entanto, hesitamos, e, procurando sair do imbricamento entre instituição, mídia (Rádio Gaúcha) e Aceg, não acionamos seu funcionário para falar sobre nossa imersão na cabine da Rádio Gaúcha no Beira-Rio. Ficou evidente que a realização de um estudo solicita, sempre, sua explicação (como se fosse a primeira vez que a estivesse fazendo) com clareza para quem seja.

Pela mudança de atitudes de uma mesma pessoa, percebemos que o pesquisador pode ser aceito de forma diferente pelos membros do universo que explora, pois as imagens que são criadas a seu respeito estão relacionadas com as apreensões que fazem do seu modo de ser. Nesse sentido, “a diversidade de papéis que os investigadores podem assumir e as relações que estão estabelecidas estão estreitamente ligadas às características pessoais” (BURGEES, 1997, p. 96).

Reconhecer o outro não é tarefa simples, requer esforço. Talvez o desprendimento de coisas que nos são familiares no dia-a-dia tenha sido o maior desafio, principalmente, porque é nessa etapa em que crenças, convicções, experiências e saberes revelam suas insuficiências na compreensão do outro, do “diferente”. É o momento em que este revela as dificuldades que se fazem percebidas pelo “confronto” de visadas permeadas por percepções de mundo distintas, dada a particularidade de cada história de vida. A abertura intelectual promovida pela viagem ao trabalho de campo não se faz, portanto, sem a disposição para a revelação do estranhamento e o encontro com a novidade.

É claro que nem sempre o ambiente ou situação onde se desenvolve o trabalho de campo apresenta-se como algo “novo”. Há deste modo, a possibilidade de um conhecimento prévio e parcial ou mesmo mais qualificado do lugar onde se realiza uma pesquisa. Em nosso caso, por exemplo, o conhecimento dos processos que envolvem a mediatização social em partidas de futebol era parcial, já que assistíamos às partidas, principalmente, pela televisão e tínhamos trabalhado como repórter de rádio na final da Copa Libertadores de 2006⁹, disputada no próprio Beira-Rio; momento que possibilitou uma primeira experiência efetiva com os “bastidores” de partidas de futebol.

Entretanto, somente pelo olhar permeado por teorias e conceitos realizamos a observação participante com certo distanciamento para a análise do objeto. Com prudência, Caiafa (2007) lembra que esse processo de distanciamento está mais ligado à questão do reconhecimento de identidades pelo etnógrafo do que a realização de pesquisas em lugares

⁹ Na cobertura do jogo entre Internacional x São Paulo pela Rádio Cultura AM, de Sant’ Ana do Livramento (RS) participamos como repórter convidado da emissora para trabalho direto do Estádio Beira-Rio, em Porto Alegre (RS).

com distâncias culturais ou geográficas. Até porque há quem escolha estudar o grupo ao qual pertence e, como aponta a autora, “a distância aqui tende a zero” (p. 150).

Os movimentos realizados por pesquisador e pesquisados são variados e permeados por situações de envolvimento e pára-envolvimento. Como refere Winkin (1998), toda a situação de envolvimento abstrai os comportamentos da ordem privada dos sujeitos e projeta aqueles que são julgados pertinentes para adoção em público. Com isso, ocorre uma projeção de cada sujeito no espaço social que pode estar composto por outros sujeitos ou dispositivos de comunicação que possibilitam o estabelecimento de conversações. Nesse contexto, “a noção de envolvimento acarreta a de “pára-envolvimento” (*involvement shield*). O pára-envolvimento são todas as estratégias que vamos utilizar para tentar não nos envolver – com toda legitimidade” (WINKIN, 1998, p.136).

De tal modo que o distanciamento estaria relacionado então ao papel desempenhado pelo pesquisador, já que enaltecendo uma posição *stricto sensu* profissional ele não abarcaria a particularidade (um tanto fugaz) dos acontecimentos potencialmente percebidos, podendo ocorrer em interpretações generalistas; por outro lado, a identificação com os outros, ao mesmo tempo em que requisitaria uma ‘disciplina da distância’, poderia acarretar em uma predisposição a não abertura, ao fechamento intelectual ou mesmo a não ocorrência de afetações pelo ambiente.

O ideal, portanto, caracteriza-se por um desprendimento parcial do etnógrafo da figura de pesquisador para que se coloque a disposição para conviver com seu objeto. Tanto que a expressão ‘observação-participante’ evidencia justamente a preocupação do olhar o outro e compreendê-lo, na medida mesmo em que nos deixamos afetar por um mundo externo que – especialmente, no caso onde investigamos aquilo que não é próximo – nos envolve com as ressonâncias de seus processos. De acordo com Guber (2001), pela observação-participante busca-se “detectar las situaciones en que se expresan y generan los universos culturales y sociales en su compleja articulación y variedad” (p. 56). Para a autora a observação participante vai além de uma simples permissão à situação de co-presença entre investigador e demais atores.

Os atos de observar e participar não se realizam como uma unidade, ou seja, sem incidências de uma prática sobre a outra. Entre a observação, que impõe certa distância à relações mais próximas com o universo observado, e a participação, denotadora de um envolvimento no e com o grupo estudado, as diferenças que emergem no modo como o pesquisador privilegia o trabalho de campo – com prevalência de uma ou outra técnica – indicam o tipo de relação cognitiva que ele vai ter com seus informantes.

Em *La Etnografía*, Rosana Guber elucida as propriedades do observar e participar, definindo que a observação-participante consiste em duas atividades principais, como a observação sistemática e controlada do que acontece em torno ao pesquisador e a participação em uma ou mais atividades do grupo “explorado” – conquanto não se seja ‘mais um’ enquanto participante e, por outro lado, não se coloque em uma posição tão externa que não afete de algum modo os atores do processo. Conforme a autora, um ato implica noutro (e vice-versa). Tais implicações traduzem-se na participação para observação e na observação para participação.

Em relação ao *observar para participar*, Guber (2001) afirma que “[...] los fenómenos socioculturales no pueden estudiarse de manera externa pues cada acto, cada gesto, cobra sentido más allá de su apariencia física, en los significados que le atribuyen los actores” (p. 60). Enaltecendo que desta perspectiva a técnica deveria ser conhecida como participação observante, enfatiza que neste caso a participação através da experiência pelos sentidos e pela vivência de determinado universo sociocultural é o único meio para se ascender aos sentidos negociados e intercambiados entre indivíduos.

Sobre o *participar para observar*, a autora, lembra que esta técnica busca certa objetividade, evitando distorções no processo de coleta de dados. Assim, o investigador comportar-se-ia fundamentalmente como observador, assumindo a observação como técnica prioritária e a participação como um “mal-necessário”. O contato com o outro se justificaria pela demanda de indivíduos ou, ainda, pela necessidade de interpretações sobre a vida social transcenderem a técnica da observação, que, portanto, não seria suficiente. Entretanto, a posição de neutralidade na qual se encontraria o etnógrafo estaria relativizada pela própria incidência da etnografia sobre o universo pesquisado.

A partir das reflexões de Guber (2001) sobre a técnica da observação-participante, que seria, portanto, a conjunção das técnicas do observar e do participar, localizamos nosso estudo num âmbito em que o olhar é privilegiado, sendo a participação requisito ao direcionamento de nossa visada sobre interações sociais em partidas de futebol. Contudo, ainda que estivéssemos “enquadrados” na categoria do *participar para observar*, o contato com o outro não ficou à margem no trabalho de campo. De outro modo, assegurou acessos ao universo pesquisado e colaborou com informações que atravessaram o próprio olhar sobre a realidade.

Nesse contexto, o deslocamento físico que a etnografia proporciona tende a “facilitar” a compreensão do universo-problema. Ainda que a pesquisa contemple agrupamentos momentâneos – como em jogos de futebol, há a emergência de papéis sociais na forma das

tribos com as quais relacionam-se. Imprensa, torcida, dirigentes, jogadores, membros da comissão técnica, funcionários do clube, são exemplos de algumas que localizamos. As tribos podem ser apreendidas em seus movimentos interacionais, apresentando-se com mais nitidez em campo as representações do eu, trabalhadas por Erving Goffman.

Este método permitiu a apreensão da qualidade das interações que torcedores realizam em jogos de futebol. A presença de tecnologias móveis como celulares (incluindo os aparelhos com imagens de televisão) ou rádios portáteis de “narração” da partida que a própria tribo assiste, ao vivo, pode competir com a atenção destinada ao jogo, situando tais indivíduos em múltiplos contextos. O que poderia ter se tornado problemático pelo “desvio” ao processo interacional de referência (nesse caso a interação com o jogo em si), no entanto, transcreveu-se como problema em nosso estudo justamente pela sua potencialidade de revelar as afetações germinadas pela mediatização em partidas de futebol.

De todo modo, a ida a campo irrompeu como fundamental para as observações do objeto, porque propiciou a interpretação e a compreensão de dinâmicas que se desenvolvem e permeiam processos sociais. “A vantagem de ser um observador participante reside na oportunidade de estar disponível para recolher dados ricos e pormenorizados, baseados na observação de contextos naturais” (BURGEES, 1997, p. 86).

Para isso, três quesitos foram, portanto, fundamentais: o saber ouvir, o olhar e o escrever; saberes relacionados por Winkin (1998). Primeiramente, o trabalho de campo atravessou os sentidos da audição e visão, pois estas são ferramentas que indicam ao pesquisador os recortes que deve fazer durante a observação para, após, iniciar o processo de codificação.

Depois que determinadas teorias foram estudadas e voltamo-nos à etapa de pré-observação, fomos efetivamente a campo com um olhar diferenciado, isto é, com uma visão particular do objeto. Como lembra Oliveira (1996), o olhar está permeado pela teoria que se refere ao objeto, sendo que não se constitui com uma mera observação ingênua da realidade. Para a análise da mediatização social em partidas de futebol, o olhar necessitou estar referendado por conceitos precisos que estruturassem todo um caminho metodológico percorrido no processo.

Nesta medida, o Estádio Beira-Rio deixou de ser visto como sendo somente um lugar onde se realizam partidas de futebol para ser percebido como um espaço onde emergem marcas de uma ambiência social que, em sua existência, ultrapassa estruturas físicas. Ainda, pode ser apreendido como âmbito de produção, recepção e circulação de sentidos.

Para a saída de uma posição de senso comum, outro sentido que precisou estar apurado foi o da audição. Com ouvidos atentos, apreendemos uma diversidade de falas em meio a estratégias discursivas da imprensa, ações da instituição Sport Club Internacional e interações dos torcedores – com a própria tribo, com a instituição ou mesmo com a imprensa. A faculdade do escutar permitiu, ainda, que pudéssemos extrair dessas falas os fragmentos necessários à percepção de marcas da mediatização pela linguagem verbal. O saber ouvir significou, também, ter a sensibilidade de questionar as pessoas certas em momentos adequados.

O olhar e ouvir são atos cognitivos que não se desenvolvem separados, isto é, são interdependentes. Essas duas ações atuam de forma combinada e só efetivam os objetivos da pesquisa quando se complementam. A visão capta as movimentações dos atores enquanto a audição filtra as várias falas. O encaixe entre ambas ocorre, justamente, na associação das imagens registradas na memória do pesquisador com as devidas falas, as quais deu prioridade de escuta e associa com os movimentos que chamaram mais atenção.

Contudo, a pesquisa não se efetiva sem o processo de codificação das observações de campo, momento em que os sentidos tomam forma e dão forma, conforme Bourdieu (1990). Para o autor, “a codificação está intimamente ligada à disciplina e à normalização das práticas” (BOURDIEU, 1990, p. 101), inscrevendo-se como uma “uma operação de ordenação simbólica”¹⁰. Nesse sentido, além do olhar e do ouvir, a escrita foi fundamental para a realização do estudo. O ato de escrever não se confirma de modo independente e somente conforme as pretensões de quem escreve, pois o processo da escrita está baseado em teorias que sustentam a realização do trabalho de campo. Assim, escrever significa aliar a teoria com as observações do cotidiano e, ainda, com os propósitos da pesquisa, sistematizando e refletindo sobre o objeto.

A existência do diário de anotações configura todo esse processo de interpretação dos fatos. O diário é o instrumento essencial para o registro dos momentos que emergem durante o processo investigativo e funciona como meio de registrar as observações, leituras e reflexões acerca do objeto. Conforme Winkin (1998), o diário cumpre três funções: emotiva, empírica e reflexiva e analítica. A primeira diz respeito à particularidade das anotações do pesquisador com informações que traduzem o seu modo de ver o mundo; o diário é o documento íntimo que só o pesquisador deve ter acesso. A outra função é a empírica e está relacionada às anotações feitas com base nas observações de campo. Por último, “a terceira

¹⁰ (idem).

função do diário é reflexiva e analítica. Vocês vão reler-se regularmente e fazer anotações (à esquerda)” (WINKIN, 1998, p.139). O autor propõe uma divisão do diário ao meio, ficando os dados coletados à esquerda e as impressões do pesquisador sobre sua imersão, à direita. Diferentemente do estudo anterior (sobre o programa Sala de Redação, da Rádio Gaúcha), desta vez não seguimos o modelo proposto por Winkin, deixando todo o espaço do diário para o material colhido no Estádio Beira-Rio.

Nesse sentido, a constituição do diário é realizada, segundo Oliveira (1996), no gabinete, ou seja, num lugar onde o pesquisador está a sós com seu bloco para articular as suas idéias e compreender as anotações que fez em campo, para transformar em texto os processos de observação. O ato de escrever em gabinete cumpre a função cognitiva de maior importância em todo o processo, pois é nesse lugar que acontece um encontro mais próximo do pesquisador com as teorias que sustentam sua pesquisa. A interpretação das observações, portanto, passa por um filtro formado pelas respectivas disciplinas que orientam o trabalho de campo.

Para a realização do trabalho de ver e ouvir, o conhecimento da linguagem do mundo do futebol foi fundamental, possibilitando que o trabalho de campo se mantivesse alinhado aos propósitos da pesquisa. Ainda, o entendimento da linguagem do objeto de pesquisa irrompeu como um dos pré-requisitos para a entrevista, descrita por Guber (2001) como o momento em que “se encuentran distintas reflexividades pero, también, donde se produce una nueva reflexividad” (p. 76).

A consciência prévia de uma gama de ações que atravessam processos interacionais sobre os jogos incidiu na eleição de questões-chave para a compreensão do que pensam os atores sociais envolvidos em múltiplas processualidades referentes – e ocorridas durante – as partidas de futebol. Esse saber tornou-se útil, na medida em que as entrevistas “raramente são conduzidas isoladamente; fazem freqüentemente parte de um programa de investigação e utilizam o conhecimento que o investigador tem da situação social” (BURGEES, 1997, p.116).

A complementação da pesquisa com entrevistas semi-estruturadas proporcionou o conhecimento mais detalhado de atores que freqüentam partidas de futebol em uma ambiência em mediatização. A opção pela realização desse tipo de entrevistas vai ao encontro da tese de que esse modo de abordagem possibilita aos informantes não estarem presos a um questionário, que pressuponha respostas determinadas. Segundo Burgees (1997), “esta estratégia, argumenta-se, dá aos informantes uma oportunidade para desenvolver as suas respostas fora de um formato estruturado” (p. 112).

Para as entrevistas, os temas variaram conforme as tribos destacadas para o direcionamento das perguntas – construídas não apenas para revelar-nos informações a que de outra forma não teríamos acesso, mas também para provocar os sentidos do outro, levando-o, portanto, a refletir sobre suas práticas. Profissionais da imprensa, torcedores e dirigentes foram os grupos selecionados para as entrevistas, todas elas realizadas em encontros face-a-face, quando os entrevistados falaram desde o lugar destacado para o trabalho de campo.

De um modo geral, notamos nos entrevistados o conhecimento suficiente e as respostas adequadas às perguntas que lhes foram dirigidas. Esse processo dos indivíduos pensarem sobre a própria prática revelou não apenas o conhecimento das atividades realizadas no cotidiano relacionado as partidas de futebol, mas também a capacidade de atores sociais saírem de seus lugares ‘automáticos’ de execução de seus papéis para refletirem sobre seus atos e as circunstâncias que os envolvem.

3.1 METODOLOGIA DE PESQUISA

A partir do desenvolvimento de nosso estudo sob o método-pensamento da etnografia, o contato com o empírico revelou processualidades do jogo (aquilo que ocorre propriamente durante os 90 minutos da disputa) e momentos relativos à situação jogo. A partir de interações projetadas sobre partidas de futebol percebemos que indícios de mediatização social no campo esportivo seriam apreendidos pela visada em direção a processos interacionais. A diversidade de pistas aí emergentes passa pela riqueza e peculiaridade com que se processam interações sociais, na medida em que elas “[...] são, assim, representadas por situações, cenários e papéis, nos quais as pessoas, dentro das situações mais banais, se auto-apresentam e apresentam suas atividades aos outros” (SIGNATES, 2009, p. 267). Perspectiva que, acoplada a noção de representação de Goffman (1985), sugere que uma visada que se proponha a entender interações em um estádio de futebol não se restrinja a determinado ângulo, senão desloque-se por ângulos diversos para percebê-las de modo transversal, propondo relações que permitiriam o entendimento de um processo referência.

Nesse contexto, os observáveis localizam-se em regiões marcadas por ações da imprensa, instituição Sport Club Internacional e torcedores. Para entendimento de lógicas de mediatização propõem-se ângulos de e para observação dos observáveis em relação ao contexto referência (o jogo): em cabines de imprensa; no ambiente onde são realizadas as entrevistas coletivas pós-jogo; nos lugares da torcida, como arquibancadas e camarotes. O esquema a seguir ilustra o lugar onde encontramos os observáveis, situados em ‘A’, ‘B’ e ‘C’,

e que são apreendidos a partir de suas especificidades, possibilidades de realização e relações entretidas.

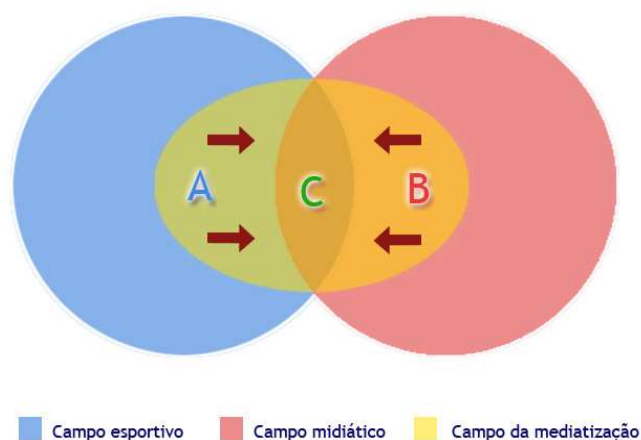


FIGURA 10 – Metodologia para observação participante

O trabalho de campo compreende a região em amarelo (delimitada pelo espaço físico do Estádio Beira-Rio), espaço de mediatização social no qual podemos apreender lógicas de realização do fenômeno. É a região “aberta” a apropriação e contatos com outras dimensões da existência dos sentidos, que podem ser percebidos pela circulação que se faz pelos campos sociais. Embora seja possível a percepção de representações de indivíduos vinculados a diversos campos sociais, focamos nossa visada em direção aquelas que denotam a existência dos campos esportivo e da imprensa. Nas regiões não abarcadas pela indicação em amarelo encontrar-se-ia o espectro de operações efetivamente de bastidores, onde haveria possibilidades de mediatização e se dão, entre outras coisas, as negociações e transações que engendram a própria realização dos jogos de futebol vinculados a determinadas competições e calendários esportivos.

Da região ‘A’, nossa visada parte da engrenagem colocada em funcionamento pela instituição Sport Club Internacional para a circulação de sentidos. Assim, procuramos compreender lógicas de mediatização pela emergência de suportes para comunicação do clube com os torcedores. Ainda, desse lugar buscamos apreender marcas de mediatização a partir de interações projetadas pelos torcedores¹¹ acerca do jogo. Com deslocamentos pela região ‘B’ visualizamos o objeto pelo atravessamento do olhar (num primeiro plano) por operações da imprensa.

¹¹ Para fins metodológicos, esta tribo é percebida como parte da instituição, na medida em que enquanto tal vincula-se a mesma pelo reconhecimento em suas operações. A própria veste com as cores do clube e o deslocamento para o âmbito institucional seriam marcas dessa pertença.

Em relação à região ‘C’ é preciso destacar que esta não engloba, necessariamente, a presença física do olhar; antes, evidencia um lugar possível para apreensão de relações e tensionamentos entre os campos esportivo e da imprensa. Ao contrário das outras regiões, marcadas nitidamente pela presença do pesquisador, este âmbito emerge, principalmente, pelas possibilidades do encontro de ambos os campos, o que pode ser visto desde as regiões ‘A’ e ‘B’, que chegam a confundirem-se quando de nossa presença na sala de imprensa, onde há um contato mais direto entre membros desses campos sociais.

A partir das arquibancadas (região ‘A’) podemos enxergar operações da imprensa – situação representada, por exemplo, pelas posições de repórteres e cinegrafistas de televisão, que variam entre modos de abordagem sobre atletas e gravações de boletins ou entradas ao vivo como parte da cobertura do jogo. Já a partir das cabines de imprensa (região ‘B’), temos a possibilidade de perceber estratégias institucionais sobre o jogo através do sistema de alto-falantes e telão. Deste modo, as setas no esquema indicam a “instalação” de nossos sentidos em determinados pontos, que servem de partida para a apreensão de processos interacionais.

O caminho proposto para alcançarmos o objetivo comporta, portanto, o recolhimento e a análise de indícios de mediatização social em partidas de futebol, operando como norteador de um ponto de vista atravessado pelo gabinete até determinadas realidades relacionadas a um universo específico: jogos de futebol profissional dos campeonatos Gaúcho e Brasileiro e Copa Libertadores da América, referentes a 2010 e disputados pelo Internacional em seu estádio, o Beira-Rio.

O trabalho de campo aconteceu em 14 partidas do Internacional. Para cada partida, um ângulo de vista foi destacado. A escolha dos ângulos preferenciais para cada jogo não foi aleatória, dependeu de negociações, principalmente, com o campo midiático, na medida em que as visitas nas cabines de imprensa aconteceram conforme agendamento prévio. Nas partidas em que não nos dirigimos ao setor das mídias escrita, radiofônica e televisiva, deslocamo-nos para as arquibancadas do estádio.

Em relação as observações, destacamos uma emissora de rádio (Rádio Guaíba), uma emissora de televisão (RBS TV) e a cabine da imprensa escrita para observação de modos de leitura dos jogos pela mídia. A não restrição a determinada mídia busca uma apreensão da variedade de situações colocadas no estádio em operações sobre a realidade das partidas de futebol. Além disso, esse recorte possibilita uma visada sobre as singularidades de cada mídia no seu exercício de cobertura dos eventos esportivos. Com uma explicitação do funcionamento de cada veículo de comunicação inauguramos um olhar transversal que busca

a partir do singular extrapolar processos em curso, percebendo diferenças e convergências no exercício midiático de leitura do ‘real’.

Para a realização da etnografia utilizamos um ‘diário de campo’ onde fizemos anotações durante cada estada no Estádio Beira-Rio. Após cada jogo, produzimos relatórios a partir das anotações feitas no ‘diário’. Num segundo momento, cruzamos os relatórios produzidos; com isso, emergiram dimensões para trabalho sobre os dados colhidos em campo.

Com relação as entrevistas, estas foram realizadas em sua maioria no Estádio Beira-Rio, à exceção da entrevista realizada com Luis Carlos Reche, da Rádio Guaíba. Logicamente, os temas giraram em torno de questões de pesquisa; dado o caráter semi-estruturado, não deixamos em aberto os assuntos para que os entrevistados discorressem sobre o que quisessem. As perguntas foram direcionadas às nossas preocupações sobre a mediatização social em partidas de futebol. Para os torcedores elas ficaram em torno das variações percebidas nos seus deslocamentos entre o assistir aos jogos de dentro de casa pela televisão e ouvi-los no rádio desde o próprio estádio de futebol. Ainda, questionamos sobre a importância do antes e o depois dos jogos, momentos em que os torcedores ficam ligados na mídia em busca de informações sobre as partidas. Para os membros da imprensa, a pauta partiu dos papéis desempenhados pelos profissionais de mídia em dias de jogos. À instituição questionamos suas estratégias comunicacionais para o estabelecimento de relações com os torcedores no estreitamento dos vínculos entre o futebol e a torcida.

4 O LUGAR PERCEBIDO

Para quem nasceu nos anos 80, o Sport Club Internacional parecia mais um clube de status regional do que propriamente internacional, sequer nacional. As três estrelas na camiseta brilharam para quem acordou às cores vermelho e branca da instituição naquela época, no entanto, não traduziam um passado vencedor e de glórias do clube, situado às margens do Rio Guaíba, em Porto Alegre (RS, Brasil). A década de 80 era do Grêmio Football Porto-Alegrense, eterno adversário do Internacional e que há 30 anos conquistava títulos de porte nacional (Campeonato Brasileiro de Futebol) e internacional (Torneio Mundial de Clubes).

Abrindo os olhos para o mundo, àquela geração mal soube (viria a saber com mais clareza depois) dos insucessos de seu time do coração, que ostentava três estrelas sobre o

símbolo com as letras S, C e I. Em 1980, com Paulo Roberto Falcão¹² ainda atuando no Internacional, o clube teve a chance de colocar mais uma estrela no peito do torcedor e ostentar possível grandeza internacional, já percebida pelo próprio nome da instituição. No entanto, veio a decepção: quem ficou com a taça foi o Nacional, de Montevideu (Uruguai).

Os títulos foram poucos, comparados à história que seria vivenciada por esses torcedores nas décadas seguintes, já que ao status de internacional se sobrepusera o de time regional. Embora não tenha sido uma década vitoriosa e de acordo com as ambições escritas no nome que carrega, houve certa representatividade e importância da instituição naquele período, como conta Kenny Braga, jornalista de Sant' Ana do Livramento (RS, Brasil), em seu livro 'Inter: orgulho do Brasil':

“A década de 80 não foi a mais brilhante da história do Internacional, mas nem de longe se pode considerá-la uma década perdida. Houve a conquista do Troféu Juan Gamper, em Barcelona, em 1982, o tetracampeonato gaúcho de 1981 a 1984, a vitória do Gre-nal do século, em 1989, e o fato honroso de o clube ter representado o Brasil nas Olimpíadas de Los Angeles, obtendo a melhor colocação do futebol brasileiro na história dessa competição, com a conquista da Medalha de Prata” (BRAGA, 2006, p. 99).

Ainda que timidamente, as coisas começariam a mudar de rumo nos anos 90. Com os olhos mais despertados para o mundo, muitos torcedores colorados nascidos na década anterior teriam a chance de ver (alguns pela televisão, outros no próprio estádio) seu time campeão, e saindo novamente das fronteiras estaduais, como já aconteceu na década de 70.

Em 1992, o Internacional conquistou mais um título nacional. Desta vez, o pênalti cobrado pelo então zagueiro Célio Silva contra o Fluminense, do Rio de Janeiro (RJ), aos 41 minutos do segundo tempo de jogo e diante de cerca de 50 mil torcedores, trouxe a esperança de dias melhores; junto com eles a quarta estrela. Desta vez, esta não apenas brilhava aos olhos de quem ainda não havia visto seu time conquistar um grande título, como era espelho para muitos de um jogo ganho e visto com os próprios olhos; a história já se fazia presente por uma percepção de mundo. Na Copa do Brasil desse ano, a campanha do Internacional traduziu-se em 10 jogos disputados com sete vitórias, dois empates e uma derrota. A equipe balançou as redes por 20 vezes, enquanto sofreu seis gols.

Se a ambição era a de aumentar os trunfos nacionais e a conquista inédita de um título internacional, ela foi sufocada por mais títulos regionais, comemorados com certo ímpeto no Rio Grande do Sul diante da rivalidade com o Grêmio, já que na maioria das vezes colorados ou gremistas erguem a taça. O título de Campeão Gaúcho mais marcante da década de 90 veio

¹² Colocar nota.

em 1997. Assim como em 1992, até então o ano mais marcante daquela década, o placar foi 1 a 0 para o Internacional, mas dessa vez diante do tradicional rival, o Grêmio. O autor do gol foi Fabiano, atleta que atuava na ponta-direita do ataque colorado. Aliás, força e técnica foram os elementos essenciais do jogador que puderam ser vistos quando ele disparou em arrancada pela direita de ataque do Internacional e desferiu um chute alto, certo contra a meta do arqui-rival, que tem três mosqueteiros como símbolo. Naquele momento pode-se perceber o gol como momento não só de comemoração, mas também de desvelamento de qualidades próprias ao indivíduo apto a fazê-lo. Fabiano demonstrou suas virtudes, “só não pode colocar em prática a coreografia que havia ensaiado com Arílson para o momento do gol, porque na hora eles tomaram rumos diferentes” (BRAGA, 2006, p. 113).

Mesmo sem colecionar títulos internacionais, a década de 90 também foi positiva para aqueles torcedores nascidos nos anos 80 por outros feitos, para além dos títulos alcançados. Em 1997, após a conquista do Campeonato Gaúcho, o mesmo Fabiano foi um dos protagonistas do placar histórico de 5 a 2 contra o Grêmio, em jogo realizado no Estádio Olímpico, casa do clube tricolor, das cores azul, branca e preta. A facilidade encontrada pelo Internacional para vencer o Grêmio em seu território foi tanta que a vitória foi comemorada como um título e colocada na história como momento inesquecível da instituição colorada. Outro feito foi o retorno, em 1999, de Dunga, atleta que ergueu pela Seleção Brasileira, em 1994, a taça de campeão mundial pela Copa do Mundo, da FIFA¹³. Dunga, que treinou a Seleção Brasileira no mundial de 2010, já havia jogado pelo próprio Internacional nos anos 80.

4.1 OS ANOS 2000

O começo dos anos 2000 seriam de tempo nublado para os torcedores do Internacional. Em nada explicitaria a conquista definitiva do status internacional que seria atingido, definitivamente, em 2006. O foco do presidente Fernando Miranda em arrumar as finanças do clube no ano de 2001 fez com que os resultados de campo não fossem positivos, embora o clube já tomasse providências no âmbito do futebol com sua adequação a Lei Pelé, momento em que contratos de longo prazo foram feitos com atletas das categorias de base. Sem contar o fato da necessidade de venda de dois jogadores importantes, como Fábio Rockenbach e Lúcio, para o futebol europeu.

¹³ Federação Internacional de Futebol que regula o futebol a nível mundial, como amistosos entre seleções os principais torneios internacionais, como o Mundial de Clubes e a Copa do Mundo.

O começo do ano de 2002 foi marcante na história do Internacional. Em janeiro daquele ano foi eleito o homem que levaria a instituição aos maiores títulos de sua história. No entanto, as coisas não começaram tão fáceis para o presidente Fernando Chagas Carvalho Neto. Mesmo com uma série de contratações de jogadores importantes, como a de Júnior Baiano, no início de sua gestão, e a conquista do Campeonato Gaúcho de 2002, o ano acabou sendo mais de alívio dentro de campo do que de comemorações para a torcida do clube: o time, que atingiria o status de clube internacional, livrou-se da queda para a segunda divisão do Campeonato Brasileiro desse ano na última rodada do torneio.

Na primeira metade dos anos 2000, o Internacional demonstrou novamente sua supremacia em número de títulos regionais; de 2002 a 2005 foram quatro conquistas. Mas uma conquista a nível nacional não vinha desde 1992 e de nível internacional ainda era sonho, ou melhor, ambição. Somente no ano de 2005 a torcida começaria a visualizar dias melhores com possibilidades efetivas do clube conquistar novamente grandes títulos. Contratado em 2003, o técnico Muricy Ramalho levou o clube ao vice-campeonato brasileiro em 2005. Para muitos colorados, um segundo lugar a ser discutido. Nesse ano, o presidente do Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD), Luiz Zveiter, anulou 11 jogos dirigidos pelo árbitro Edílson Pereira de Carvalho, acusado de manipular resultados para beneficiar apostadores. A atitude do magistrado fez com que o resultado final do torneio ficasse alterado; sem a repetição dos onze jogos, o Internacional teria encerrado a competição com 78 pontos, contra 77 do Corinthians. Ainda, no confronto direto entre as duas equipes em São Paulo (SP), o árbitro Márcio Rezende de Freitas não deu um pênalti claro em Tinga, do Internacional, acusando-o de simulação. O atleta acabou sendo expulso e o Internacional empatando a partida em 1 a 1 com o Corinthians.

Em 2006, as crianças dos anos 80 veriam, finalmente, o Internacional ser internacional. Com a saída de Muricy Ramalho, o técnico Abel Braga assumiu o comando da equipe, então, classificada para a Copa Libertadores da América. Com campanha pífia no Campeonato Gaúcho daquele ano, as atenções se voltaram para o torneio continental. Pela primeira vez na história de 97 anos do clube, o Internacional atingiu as ambições já registradas em seu próprio nome: no dia 16 de agosto de 2006, conquistaria a tão cobiçada Taça Libertadores da América.

A campanha do título: na primeira fase da Taça Libertadores foram seis jogos, com dois empates, três vitórias e uma derrota. Nas oitavas-de-final, o Internacional enfrentou o Nacional, do Uruguai, sendo um empate e uma vitória. Já nas quartas-de-final, o colorado pegou a LDU, do Equador: avançou à fase seguinte pelo saldo de gols, já que perdeu uma

partida e ganhou a outra. Nas semi-finais, o Libertad, do Paraguai, foi o adversário; no jogo do Paraguai, um empate, enquanto que no confronto em Porto Alegre (RS) o Internacional venceu por 2 a 0, com gols de Alex e Fernandão. As finais foram um campeonato à parte, com a disputa do certame por dois brasileiros: o Internacional e o São Paulo (SP). O primeiro jogo foi realizado na capital paulista; o atacante Rafael Sobis foi o destaque na vitória colorada por 2 a 1. Já na partida de volta, em Porto Alegre (RS), no dia 16 de agosto, Fernandão e Tinga marcaram os gols do empate em 2 a 2 com o São Paulo, resultado que deu o título à instituição Sport Club Internacional.

Pela primeira vez na história o Internacional alcançava um status privilegiado entre as principais equipes do futebol brasileiro. Não bastasse isso, o título garantiu o direito de um voo mais alto para o clube: desta vez, abria-se a possibilidade de conquista de um campeonato não somente para além das fronteiras do Estado e do Brasil, porém, pela ultrapassagem dos limites continentais. Ao atravessar o Oceano Atlântico rumo ao Japão, o Internacional foi atrás da taça de campeão mundial de clubes em torneio disputado pelas equipes campeãs de cada continente (Américas do Sul e do Norte, Europa, África, Ásia e Oceania). No dia 17 de dezembro de 2006, conquistava em Yokohama, no Japão, o título de campeão mundial de clubes pela FIFA. Assim, novos tempos emergiam para os colorados com o reconhecimento da instituição a nível mundial e pelas comemorações efusivas de torcedores que ainda não tinham visto seu time do coração comemorar um grande título.

4.2 A FAMOSA DÉCADA DE 70

Os últimos grandes títulos do Internacional antes das conquistas mais importantes de sua história nos anos 2000 foram na década de 70, um tempo não vivenciado pela geração de 80. Os anos de 1975, 1976 e 1979 ficariam marcados na história do Sport Club Internacional, porque propiciaram a conquista de três campeonatos brasileiros de futebol.

Em 1975, sob o comando de Rubens Minelli, o Internacional foi, nos termos de Braga (2006), um time “assombrosamente afirmativo”. Superando o famoso ‘Rolo Compressor’¹⁴, dos anos 50, o Internacional ganhou o título de heptacampeão gaúcho. “No campeonato brasileiro, o time mostrou a mesma eficiência e determinação. E degrau por degrau foi

¹⁴ A metáfora ‘Rolo Compressor’ é utilizada como referência ao time da década de 50 conhecido por atropelar os adversários dentro de campo, principalmente, no então estádio do Sport Club Internacional, o Estádio dos Eucaliptos. Segundo Kenny Braga, em seis anos de glórias o Rolo Compressor do Internacional disputou 28 clássicos, vencendo 19, empatando cinco e perdendo quatro partidas. Ainda, de acordo com o jornalista, nenhuma proposta de clubes de São Paulo e Rio de Janeiro seduzia os jogadores do Rolo Compressor para deixarem Porto Alegre.

subindo, até que a estrela do campeonato brasileiro, a primeira conquistada por um clube gaúcho, ficasse ao alcance de sua mão” (BRAGA, 2006, p. 75).

Para a temporada de 1976, Rubens Minelli foi mantido no cargo, assim como foi conservado o time de 75. Aos então campeões do Brasil foram acrescentadas duas contratações: o zagueiro Marinho Peres, contratado junto ao Barcelona, da Espanha, e que tinha jogado a Copa do Mundo de 1974, e Dario, centroavante que teve seus direitos adquiridos junto ao Sport Recife, de Pernambuco. Novamente, o Internacional conquistou o Campeonato Gaúcho, a saber, o octacampeonato da competição. Três meses depois deste feito, o Internacional voltou a ultrapassar as fronteiras do Rio Grande do Sul ao vencer pela segunda vez o campeonato nacional.

À diferença dos anos anteriores, em 1979 o Internacional não conquistou o título regional; a instituição sequer contava com a quase totalidade dos atletas campeões em 1975 e 1976. O meio-campista Falcão e o atacante Valdomiro eram os únicos remanescentes da equipe vitoriosa nos anos anteriores. Desta vez, Rubens Minelli já não era mais o técnico, sendo o comandante do vestiário colorado o treinador Ênio Andrade. Mesmo com as reformulações e o terceiro lugar obtido no Campeonato Gaúcho, o Internacional conseguiu um feito até hoje não igualado por nenhuma outra equipe do futebol brasileiro: o de campeão invicto da competição, não perdendo um só jogo dos 23 disputados. “As vítimas entravam em campo sabendo antecipadamente que seriam imoladas no altar dos ídolos vermelhos” (BRAGA, 2006, p. 83).

4.3 UMA HISTÓRIA ANTIGA

Em seu nome, o Sport Club Internacional sempre carregou ambições de títulos para além das fronteiras regionais e nacionais; conseguiu aquilo que projetara desde sua fundação, em 1909. Mesmo que sua origem remonte à cidade de Porto Alegre (RS), as influências vieram de fora do Rio Grande do Sul, a principal delas de São Paulo (RS), onde já existia desde 1898 um Sport Club Internacional. A equipe paulista fora fundada por 25 jovens que organizaram uma equipe para a prática de futebol.

Os irmãos Henrique, José e Luís Poppe eram torcedores do Internacional de São Paulo. Radicados na capital gaúcha, eles deram início à fundação do Sport Club Internacional, de Porto Alegre (RS). Com a realização de duas assembléias no porão da residência do então futuro presidente a ser escolhido, João Leopoldo Seferin, estava consolidada a instituição do mais novo clube porto-alegrense, que ao nascer se juntou às outras três agremiações já

existentes na cidade: o Fussball Club Porto-Alegrense, a Sociedade Frisch Auf, onde predominava, segundo Braga (2006), a juventude germânica, e o Grêmio Porto-Alegrense, fundado em 15 de setembro de 1903. “A exemplo dessas agremiações, o novo clube também elaborou seus estatutos, aprovados no início de maio, e definiu as cores do seu uniforme” (BRAGA, 2006, p. 16).

O primeiro campo de jogo utilizado pelo Internacional foi um campo numa das ruas de Porto Alegre, a Rua Arlindo, na região conhecida como Ilhota. Como os alagamentos prejudicavam seu uso, a “casa” do clube mudou-se para onde hoje é o Parque da Redenção. Ainda assim, não era o local ideal. A improvisação do campo, como a constante colocação e remoção das goleiras em dias de jogos, fez com que o novo endereço do Sport Club Internacional fosse a Chácara dos Eucaliptos, na Rua Azenha, “onde o clube continuou fazendo história por 20 anos” (BRAGA, 2006, p. 20). Como a Chácara dos Eucaliptos, de propriedade de um asilo, chamado de Providência, acabou sendo vendida e destinada a formação de um loteamento, o clube teve mais uma vez de se mudar.

A nova mudança foi definitiva. A transição apresentou-se não só pelo novo terreno, mas também pela instituição batizar sua ‘praça de jogos’ com referência à localidade anterior. Da Chácara dos Eucaliptos ao Estádio dos Eucaliptos, no bairro Menino Deus. A diferença desta vez era que, com o emprego de máquinas, o Sport Club Internacional passava a ter uma área própria: “o mês de março de 1931 entrou para a história do futebol gaúcho com a inauguração do novo estádio” (BRAGA, 2006, p. 26).

4.4 ÀS MARGENS DO GUAÍBA

O Estádio dos Eucaliptos não pareceu suficiente para as pretensões coloradas. Ao desejo de sua ampliação procedeu-se a decisão de se construir um novo estádio, dadas as dificuldades de ampliá-lo. Como o aumento da estrutura dos Eucaliptos implicava no fechamento de uma rua, os dirigentes tiveram de encontrar uma solução. Esta passou pela apresentação à Câmara de Vereadores de um projeto de lei que propunha a doação de uma área de sete hectares ao clube, espaço destinado em um aterro que deveria ser realizado no Rio Guaíba para o erguimento do novo estádio.



FIGURA 11 – As primeiras formas do Estádio Beira-Rio no aterro feito no Rio Guaíba

Com a aprovação do projeto, o aterro foi feito e iniciou-se a construção do Estádio Beira-Rio, no dia 5 de novembro de 1957. Às margens do Guaíba, o Beira-Rio daria origem a um complexo formado por campos de treinamento, o Ginásio Gigantinho e o Parque Gigante, freqüentado por sócios do clube. As contribuições para a obra partiram de todo o Rio Grande do Sul; dinheiro, materiais de construção, ajuda de empresas privadas na forma de publicidade antecipada e até a facilitação nos negócios sobre a obra contribuíram para a construção do Beira-Rio, que foi inaugurado no dia 6 de abril de 1969 na partida entre Internacional e Benfica, de Portugal; jogo que contou com a presença de cerca de 100 mil pessoas.

Com capacidade para 56 mil pessoas sentadas, o Beira-Rio de hoje é um estádio que possui a seguinte estrutura: 06 Bilheterias/35 guichês; 26 portões; 6 elevadores (dois nas Cadeiras, um nos Camarotes, dois no Ginásio Gigantinho e um no pórtico de entrada do estádio); 39 banheiros (20 masculinos e 19 femininos); Loja InterSport, Agência Banrisul, Loja de Produtos Tradicionalistas 'Cosa Gaúcha', Churrascaria Montana Grill no Parque Gigante; 18 suítes equipadas com ar condicionado, internet, sofás, mesas e televisão; 4 vestiários, sendo 2 para o time profissional com banheiras de hidromassagem, área técnica, área para aquecimento, departamento médico, 1 para os árbitros e 1 para as categorias de base; 4 campos suplementares de treinamento das categorias de base e do time profissional; estacionamento para 4,5 mil veículos¹⁵. Além disso, o estádio conta com 24 cabines de imprensa e sala de imprensa onde são realizadas as entrevistas coletivas pós-jogo.

¹⁵ Informações obtidas no site do clube: <http://www.internacional.com.br/pagina.php?modulo=4&setor=29>



FIGURA 12 – Estádio Beira-Rio em dia de jogo; à frente, parte do Ginásio Gigantinho

Em meio a toda a esta estrutura, nossas movimentações para coleta de dados ficaram restritas a sala e cabines de imprensa e setor de arquibancadas. O diagrama, a seguir, dá uma dimensão da sala de imprensa, onde empreendemos parte de nossas movimentações.



FIGURA 13 – Sala de imprensa do Estádio Beira-Rio

Outro lugar por onde nos movimentamos durante o trabalho de campo foi o setor das cabines de imprensa, destacado no mapa abaixo:

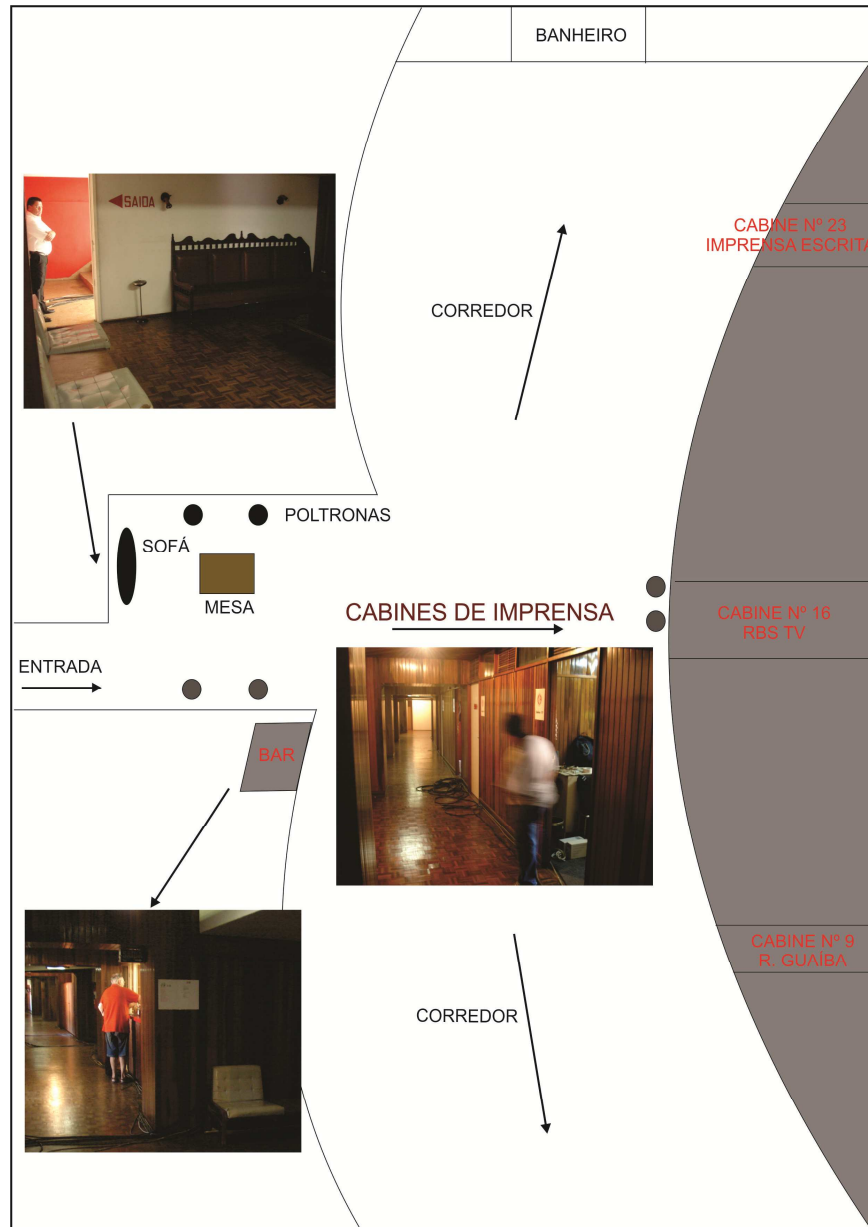


FIGURA 14 – Setor destinado a cobertura das partidas de futebol pela imprensa

PARTE II: O LUGAR DIMENSIONADO

O jogo de futebol ultrapassa os 90 minutos. Coloca-se num lugar de emergência de impressões desta prática desportiva, onde os contatos com a realidade estão permeados pelo ‘real’ e por histórias, com a assinatura do tempo. Há o antes, o durante, o depois de cada partida. Além disso há o que acontece nesses momentos, aquilo relacionado a partida em si, ao dia do jogo, aos momentos próximos a ocorrência do evento esportivo.

Um cotidiano particular se insinua com uma expressão mais sólida em regularidades do dia-a-dia do mundo do futebol. Por de trás dos fazeres, indivíduos envolvidos em suas práticas demarcam espaços de ações; a partir das interações sociais instituições, organizações, empresas, associações, tribos etc. jogam com simbólicas próprias nas posições que desfrutam socialmente.

A mídia enquanto organização (empresa) de comunicação passa a ser percebida de outro ângulo pela sociedade, que se apropria de fazeres midiáticos para tornar-se co-produtora da realidade. Os receptores passam a incidir sobre protocolos midiáticos e agendar a própria mídia, pautando a notícia seguinte. Campos sociais engendram sentidos no social conforme modalidades enunciativas convergentes; modos que tendem a serem referências para comunicação.

O torcedor não vai mais ao estádio somente para torcer, mas sobretudo para participar de uma multiplicidade de eventos. Participa da transmissão radiofônica, da comunhão simbólica projetada pelo clube, é alvo de estratégias institucionais na manutenção e oferta de sentidos, é produtor de um cotidiano midiático. O espetáculo dentro do gramado e até mesmo fora dele é dependente da presença da torcida e parte das ações midiáticas volta-se aos torcedores.

Com isso, o futebol emerge para além das regularidades que o instituem socialmente, colocando-se num espaço em que prevalecem processos orientados a dar inteligibilidade ao jogo. Isso pode ser percebido por tudo que envolve a criação de uma ambiência na estrutura física do estádio. Porém, esta ambiência só se faz constituída nos dias de jogos, embora sentidos ingressem no estádio advindos de momentos anteriores a realização das partidas.

Desta forma, a partir de um olhar sobre a realidade específica de jogos de futebol que tem como núcleo as disputas no gramado, dimensionamos o ‘real’ dos eventos em três capítulos. No primeiro, discorremos sobre questões próprias aos momentos (antes, durante e depois) que definem um acontecimento esportivo, marcando sua realização. Num segundo

instante, refletimos sobre estratégias e lógicas de funcionamento da instituição Sport Club Internacional conforme protocolos midiáticos. No terceiro momento, nosso olhar se dirige a modos de operação da imprensa esportiva na cobertura de partidas de futebol.

5 OS MOMENTOS DO JOGO

As partidas de futebol não estão circunscritas em sua realização aos 90 minutos de disputa. Pelo contrário, uma gama de sentidos são engendrados *antes* do evento esportivo. As dúvidas na escalação do time, por exemplo, fazem com que uma série de conversações se estabeleçam sobre o assunto até a divulgação dos 11 jogadores pelo telão do estádio para a torcida e à imprensa por papéis timbrados com escudo do Internacional – entregues por sua assessoria de comunicação. Ainda, a possível lesão de determinados atletas ou o fato de algum deles estar suspenso do jogo, também são motivos para o estabelecimento de interações entre os torcedores. O acionamento do telão e sistema de alto-falantes antes da bola rolar, não só despertam o imaginário do torcedor – quando momentos importantes do clube aparecem sob um jogo de imagens, como colocam sentidos em circulação. O próprio ingresso de torcedores no Beira-Rio com radinhos e fones de ouvido propicia uma apropriação de sentidos pelas falas, principalmente, de repórteres de rádio que lançam informações acerca da partida pelas jornadas esportivas¹⁶.

Durante as partidas, a circulação de sentidos é atravessada pelas múltiplas realidades acopladas à realidade dos movimentos dos atletas no gramado. A possibilidade de acesso de indivíduos às informações do jogo por rádios portáteis, aparelhos de celular (incluindo aqueles com “transmissão” do jogo) ou mesmo notebooks (no caso da imprensa), possibilita não só o acesso a outros momentos do jogo, senão a oportunidade para apropriação de sentidos noutras plataformas de comunicação que cooperam na mediatização do campo esportivo. O próprio telão coloca-se como instância para certa falação no Estádio quando, durante os 90 minutos de jogo (e no próprio intervalo), torcedores aparecem para todos presentes no Beira-Rio e são motivo de comentário. Ainda, a exibição através da imagem de faixas e cartazes com sentidos construídos pela própria torcida é lugar aberto à percepção das falas de torcedores.

Com o *término* da partida, as atenções voltam-se aos fatos que marcam a disputa. Deste modo, a imprensa esportiva encaminha os desdobramentos do jogo. Entrevista

¹⁶ As jornadas esportivas iniciam, normalmente, com 30 minutos de antecedência ao começo dos confrontos. São comandadas pelo narrador, como uma prévia da “transmissão” a ocorrer durante a partida.

jogadores, técnicos e dirigentes. Apropria-se de suas falas de diversas maneiras: subtrai de cada tempo de jogo as principais jogadas e lances – ou mesmo defesas; apropria-se das declarações dadas ainda à beira do gramado pelos jogadores antes de ingressarem nos vestiários; constrói sentidos para, durante as entrevistas coletivas, obter feedback dos atletas destacados pelas assessorias dos clubes envolvidos no jogo, orientando os discursos que serão manchete na mídia no dia seguinte.

Se cada momento da partida remete-nos as suas especificidades de realização, por outro lado, evidencia que um evento esportivo não se processa simplesmente pelo seu cerne. Antes, o núcleo para onde convergem maior parte dos olhares é lugar de instalação de uma prática, a do jogo, mas, fundamentalmente, do acoplamento de sentidos. De outra forma, base para a “fuga” de tantos outros, que são apropriados como meio de inteligibilidade do ‘real’.

5.1 ANTES: A PREPARAÇÃO

Antes do juiz iniciar uma partida de futebol, uma série de movimentos acontecem nos bastidores de um estádio. No Beira-Rio, a sala de imprensa é ambiente que, além do gramado, congrega a maior parte das movimentações de repórteres, fotógrafos, técnicos e cinegrafistas. Após o credenciamento, na entrada do Departamento de Futebol Profissional, iniciamos nossos deslocamentos em momentos anteriores ao começo dos jogos pela sala de imprensa, onde um segurança do clube regula a entrada de pessoal – majoritariamente, passa pela porta quem está credenciado para a cobertura do jogo.

A sala de imprensa é um ambiente conjugado, afora duas portas que delimitam seus pontos de acesso, respectivamente, do hall de entrada do Departamento de Futebol Profissional e de um corredor que dá acesso aos vestiários e gramado. Passando pelo primeiro acesso – controlado por um segurança do clube – encontram-se três “ambientes”: (a) à esquerda de quem entra, uma espécie de “sala de estar” com uma televisão e sofás pretos, (b) na área mais ampla, um livre espaço para circulação de jornalistas com apoios e duas divisórias de concreto, usadas como fachada para bar e espaço de concessão de entrevistas coletivas dos visitantes, e (c) mais a frente, após subir e descer alguns degraus o local onde atletas e técnicos concedem as coletivas.



FIGURA 15 – Porta que dá acesso à sala de imprensa é controlada por segurança do clube (de gravata, à direita na foto)

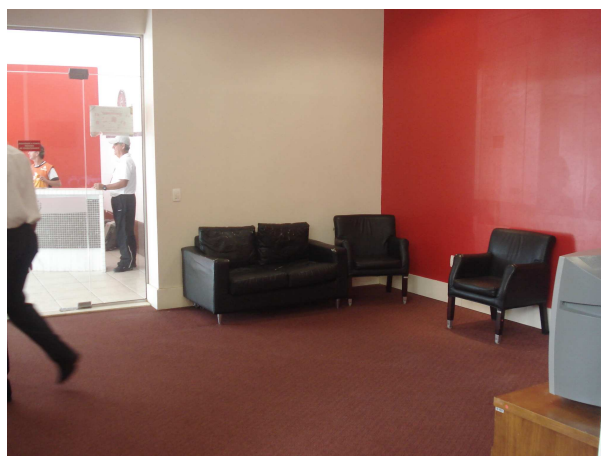


FIGURA 16 – Espaço com televisão e sofás à esquerda da entrada da sala de imprensa

A televisão costuma estar sintonizada em um canal esportivo. Se no confronto pela Copa Libertadores entre Inter x Emelec visualizamos a transmissão de outra partida válida pelo torneio, com entradas ao vivo de repórteres direto do Beira-Rio, no jogo entre Internacional x Santa Cruz vimos o aparelho veiculando ao vivo a partida que transcorria no próprio estádio.



FIGURA 17 – Profissional da imprensa assiste a uma partida de futebol pela televisão

O fato de uma partida ser transmitida para o próprio estádio demonstra que o campo esportivo utiliza sua agenda. Deste modo, impede que outras temáticas circulem pela televisão dando prioridade aos acontecimentos do esporte. A veiculação de determinado jogo, evidencia certa importância dada pela instituição Sport Club Internacional às transmissões e coberturas de partidas de futebol. Ainda, a presença da televisão na sala de imprensa é um mecanismo que facilita antes do jogo a obtenção de dados sobre a partida, quando esta acontece tanto no gramado como pela TV.

Diferentemente de uma disputa válida por um torneio que ultrapassa fronteiras como a Copa Libertadores da América, em dia do jogo por outras competições a movimentação de pessoas (principalmente, jornalistas) no setor da sala de imprensa é menor. No dia do jogo entre Internacional e Santa Cruz pelo Campeonato Gaúcho, não havia no espaço do bar garçom algum para servir os profissionais com águas e refrigerantes como na competição Sul-Americana; havia apenas um freezer onde alguns dos poucos jornalistas que passavam pelo local retiravam sua bebida. Fica evidente que a relevância social do jogo determina a quantidade de pessoas envolvidas no espetáculo. Os envolvimento ocorrem por naturezas diversas, porém, relacionadas, na medida em que estão imbricados a ‘situação’ do jogo de futebol profissional – o que prevê determinadas estruturas que ancorem seu funcionamento. Essa estrutura passa pela presença de porteiros, controladores de acesso e demais funcionários da instituição Sport Club Internacional, assim como policiais, que atuam na revista de torcedores nas rampas que dão acesso as roletas do estádio. Ainda que tal estrutura seja fixa, varia a quantidade de indivíduos envolvidos conforme a competição a qual uma partida vincula-se.

De um modo geral, é nesse ambiente que a movimentação de jornalistas é mais intensa antes de a bola rolar. A partir desse lugar a mediatização em partidas de futebol já pode ser percebida, principalmente, pela movimentação de repórteres de rádios. Munidos de informações diversas, eles tematizam o confronto com assuntos que já estão na agenda da mídia, projetando a disputa que começa logo a seguir. Normalmente, a movimentação mais chamativa da imprensa acontece quando são divulgadas as escalações das equipes para cada partida. Em jogos da Copa Libertadores, por exemplo, dois papéis foram fixados numa parede em frente a qual jornalistas se aglomeraram para pegar a informação, enquanto outros já a veiculavam por emissoras de rádio.



FIGURA 18 – Repórteres conferem as escalações das equipes

Antes das partidas iniciarem acontece o ingresso de crianças (todas com trajes do clube) no Estádio e o posterior deslocamento até o círculo central do gramado – outras ficaram à beira do campo com faixas voltadas para a região frontal às cabines de imprensa.



FIGURA 19 – Crianças ficam em volta do círculo central do gramado

Interessante é o fato de que boa parte das ações projetadas em campo volta-se para esse espaço compreendido pelas lentes da televisão, em que se localizam repórteres e cinegrafistas. Do contrário, quaisquer ações que sejam direcionadas para o lado oposto no Estádio correm o risco de restringirem a circulação de sentidos pretendida. Ora, se a comemoração de um jogador pode ser captada pelas câmeras porque é momento que transcende a manifestação de sentidos pela escrita, a projeção das mensagens de projetos da ‘instituição’ em faixas parece buscar uma circulação mais ampla de sentidos quando pode ser vista também pela imprensa, principalmente, pelo dispositivo televisivo.

Das quatro faixas, duas mencionam engajamentos sociais da instituição como o “Projeto Cidade Escola” e o “Projeto Criança Colorada de Olho no Futuro”. Outra explicita tentativas de criação e manutenção de vínculos com torcedores ao fazer publicidade sobre as Escolas Olímpicas do Inter, que oferece diversas modalidades para inscrição. Uma quarta mostra envolvimento com organizações sociais como a Legião da Boa Vontade (LBV), com promoção da campanha “Esporte é vida; não violência”. Desta forma, após as negociações que começam nos bastidores, os sentidos atravessam os portões do Estádio para circulação no campo midiático: ao mesmo tempo em que o Beira-Rio é lugar de entrada também favorece a propagação desses sentidos pelo social, dada a potencialidade de visibilidade para a qual são dispostos.



FIGURA 20 – Faixas no gramado ficam estendidas para as cabines de imprensa

Uma das peculiaridades – e que chama mais a atenção no Estádio – é um telão posicionado acima do conjunto de arquibancadas superiores e atrás de uma das goleiras.



FIGURA 21 – Telão fica atrás de uma das goleiras do Beira-Rio

Para quem chega com certa antecedência, o telão recepciona com imagens de conquistas do clube, propagandas institucionais, gols importantes em campeonatos diversos, entre outras mensagens como a que diz: “Seja sócio”. Há uma verdadeira auto-promoção institucional que visa dar fortalecimento e manter os vínculos com a torcida. Assim como, por um lado, há aqueles textos que conclamam aos não-associados para se associarem ao clube, há, por outro, uma espécie de oferta das vantagens em ser sócio. Uma delas pode ser vista em um dos vídeos onde são mostradas imagens de sócios em visita guiada pelas dependências do Estádio, levando-os a conhecer grande parte do Beira-Rio.

Quando restam cerca de 25 a 20 minutos para o início do jogo, um locutor dá “boa tarde, a melhor torcida centenária do Rio Grande” pelo sistema de alto-falantes. Como cumprimento do ritual que precede os 90 minutos, a escalação de ambas as equipes ocorre com a sintonia entre telão e sistema de alto-falantes, integrando imagem e som. As imagens dos atletas na divulgação da escalação de ambas as equipes são ilustradas com áudio que nomeia a cada um dos jogadores e técnicos que aparecem no telão. Num dos jogos pela Copa Libertadores ficou clara a existência e importância social e simbólica de ídolos; a voz do locutor oscilou conforme o nome dos jogadores, ressoando mais intensamente quando da chamada de Guiñazú, capitão e um dos principais ídolos dos torcedores colorados. Inversamente, o tom da voz do locutor teve seu volume e intensidade diminuídas na leitura dos nomes dos adversários do Internacional.

Entre outras funções, principalmente, antes e durante os jogos, o sistema de alto-falantes serve como meio para a “materialização” discursiva de normas sociais que garantem a ocorrência do evento. Numa das partidas observadas, o locutor interveio durante o jogo para

pedir a torcedores que não utilizassem raios laser para não prejudicarem a arbitragem do juiz. A instituição tomou providências logo assim que percebeu atitudes não condizentes com a prática esportiva; com legitimidade e autonomia, o campo esportivo acabou retroagindo sobre desvios de suas próprias ações com o objetivo de sanar um possível problema, trazendo a norma para o seio social.

Para além de gols e jogadas exibidas no telão (também referentes a jogos de outras competições), no confronto entre Internacional e Estudiantes (Argentina) foi recuperada a imagem dos onze atletas que iniciaram o jogo da conquista do Campeonato Mundial de Clubes, em 2006, contra o Barcelona. A peculiaridade do fato deu-se pelo modo como foi apresentada a escalação: desde o telão do Estádio de Yokohama, no Japão, onde foi disputada a final do torneio. Às imagens e som com anúncio das escalações daquele jogo gravados direto do Japão se sobrepôs a moldura do ‘telão japonês’, por sua vez, emoldurada pelo telão do Beira-Rio. O clube se apropriou de todo um momento anterior para simplesmente reproduzi-lo dentro duma nova moldura, o seu próprio telão, criando uma ambiência onde o torcedor pode se sentir imerso e com lembranças do título de 2006.

Os sentidos colocados em circulação pela instituição com imagens desde o Japão, também foram ordenados em seu discurso com a exibição de um cartaz produzido por um indivíduo: “Pra cima deles Inter”. De algum modo, a instituição apropria-se da fala do torcedor para utilizá-la como estratégia para auto-referência, assim como fez quando se apropriou dos enunciados veiculados por outro telão. Desta forma, o fenômeno da mediatização social emerge pela disponibilização de tecnologias para comunicação, por operações convergentes no âmbito da técnica e articulação de sentidos para estruturação de processos interacionais de referência.

As imagens vistas no telão nem sempre dizem respeito ao jogo ou ao seu contexto, mas a aspectos relacionados ao Sport Club Internacional. Na partida entre Internacional e Cerro (Uruguai), em jogo válido pela Copa Libertadores da América, apareceram imagens de Marcelo Dourado – vencedor do Big Brother Brasil, da TV Globo, em 2010. Colorado declarado, ele vestiu a camisa do Internacional ao vencer o reality show; vídeo que apareceu no telão do Estádio antes de a bola rolar acompanhado em seqüência por uma faixa de um torcedor em homenagem a conquista de Dourado.

Já noutra oportunidade, antes do começo do confronto entre Internacional e Deportivo Quito (Equador), em jogo também válido pela Libertadores da América, Marcelo Dourado apareceu em sua forma física no Beira-Rio. Agora, o ator visto por muitos pela televisão ou mesmo pelo telão do Estádio apareceu em suas dimensões reais à multidão, reforçando

contratos da instituição com seus torcedores. Dourado migrou de uma ambiência essencialmente midiática – a do reality show – a outra, em mediatização, onde teve seu nome cantado pela torcida ‘Popular’, com gritos de: “Ah, arrá, o Dourado é Popular”. Mesmo estando no Estádio, Marcelo Dourado também esteve no foco das câmeras da TV Inter, aparecendo no telão em “tempo real”. À diferença da exposição de torcedores quaisquer, que vibram ao aparecer no telão, o “artista” não ficou eufórico com sua exposição, pelo contrário, gerou euforia.

Em relação às imagens, o registro de momentos relacionados às partidas de futebol antes de seu começo é comum. O uso de câmeras fotográficas digitais acontece desde a região de fora do Estádio. Antes da partida entre Internacional e Cerro (Uruguai) começar, uma dupla de torcedores colorados posicionou-se para uma fotografia; um deles exclamou: “olha nós na globo”. A sensação de estar sendo fotografado revela uma consciência midiática, momento em que o indivíduo traz para sua fala a hegemonia da principal emissora de televisão do país. Do mesmo grupo de torcedores, outro indivíduo ligou para casa, avisando sobre a colocação de uma faixa no alambrado posicionado acima de uma mureta; o objetivo era ser visto e reconhecido pela televisão. Assim, o imaginário do torcedor que pensou em estar imerso nas lentes de câmeras da TV Globo converge com o movimento daquele que deixou à vista uma faixa para as lentes de TV. Todos queriam estar na ‘telinha’.

O imaginário é algo presente em eventos esportivos. Ainda na partida entre Internacional e Cerro (Uruguai), um pai, sua filha e uma amiga se posicionaram para fazer várias fotos. Junto à preocupação com o registro de momentos no Estádio Beira-Rio, fez-se presente o imaginário midiático em relação às imagens da televisão. Como eles estavam em setor de arquibancadas oposto ao lado onde ficam as cabines de imprensa, o pai disse a uma das jovens: “Quando tu olha na televisão é sempre de lá pra cá. Lá embaixo (das arquibancadas) ficam as cabines de televisão”. Orientando os olhares “acostumados” a ver jogos pela TV, o indivíduo localizou as jovens em relação à posição que ocupavam no Beira-Rio: “Na televisão se vê de lá pra cá”. Prontamente, uma das adolescentes respondeu como pergunta: “Então vamos aparecer?”.

A existência de uma ambiência em mediatização se faz sentir por movimentos como esses, que transitam entre o se sentir conectado ao mundo – com o registro de momentos – e o fazer parte de uma sociedade da imagem, onde emerge uma consciência do ‘ser midiático’ no mundo. De outra forma, é também por rituais que a mediatização se instala no social.

Sabe-se que no Estádio Beira-Rio não é raro atletas não inscritos para determinada partida atravessarem o gramado para assisti-la desde os camarotes. Essa passagem de

jogadores coloca sentidos em circulação por rituais da instituição e apropriações de sentido, como, por exemplo, de um torcedor que na partida entre Internacional e Cruzeiro pelo Campeonato Brasileiro atestou a passagem do goleiro Pato Abbondanzieri pelo gramado em direção ao túnel que dá acesso aos camarotes.

Essa ritualização também aconteceu com Paulo César Tinga, reforço contratado pelo Internacional junto ao Borussia Dortmund, da Alemanha. Como outras contratações, Tinga saiu do túnel de vestiários, atravessou o gramado e ingressou em outro túnel onde chegou até os camarotes; o atleta foi recepcionado de formas diversas. Até a sua chegada em um dos camarotes, seus movimentos foram apreendidos por câmeras de fotógrafos que acompanhavam a travessia do gramado pelo atleta; colocados em circulação pelo telão, que exibiu imagens do jogador no camarote; e enunciados pela torcida ‘Popular do Inter’, que entoou cântico dedicado ao jogador em sua passagem anterior pelo clube: “Ah, arrá, Nego Tinga é popular”.

Essa verificação de rituais nas arquibancadas ainda pode ser percebida na partida entre Internacional e Estudantes. Em algumas incursões para o trabalho de campo visualizamos um senhor, aparentemente com caminhar devagar e problemas de coluna – possivelmente, em razão da idade já avançada, que atravessara o gramado de um lado a outro. O que também foi atestado por um torcedor: “Aquele tio sempre passa lá no intervalo”. Constatação que evidencia o atravessamento do fenômeno da mediatização social por rituais que variam entre práticas individuais e coletivas numa mesma ambiência em que a constante construção e enunciação de sentidos realizam-se por aquilo que parece simpático ou estranho ao(s) indivíduo(s) – mas o que lhe não é externo pelo seu lugar de presença.

5.2 DURANTE: O ENVOLVIMENTO

Depois que os árbitros autorizam o início dos jogos, elementos de mediatização do campo esportivo em partidas de futebol ficam explícitos para além dos momentos antes das partidas. A presença de dispositivos interacionais para além dos bastidores evidencia uma multiplicidade de finalidades para as quais se projetam processos interacionais.

Com olhos no campo e fones no ouvido, alguns torcedores acompanham as partidas pelos fatos potencialmente visíveis dentro do estádio, fundamentalmente, dentro do gramado e pelas ondas do rádio, com narração instantânea.



FIGURA 22 – Torcedores acompanham os jogos com os fones no ouvido

O radinho colabora na leitura do jogo com dados e informações que não são acessadas visualmente ou foram antecipadas devido à posição mais “privilegiada” de radialistas no estádio. Para os jornalistas, o aparelho pode servir ainda como ferramenta auxiliar na construção do texto final que estará nos sites de notícias ou nas bancas no dia seguinte, enquanto que para os torcedores pode funcionar como dispositivo que referenda o jogo pela narração ou como outro lugar de “co-participação” no evento esportivo – para além das arquibancadas.



FIGURA 23 – Jornalista (à esquerda) assiste ao jogo entre Internacional e Emelec com radinho ligado e fones no ouvido

É na torcida onde se pode perceber com nitidez o atravessamento de sentidos enunciados pela imprensa durante o jogo. Dada a sua fugacidade, os instantes que marcam sua ocorrência podem passar despercebidos do olhar mais atento. Na partida entre Internacional e Cruzeiro pelo Campeonato Brasileiro, um colorado ficou com dúvida na marcação de um

impedimento pela arbitragem. Logo, recorreu a outro torcedor que escutava o jogo pela rádio: “O que a rádio disse aí”, perguntou aquele. Essa pergunta traz as marcas da importância social e simbólica do rádio, na medida em que esta mídia é fonte de recuperação – por meio da linguagem – do já vivido.

Além de emissoras de rádio como meio para o estabelecimento de interações sociais, o telão do estádio Beira-Rio também se constitui como lugar de fluxos de sentidos, dada determinada base técnica e tecnológica para sua operação e funcionamento.

Num dos momentos em que o sistema de alto-falantes e telão acoplam-se, compondo um hiperdispositivo, há o sorteio pela instituição de dez brindes aos sócios. Detalhe: ganha quem for capturado por uma das câmeras no estádio e tiver seu rosto estampado no telão, para todo mundo e a própria pessoa ver. Para ser destacado da multidão é preciso, antes da sorte, de ficar em pé, com braços erguidos e carteirinha de sócio na mão. Cabe notar que as interações entre torcedores e telão ocorrem metaforicamente falando, já que em realidade elas ocorrem entre indivíduos e uma ambiência social projetada por determinado hiperdispositivo, que reúne um telão, o sistema de alto-falantes do Estádio e sujeitos (locutor, torcedores e operadores técnicos) – no caso dos torcedores, aqueles que, além de serem sócios, desejam participar do processo, já que o ato de levantar-se demonstra o interesse em ser destacado da multidão para o reconhecimento público em certa mídia com o ingresso noutra dimensão do “real”.



FIGURA 24 – Torcedora levanta o braço com carteirinha de sócio na mão para participar da promoção do intervalo

Esse momento de interação entre um número significativo de torcedores com a ambiência em mediatização inicia quando, no começo do intervalo de cada jogo, o locutor

anuncia: “Atenção sócios colorados. A partir de agora serão sorteadas dez camisas oficiais do Inter. Olhos no placar eletrônico”. Enquanto a “câmera escondida” foca em um torcedor, o locutor lembra: “Todos os sócios presentes no Beira-Rio estão concorrendo”. Curioso em relação ao funcionamento desta mídia é o fato de que os torcedores são orientados a focar seus olhos no telão, quando, em verdade, quem os flagra é determinada câmera localizada no gramado. A surpresa causada no torcedor flagrado parece advir do fato de estar prestando atenção no giro que a câmera faz – com a mensagem na tela: “Sócio atenção” – pela multidão até destacar o vencedor. Ao ser sorteado, o torcedor escuta: “Parabéns sócio colorado”.

Quando pensamos sobre a mediatização social como processo interacional de referência, com as interações sendo projetadas a determinada ambiência – “criada” por certas processualidades, parece-nos que é impossível a interação total da pessoa consigo mesma. O exemplo do sorteio de brindes no intervalo dos jogos suscita dois motivos para esta impossibilidade: ao olhar para qualquer “ponto” do estádio em busca da câmera, o telão “deixa de existir”; conquanto flagrado pela câmera, o indivíduo ao mirar no telão vai ver-se direcionado a algum lugar (o próprio telão nesse caso), podendo ver seus acenos menos aquele olhar voltado em momento anterior à câmera, que o teria destacado da multidão.

O telão no Estádio é território por onde circulam imagens de momentos marcantes do clube, de ídolos, de atletas contemporâneos e de torcedores – sem contar o espaço destinado a publicidade de serviços do clube e propaganda diversa. É um lugar em que ganha espaço o imaginário social relativo à história da ‘instituição’ e quem mantenha vínculos com o clube – seja comprando tempo para exibição de um produto ou serviço no telão, seja como sócio ou simplesmente como torcedor que compra o ingresso para o jogo. Como nos últimos dois casos há a incerteza do destaque individual da multidão para exibição, não é somente no intervalo que torcedores sorteados com brindes festejam. No decorrer das partidas, alguns indivíduos comemoram o fato de aparecer no telão. Entre as comemorações dos agraciados com camisetas e dos que aparecem mesmo sem ganhar brinde algum, há a celebração em comum pelo fato da migração de uma posição afetada pelo pertencimento à multidão ao *status* de eleito para exibição à multidão.



FIGURA 25 – Telão mostra torcedores vibrando ao serem filmados por uma das câmeras da TV Inter

A mediatização é fenômeno de onde surge a celebridade instantânea, o famoso. O destaque do social leva ao êxtase, a um sentimento singular de existência, ao pertencimento a uma esfera em que a possibilidade a ser efetivada é aquela do ser para a câmera, para uma platéia (in)visível. Mas não é só ao aparecer no telão que torcedores ficam em estado de euforia. A alegria também pode ser percebida nas atitudes de pequenos grupos de torcedores, compostos por amigos e/ou familiares, em relação a outros acontecimentos. Após conceder entrevista a um repórter de determinada emissora de rádio num dos jogos da temporada de 2010, um colorado foi festejado pelos que o acompanhavam. Além disso, um deles disse: “Me dá um autógrafo”. Mesmo sem a propagação de imagem, o fato de co-participar da construção de sentidos por um veículo da imprensa autônoma e legitimada para a cobertura do jogo fez do sujeito uma “celebridade” em segundos, simplesmente por colocar sua fala num fluxo midiático, do qual participava como receptor pelo uso de um rádio portátil.



FIGURA 26 – Torcedor concede entrevista no começo do segundo tempo de jogo

Enquanto alguns profissionais da imprensa entrevistam torcedores, outros são destacados para entrevistarem jogadores, principalmente, após o fim do primeiro tempo, antes do início do segundo tempo e ao término de cada jogo. Antes de subir a placa que indica o tempo restante para o término de cada tempo de jogo, repórteres de televisão iniciam seu posicionamento para a realização de entrevistas com os atletas. Esse é o momento em que se busca contar o jogo pela voz de quem o está vivenciando. Isso pode ser percebido no confronto entre Internacional e Pelotas pelo Campeonato Gaúcho de 2010. Encerrado o primeiro tempo, o repórter Glauco Pasa, da RBS TV, foi em direção ao zagueiro Fabiano Eller do Internacional; iniciou a entrevista sem cinegrafista que a ele somou-se depois, assim como outra dupla de profissionais da TV.

Logicamente, os repórteres escolhem os atletas conforme peculiaridades que marcam a partida, como desempenho pessoal, contribuição para equipe, marcação de gols, lances de destaque, enfim, a escolha acontece sobre uma gama de fatores que cabe ao repórter decidir. Na entrevista de Glauco Pasa, o seu caminhar em direção a Fabiano Eller denotou a escolha precisa, isto é, o repórter sabia de quem exatamente queria alguma informação. O fato de começá-la sem um cinegrafista revela que mesmo sem a imagem o discurso é pretendido por aquilo que tem de potencial a revelar sobre o vivido.

As movimentações de repórteres da televisão não se restringem ao gramado. Pelo setor (localizado abaixo das cabines de imprensa) das arquibancadas sociais – onde, ao fundo, foi concedido espaço, para o trabalho da imprensa, principalmente, radiofônica – não é raro algum jornalista da RBS TV circular com seu cinegrafista, realizando entrevistas com torcedores colorados. Por esse local também circulam repórteres de emissoras de rádio.



FIGURA 27 – Setor das arquibancadas sociais ocupado por profissionais das mídias radiofônica e on-line



FIGURA 28 – Repórter da RBS TV entrevista torcedor

Assim como a imprensa procura manter e postergar momentos relativos ao jogo com a construção de discursos, de outra forma, a instituição Sport Club Internacional procura também durante o jogo construir discursos, porém, o faz por vezes com a intenção de antecipar momentos a serem vividos no e pelo clube. Foi o que aconteceu durante o jogo entre Internacional e Pelotas quando a instituição procurou antecipar a partida que seria (e foi) jogada no dia 22 de abril pela Copa Libertadores. Num domingo, à tarde, no telão, a mensagem: “Quinta-feira o Inter precisa de você torcendo do primeiro ao último minuto”. A seguir: “Torça, apóie, acredite mais do que nunca”. Após as conclamações, apareceram os símbolos de Internacional e Deportivo Quito¹⁷ e informações como o local e horário da partida.

É durante o jogo que a torcida se manifesta, e as manifestações trazem como conteúdo lembranças do passado. A mediatização emerge por uma correspondência de sentidos onde o ‘antes’ é objeto para uso no agora. Em 2005, onze jogos do Campeonato Brasileiro foram anulados e jogados novamente em razão de suposta manipulação de seus resultados nas partidas arbitradas por Edilson Pereira de Carvalho. O juiz, pertencente ao quadro da FIFA (Federação Internacional de Futebol), acabou suspenso por suposta participação na ‘Máfia do Apito’¹⁸. Diante de uma possível marcação duvidosa da arbitragem ainda no primeiro tempo do confronto entre Internacional e Cruzeiro pelo Campeonato Brasileiro, a torcida cantou: “Edilson, Edilson, Edilson”. Fica clara aqui uma marca de mediatização social, na medida em

¹⁷ O jogo foi realizado pela Copa Libertadores da América.

¹⁸ Segundo a Wikipedia: “foi o nome dado pela [imprensa brasileira](#) a um esquema de manipulação de resultados [futebolísticos](#), descoberto por Promotores de Justiça de Combate ao Crime Organizado, em São Paulo, conjuntamente com o Departamento de Polícia Federal. A investigação se tornou pública por meio de reportagem da revista [Veja](#), em outubro de [2005](#)”.

que determinado acontecimento foi apropriado pela imprensa, logo se dissipando pelos indivíduos. Passados mais de três anos, as ressonâncias do ocorrido emergiram por uma memória social que se apropriou de determinado sentido para acoplar-se a uma variedade de casos que envolvem a arbitragem de partidas de futebol.

O fato de o canto ser ofertado em uma partida justamente do Campeonato Brasileiro permite pensar que cada indivíduo não apenas vai ao jogo para assistir a um jogo de seu time despreziosamente, senão mobiliza uma série de repertórios adequados a determinada oportunidade. Ação que não percebida em partidas do Campeonato Gaúcho e Copa Libertadores da América evidencia, para além de regularidades que atravessam a prática, particularidades que se colocam como marcas de processos específicos.

Entre os reforços do Internacional para a temporada do ano passado, o volante Wilson Mathias foi anunciado à imprensa como “espetacular” pelo dirigente Fernando Carvalho. Após dizer, em entrevista a *zerohora.com*, que contrataria um atleta espetacular, o vice-presidente de futebol do Internacional reiterou sua afirmação depois da apresentação de Mathias como jogador do clube. Teria dito: “Wilson Mathias é espetacular”. O fato emergiu pela ironia de um torcedor no jogo entre Internacional e Cruzeiro quando o atleta errou um passe: “Olha aí o espetacular”. A recuperação de sentidos pela torcida evidencia que o jogo para o torcedor não se constitui somente pela sua ocorrência dentro das quatro linhas do gramado, senão por uma série de acontecimentos que marcam a trajetória do indivíduo e do próprio clube em suas relações através da mídia.

Os sentidos não circulam no Estádio exclusivamente por operações que lá se realizam, senão (e também) por ações de entorno relacionadas à partida de futebol. São informações que revelam articulações promovidas pela mídia para trazer torcedores para seus discursos. Oferta de sentidos que busca envolver indivíduos numa mesma ambiência desde momentos que antecedem ao jogo, mas não se realizam sem a expectativa de sua realização. No intervalo de uma das partidas realizadas no Estádio Beira-Rio, um jovem torcedor foi ao encontro de amigos e após saudá-los o assunto foi a lentidão no trânsito (o que é de praxe em jogos decisivos como os da Copa Libertadores da América). Em resposta a uma pergunta, o jovem disse: “Escutei pela rádio e vim por outro caminho”, dando a entender que não chegou atrasado como os outros torcedores que teriam enfrentado o engarramento de veículos.

O durante é o lugar onde fundamentalmente presenciam-se as reações da torcida sobre o jogo. Essas reações são múltiplas e atravessadas pelo midiático. Os gestos fazem parte das manifestações e são direcionados ao gramado, indicando o espaço de onde emergem fatos e para onde retornam simbolicamente impressões sobre o jogo. Quando indivíduos assistem as

partidas em grupos de torcedores, as reações transcrevem-se em falas, conversações e comentários no grupo. Nos momentos em que os acontecimentos de dentro de campo são favoráveis à equipe da casa, percebe-se menos ação pela linguagem verbal, mais vibração e aplausos.

5.3 DEPOIS: AS REPERCUSSÕES

A apreensão da circulação de sentidos antes e durante os jogos possibilita a percepção do engendramento de operações que cooperam na veiculação de múltiplas falas para além do tempo de jogo. A propósito, quando o juiz indica o término da disputa, séries de movimentos marcam a eminência de processos interacionais que se sobrepõem a interações em curso.

Quando as partidas terminam, o primeiro movimento de construção do pós-jogo já acontece dentro do gramado, momento em que os jornalistas, posicionados à beira do gramado, aguardam (ou vão em direção) os jogadores. De algum modo, os atletas destacados para as entrevistas são escolhidos pela própria imprensa. Não há nenhum “filtro” institucional que se sobreponha ao trabalho jornalístico.

Como dito, os movimentos de repórteres variam. De acordo com a competição pela qual a partida está sendo realizada, as regras se fazem presente e configuram as movimentações da imprensa. Em jogos do Campeonato Gaúcho, por exemplo, é liberada a entrada dos profissionais da mídia dentro das quatro linhas do gramado. Já em jogos do Campeonato Brasileiro, os jornalistas e cinegrafistas precisam esperar à beira do gramado para entrevistarem os atletas.



FIGURA 29 – Imprensa dentro do gramado em jogo do Campeonato Gaúcho



FIGURA 30 – Imprensa à beira do gramado em jogo do Campeonato Brasileiro

Enquanto o trabalho no gramado é encerrado por repórteres, os cinegrafistas e técnicos de áudio se preparam na sala de imprensa para as entrevistas coletivas. Nos bastidores, a assessoria de imprensa do Internacional “elege” os atletas que concedem as entrevistas coletivas. Após deixarem o gramado os repórteres de rádio e televisão ficam a espera do(s) jogador(es) destacado(s) para participar(em) da construção pública de sentidos. Enquanto os câmeras ajustam seus equipamentos para captarem a imagem mais precisa e o som ambiente é checado, conversas e momentos de riso entre profissionais são prontamente substituídos por uma aparência mais inflexível devido a entrada de um atleta colorado na ambiência da entrevista coletiva.



FIGURA 31 – Profissionais se preparam para a entrevista coletiva de uma equipe adversária do Internacional



FIGURA 32 – Repórter (ao fundo e à direita) em momento de descontração antes do início de uma coletiva de imprensa

Antes que o atleta do Internacional e da equipe adversária apareçam há, portanto, toda uma preparação, inclusive, dos materiais que sairão na mídia em momentos após o jogo ou mesmo no dia seguinte. No jogo entre Internacional e Emelec pela Copa Libertadores da América, duas jornalistas (RBS TV e TV Pampa) preparavam o texto que, possivelmente, seria o conteúdo de suas matérias.

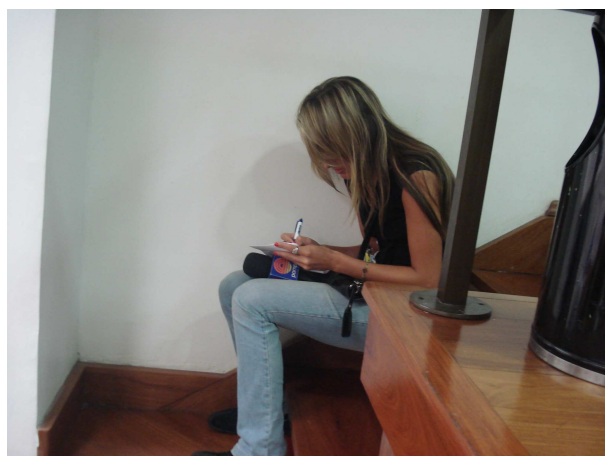


FIGURA 33 – Repórter prepara texto para sua matéria

O acúmulo de profissionais da imprensa se dá, principalmente, no espaço onde atletas do Internacional dão as entrevistas coletivas. A propósito, são duas as áreas destinadas para as falas dos jogadores. Uma composta apenas por uma espécie de “balcão” em mármore destinada à equipe adversária e outra área com cadeiras estofadas e sistema de som destinada ao Internacional.



FIGURA 34 – Espaço onde atletas do Internacional concedem as entrevistas coletivas



FIGURA 35 – Área destinada as entrevistas dos visitantes

Independentemente da competição, a maior parte dos jornalistas concentra-se no espaço voltado às entrevistas dos atletas do Internacional. A exceção são os jogos entre Internacional e Grêmio, quando a equipe gremista também mobiliza dezenas de profissionais para as coletivas de seus atletas e técnico.



FIGURA 36 – Entrevista de Silas, ex-técnico do Grêmio

Em relação às entrevistas coletivas concedidas pelos atletas do Internacional há toda uma lógica que passa pelo sistema de som. À frente dos câmeras, pelas cadeiras vermelhas onde ficam os repórteres, um microfone passa de mão em mão para que perguntas sejam dirigidas. Intercalam-se nos questionamentos a imprensa radiofônica, televisiva e impressa, com prioridade para começo à imprensa radiofônica. Essa vantagem denota certa preocupação com a veiculação instantânea e imediata pela rádio das falas logo após o jogo; discursos dos quais se aproveitam outras mídias para realizarem suas enunciações.

Para além das entrevistas dos atletas, há toda uma discursividade construída pelos dirigentes do clube, principalmente, presidente e vice-presidente de futebol. Antes mesmo que os jogadores apareçam para falarem à imprensa, são os dirigentes quem emprestam suas vozes ao discurso institucional sobre o jogo recém terminado. No entanto, as entrevistas concedidas por ambos são dirigidas essencialmente para as rádios; por vezes, não é raro jornalistas da imprensa escrita se apropriarem de suas falas para construírem seus discursos.



FIGURA 37 – Fernando Carvalho, ex-dirigente do Internacional em entrevista às rádios

Por fim, cabe destacar que a sala de imprensa constitui-se como uma ambiência a partir de múltiplas operações projetadas para a repercussão do jogo. Antes de a bola rolar, a sala onde técnico e atletas concedem as coletivas já está lá, fisicamente falando, no entanto, só se constitui simbolicamente pela co-presença entre profissionais da imprensa e funcionários do clube. Assim, modifica-se conforme uma diversidade de ações realizadas depois dos 90 minutos em campo, com a emergência de interações referências, que remetem a outras promovendo a circulação de sentidos.

Como os torcedores são o escopo de toda uma geração de sentidos, eles guardam consigo impressões acerca dos momentos que envolvem uma partida, seja pelos fatos acerca do jogo ou propriamente relativos àquilo que acontece dentro de um estádio de futebol. Nas entrevistas a seguir os relatos de colorados sobre questões que envolvem desde seu deslocamento até o estádio como sua relação com as mídias e os momentos que constituem as partidas de futebol.

João Amaro Valente Feio, 27 anos, músico e estudante



FIGURA 38 – João Amaro Feio

Pergunta: O que muda nesse deslocamento de olhar o jogo pela TV e ir até estádio?

Resposta: O jogo no estádio não tem comparação. Aqui, tu está vendo não só no tempo real, mas na emoção de estarem todos os torcedores no estádio do Internacional. Na TV tu consegue analisar de outra forma, não tem comparação. Aqui é onde acontece, é muito emocionante. São jogos bem diferentes. Se tu vê um jogo no estádio e depois vai ver na TV, às vezes, parece que tu está vendo outro jogo. Então, aqui é muito melhor, a festa é tempo real mesmo.

P.: E sobre o uso do rádio no estádio.

R.:Eu já trouxe rádio e até gosto de trazer, mas mais pra conferir lance. Às vezes, tem um impedimento ou alguma coisa que acontece em campo e o cara não sabe o que ta rolando e daí os caras já tem ali monitor de TV e tal e já dizem, “foi pênalti, era impedimento, foi o cara tal que encostou ou não”. Pra isso eu acho o rádio bom, agora pra ouvir a narração não. Prefiro ficar sentado aqui vendo estratégia e jogador sem comentários dos caras. O rádio é mais para conferir lances mesmo.

P.: O que acha do Inter ser uma mídia, ter se modernizado e estar num momento em que usa dela pra se promover, ultrapassando o jogo dentro de campo?

R.: Isso é fundamental. Acho que em todas as áreas acontece e acho que o Internacional como um clube de ponta tem que estar em todos os veículos de comunicação. Eu recebo a revista do Internacional por ser sócio, gosto de receber e eu acho que seja em twitter, facebook, Orkut, blogs ou internet o Internacional tem que estar presente, não só pelos torcedores que acabam postando coisas, mas também a parte oficial do clube, trazendo as notícias que tem que trazer, qualquer tipo de informação, desde pro cara ver como chega numa final como hoje que fecha trânsito, abre portão tal hora, até saber o que está acontecendo com jogadores, se está lesionado, se vai jogar, saber vestiário e coisa. E tipo, o mundo acontece em tempo real hoje nessas mídias.

Rui Flores, médico, 47 anos



FIGURA 39 – Rui Flores

Pergunta: O que o senhor pensa em relação a mudança entre assistir ao jogo pela televisão e no estádio?

Resposta: Gosto muito de vir para o Estádio. Além da sensação do Estádio, da torcida, também a percepção que tu tem do campo de jogada e de como está se movimentando o jogo é completamente diferente do que assistir pela TV.

P.: É mais rico ir ao Estádio?

R.: É muito mais rico. A gente pode perder aquele lance exatamente como saiu o gol, mas o que tu ganha de ver como se movimenta o jogador em campo é muito mais rico do que assistir na TV.

P.: A percepção aumenta então?

R.: Aumenta. Acredito que aumenta.

P.: O senhor vem ao Estádio e coloca os fones do rádio no ouvido. E aí?

R.: É por causa de alguns detalhes que tu não consegue acompanhar, que eles têm o replay, se foi falta, não foi falta. É para complementar algum detalhe que escapou a tua percepção.

P.: Assim como de repente a TV “fecha” a percepção e o senhor vem ao Estádio para abri-la, acredita que com o rádio abre mais ainda?

R.: Eu preciso de usar o rádio para corrigir alguns lances da percepção, pra ver o que aconteceu na jogada: foi falta, tava impedido... Que daí com a equipe de rádio, que está em cinco ou seis em outras posições do campo te situam.

Kelly Alves, corretor de imóveis, 51 anos

Pergunta: O senhor procura antes dos jogos acompanhar o que tem na crônica esportiva e que peso isso tem no seu assistir ao jogo?

Resposta: Eu, particularmente, vejo todos os programas de esportes, tanto antes do jogo, como um dia antes, dois dias antes e três dias antes. É que eu gosto de futebol. O peso é a informação: quando se chega no jogo se sabe quem vai jogar, quem está machucado, quem joga e quem não joga, quem está suspenso e os planos do clube.

P.: E para a sua construção de opinião em relação ao dia do jogo.

R.: Influencia bastante, porque como disse, é o colher as informações para não chegar ao dia do jogo e ter uma surpresa de entrar um jogador que não se estava esperando ou um titular estar machucado. Então, é importante ter essa informação antes do jogo.

P.: E sobre o depois, o que pensa?

R.: O depois é bom para tu ir vendo o que o técnico achou do time. Às vezes, tu acha que um jogador não jogou bem na tua percepção e na percepção dos jornalistas e da crônica esportiva ele atuou dentro de um padrão regular ou até médio. O torcedor é muito exigente, muito mais treinador do que o próprio treinador, então serve pra ver se não se está cometendo injustiça com certo atleta.

P.: O que pensa sobre seu papel de torcedor de vir ao estádio para torcer?

R.: Ah, meu papel é... Nasci colorado, sou de família colorada, meu vô foi jogador de futebol, então é uma paixão que vem de berço.

P.: Acha importante ter um time pra apoiar, pra torcer?

R.: Com certeza né. É o divertimento do povo hoje em dia, eu gosto, é meu esporte predileto. Tem pessoas que gostam de natação, basquete; o meu predileto é o futebol, então procuro acompanhar no meu dia-a-dia do meu lazer.

6 O INTER É MÍDIA

A mediatização enquanto fenômeno que transcende meios possibilita agenciamentos de sentido em esferas do social onde organizações empresariais de comunicação não mantêm

sua estrutura midiática presente. Assim, há uma mobilização de ações por parte de instituições sociais, como forma de manterem seus fluxos discursivos para a sociedade. Com a utilização de estratégias midiáticas busca-se dar a tônica das conversações entre indivíduos; a disponibilização e oferta de sentidos é feita em meio a emergência de dispositivos interacionais.

Com um arsenal de ferramentas para comunicação o Sport Club Internacional objetiva reforçar e manter seus contratos com indivíduos que se identificam com o clube. De outro lado, os torcedores buscam usufruir de múltiplas modalidades de interação que os colocam em situações de comunicação com o outro. A mídia enquanto interação, linguagem e tecnologia irrompe pela emergência de suportes de comunicação entre clube e torcida. O campo esportivo passa a gerenciar suas práticas, adotando uma postura midiática como caminho às suas realizações.

Na esteira da televisão, rádio, internet e imprensa escrita como meios de comunicação, o Internacional apropria-se de suas lógicas para o seu funcionamento em momentos que ultrapassam os jogos. Assim, a TV Inter, a Rádio Colorada, o Jornal do Inter e o site configuram modos de interpelação do torcedor. De um modo geral, os sentidos engendrados na própria instituição Sport Club Internacional chegam aos indivíduos conforme os filtros estabelecidos no próprio clube. A informação divulgada é aquela que atende aos interesses do clube, havendo uma autonomia do campo esportivo no gerenciamento de suas relações com os demais campos e os corpos sociais.

A existência de uma assessoria de comunicação na própria instituição denota uma preocupação com a imagem do clube e com a circulação de sentidos no social. O fato de haver um corpo de jornalistas responsáveis pela produção da informação dirigida aos torcedores indica certa demanda social por informações oficiais do Internacional. O filtro da assessoria de comunicação para acesso ao conteúdo institucional torna-se fundamental para aquele torcedor que busca a interação direta com o clube, sem a intermediação das mídias tradicionais.

O Internacional vira uma mídia desde o momento em que lança mão de táticas de apropriação e construção de sentidos no social através de lógicas midiáticas. Se, por um lado, indivíduos encenam em direção às câmeras, por outro, uma instituição se apropria de dispositivos para interação com o público. Há um deslocamento de posição das mídias tradicionais de um lugar onde atuam como instâncias primeiras do contato de indivíduos com notícias, para uma região em que as mediações realizam-se a partir dos próprios campos sociais. Nesse tempo, uma consciência das ações de cada campo social se manifesta pelos

fazeres e práticas, como condições a tessitura das relações diárias entre pessoas. Abaixo, a entrevista com a assessora de imprensa do Internacional Adriana Montes que fala sobre o fato do clube ter se tornado uma mídia e dispor de uma série de ferramentas para chegar ao seu torcedor.

Pergunta: Por que o Inter hoje é uma mídia e há a necessidade em ser uma mídia?

Resposta: Eu acho que o clube cresceu de tal forma que viu essa necessidade, porque a exigência é muito grande na questão da informação oficial do clube. Então, por isso se deu essa necessidade de ter os veículos e ter uma mídia própria, com o jornal, com a TV, com a revista, com rádio, com site né. Então, foi em razão dessa demanda que teve e do crescimento do clube com os títulos que o Inter conquistou nos últimos anos. Desde 2004 que começou esse crescimento e depois da conquista do mundial aumentou mais ainda; veio a TV do clube, esse ano veio também a rádio do clube, que se somaram ao jornal, ao site e a revista que já existia. Então, aumentou o número de sócios, aumenta a demanda de informação pelo sócio. O torcedor quer saber realmente a posição do Internacional. É aqui que ele procura em primeiro lugar as informações do clube. De repente sai um boato na imprensa e ele quer confirmar se aquela informação condiz com a realidade ou não, então, ele entra em contato com o clube, seja por telefone, seja por e-mail. Nós temos uma solicitação muito grande dessa informação pelo torcedor, além da imprensa que também quer os contatos com os jogadores.

P.: Como é visto esse processo do torcedor buscar primeiro a informação através da assessoria de imprensa do clube?

R.: Acho que é pela confiança mesmo, pela credibilidade. O torcedor sabe que o que sai daqui é o que realmente está acontecendo. Então, acredito que seja por isso que eles procuram informações de tudo, desde porque o jogo não vai passar na TV, ou se realmente fulano vai sair ou vem para o clube. Ele quer saber do Inter, a posição oficial do Inter. Então, nós temos esse papel de dar essa informação verdadeira para o torcedor. Eles acreditam que a gente é que pode dar essa informação, por isso que eles nos procuram, por e-mail, por telefone e pelos contatos que têm a disposição.

P: Qual a importância das ferramentas de comunicação do clube?

R: Principalmente estreitar a relação com o torcedor, aproximar cada vez mais o torcedor, principalmente, o sócio do Internacional. Isso é fundamental. E a informação oficial, aquilo que se tem como concreto, tu não vai ver no site do Inter nenhum boato, nenhuma sondagem de algo que vai acontecer. Aqui só sai aquilo que está concretizado, assinado e confirmado pelo presidente Vitório Píffero ou qualquer outro dirigente relacionado ao fato. Daqui de dentro não sai nenhum boato. Então, por isso que se criou todas essas ferramentas. De alguma forma, o torcedor tem o contato. Aqueles que não têm muito acesso à internet vão pegar o jornal que é de graça quando vem ao estádio. Aqueles que tem mais poder aquisitivo vai ser sócio do clube e receber em casa a revista; quem tem acesso à internet tem também o rádio e a TV, além do site do clube.

P.: Como tu vê a presença do telão no Estádio?

R.: É mais uma ferramenta para informar também o torcedor.

6.1 O INTER EM CIRCULAÇÃO

Para quem chega ao estádio Beira-Rio antes dos jogos começarem um dos principais atrativos é o telão localizado sobre parte das arquibancadas superiores. Uma de suas funções é a transmissão do jogo em tempo simultâneo a sua realização no gramado. No entanto, o telão não é ferramenta utilizada exclusivamente para a exibição de imagens de partidas, de outro modo, está contido por estratégias da instituição Sport Club Internacional na manutenção de vínculos com a torcida e imerso em lógicas de mediatização social.

O telão presente no Estádio Beira-Rio pode ser caracterizado como dispositivo, com sua materialidade (suporte tecnológico composto pela tela gigante e sistema eletrônico que permite a inclusão de símbolos e caracteres nas imagens, por exemplo) e imaterialidade (a própria imagem composta por processos de edição, formando todo um arranjo de sentidos conforme os propósitos institucionais para o dia de cada jogo). O telão colabora com a imersão de indivíduos numa ambiência delimitada pela estrutura física do Estádio. Cada indivíduo que se atém as imagens só tem sua atenção deslocada para “fora” desta ambiência quando da promoção de publicidade através do telão. De outro modo, é pela publicidade do próprio Internacional que os sujeitos são convidados a manterem-se dentro das práticas institucionais.



FIGURA 40 – Telão presente no Estádio Beira-Rio é uma das atrações para os torcedores

Nos momentos pré-jogo, a ‘instituição’ promove todo um repertório discursivo para sua aproximação com o torcedor. Das mensagens sem áudio que convidam aqueles que não são sócios a se associarem, as estratégias deslocam-se em direção aos já associados quando é mostrado um vídeo (com áudio) de torcedores em visita às dependências internas do Estádio Beira-Rio. A narração enuncia que se o torcedor quer conhecer o gramado e outras dependências – como as suítes, onde ficam os camarotes – pode agendar visita por um dos telefones do clube. Há ainda a divulgação do blog ‘arquibancada colorada’, de torcedores da social¹⁹. Neste caso, parece que se solidifica a fusão entre indivíduos e determinada instituição social, quando a própria ‘instituição’ reconhece e legitima a existência de um espaço para a discussão de assuntos que a envolvem.

Outro dispositivo seria o sistema de alto-falantes, com cerca de 15 caixas espalhadas pelo gramado para a saída de som, um locutor e demais suportes para transmissão da sua fala. Entre as estratégias acionadas antes do jogo iniciar, a da convergência de dispositivos fica evidenciada pelo acoplamento de suas instâncias técnicas e de sentidos, configurando o que transcrevemos como ‘hiperdispositivo’, com base em Carlón (2004). Os acoplamentos entre escrita, áudio e som ficam evidentes ao longo das partidas. Entre uma das estratégias de autopromoção da instituição, um vídeo no telão mostra o número 49.810, código que os torcedores podem utilizar para, segundo a narração, mandar mensagens e saber “tudo antes sobre o Inter e em qualquer lugar”.

¹⁹ A social ficou designada como parte da torcida que fica no setor de arquibancadas do anel inferior do Estádio, abaixo das cabines destinadas à imprensa.



FIGURA 41 – Caixas de som ficam voltadas para a torcida

Na hora do anúncio da escalação das equipes – minutos antes do começo de cada partida, podemos perceber o hiperdispositivo em composição, ajustamento e funcionamento quando som e imagem combinam-se para uma espécie de homogeneização discursiva, levando o torcedor presente no estádio a sentir-se como se estivesse em casa vendo a escalação projetada pela televisão com áudio e vídeo acoplados.

Em dias de jogos importantes, as primeiras imagens ao vivo para dentro do Estádio costumam vir de fora dele. Alertados pela voz que ecoa dos alto-falantes dizendo “Aí vem o Inter”, torcedores podem acompanhar a chegada do ônibus com a delegação do Internacional. Com o carro já estacionado na entrada do vestiário, a câmera do cinegrafista apontada para a porta do veículo mostra o desembarque de cada um dos jogadores e membros da comissão técnica. Mesmo o olhar direcionado a chegada da delegação colorada (fora do estádio), não seria deslocado de seu lugar referencial que é a co-presença à movimentos diversos da ‘instituição’. Entre o imaginário acionado pelos feitos do passado e o olhar alargado para além dos portões do Estádio há sempre o reforço do vínculo com o clube. As imagens do desembarque da delegação colorada parecem tanto mais componentes da significação (re)construída pré-jogo – e que dá sentidos a sua realização – do que a publicidade de caráter desviante das atenções e que se caracteriza, assim, como elemento externo à relação entre torcida e ‘instituição’.

Ainda que os torcedores cheguem ao estádio e o telão esteja em funcionamento, é com uma antecedência de 20 a 30 minutos antes dos jogos que o “silêncio” é quebrado pelo acionamento do sistema de alto-falantes, que, por vezes, veicula músicas²⁰ relacionadas ao

²⁰ Três músicas trazem em seus refrões referências ao Internacional: “Da-lhe, da-lhe Inter do povo, é Libertadores de novo”; “Te amo colorado, o Inter é o meu vício”. Também é veiculada a canção da banda

futebol enquanto imagens da torcida e de jogadas e gols do time passam no telão. As canções – algumas delas relacionadas ao Internacional – parecem servir tanto como reforço do sentimento de pertença das pessoas a uma tribo (torcedores colorados) quanto para injeção de ânimo nelas. Além dessas imagens, também aparecem momentos da conquista do título mundial de clubes, em 2006, pelo Internacional no Japão e de equipes lendárias como a dos anos 70, que contou com atletas como Falcão e Figueroa.

Não é incomum o sistema de alto-falantes entrar em ação para pedir apoio da torcida até o fim da partida. No jogo entre Internacional e Banfield pela Copa Libertadores da América foi pedido aos torcedores: “Cante, vibre e apoie os guerreiros colorados até o último segundo”. Na medida em que o jogo não estava fácil, a injeção de ânimo na torcida teria solicitado a mobilização até os instantes finais como forma de pedir (implicitamente) a paciência dos torcedores, já que não é raro o fato de muitos deles ficarem impacientes com a demora na marcação de gols. Outra maneira de solidificar a união entre equipe e torcida foi por discurso de caráter individual, que buscou cada indivíduo em especial para atingir propósitos coletivos: “Torcedor colorado: cante e apóie. Você faz a diferença no Estádio Beira-Rio”.

Temas relacionados ao Sport Club Internacional circulam através de suportes diversos. De modo virtual pela internet (com o próprio site do clube e blog, como visto acima – sem contar em sites como Orkut, Twitter e YouTube). No Estádio pelo telão, sistema de alto-falantes e jornal. Além disso, há correspondências e envios de sentidos de determinado dispositivo para outro. A própria carteira de sócio é exemplo, na medida em que funciona como dispositivo que se integra a outros durante o evento. Utilizada inicialmente para ingresso no Estádio por roletas eletrônicas, na promoção do intervalo ela serve também como credencial à participação no sorteio de brindes da instituição. Essa estratégia mobilizada pela instituição no reforço das relações com os associados mostra que o acoplamento de dispositivos ocorre numa ordem tecno-social, operando nas relações entre indivíduos e a ambiência em mediatização. O exemplo acima deixa clara a formação de uma outra espécie de hiperdispositivo – numa ordem interna, quando uma mesma instituição projeta-se a partir de dispositivos interacionais que dispõe para comunicação com seu público. Ainda, neste caso fica mais evidente a dimensão material do agenciamento realizado.

Mamonas Assasinas que foi apropriada pela torcida ‘Popular do Inter’. Do grupo O Rappa é tocada uma música sem relação com o Internacional, porém, ligada ao futebol pelo próprio conteúdo da letra, cujo refrão diz: “Eu quero ver gol, eu quero ver gol. Não precisa ser de placa, eu quero ver gol”.

Quando o jogo é pela Copa Libertadores da América, o anúncio do principal patrocinador da competição e o escudo do clube ficam posicionados no gramado, em direção as câmeras de televisão. Se em jogos do Campeonato Gaúcho o círculo central do gramado é ocupado pelo distintivo do Internacional, numa partida pela Libertadores da América é uma bandeira circular do patrocinador que ocupa o espaço. Assim, a bandeira com o símbolo do clube é deslocada, como também o fora o lugar onde jogadores da equipe se apresentam formalmente à torcida após a entrada em campo.



FIGURA 42 – Símbolo do Internacional ocupa região central do gramado antes do começo de partida pelo Campeonato Gaúcho



FIGURA 43 – Símbolo do Internacional é deslocado em dia de jogo pela Copa Libertadores da América

Fica evidente a grandeza e importância midiática do evento devido a deslocamentos promovidos por uma ordem econômica e financeira. Também aparece com nitidez o atravessamento de campos sociais e as negociações realizadas para o engendramento de um

evento midiático, levando-se em consideração que sua arquitetura está perpassada pela presença das câmeras da televisão; visada que vai ao encontro do que propõe Eco (1984) sobre a preparação singular de um evento que será televisionado.

Para sua visibilização, a instituição utiliza-se de estratégias variadas, promovendo-se de diferentes modos. A pintura em parte do Estádio com propaganda da TV Inter (www.tvinter.tv) indica a preocupação em tornar pública uma das ferramentas que a instituição utiliza para maior proximidade com o torcedor; uma operação que está contida noutras realizações, muitas delas deixadas à vista pelo próprio site. A necessidade de reafirmá-las é, portanto, explicitada com a inscrição no Estádio que coloca em circulação os sentidos pretendidos pelo Sport Club Internacional. De outra maneira, a construção/manutenção de vínculos com torcedores também acontece pela exibição de dois mascotes à beira do gramado; um representando o Saci (um dos símbolos folclóricos do clube) e outro um macaco (apelido provocativo pelo qual são chamados os colorados, porém incorporado por torcedores e pelo clube).

Quando não é a instituição quem realiza movimentos estratégicos para marcar seu lugar de ação junto à torcida, é esta quem promove a própria instituição. As diversas faixas de torcedores nos jogos, em especial as dos consulados de Capão da Canoa (RS), Caxias do Sul (RS), Passo Fundo (RS) e Chapecó (SC) mostram a extensão da instituição para além dos limites do Estádio Beira-Rio. Assim, explicitam a própria preocupação dessas “organizações” em fazerem-se percebidas no Estádio e, portanto, pelas câmeras de televisão. Aqui, os sentidos ingressam do social (via campo esportivo) para imersão no “núcleo” de ações deste campo, de onde retornam à sociedade explicitando um sentimento de pertença que, de outra forma, ficaria restrito ao âmbito de cada consulado, sem poder deixar à vista seus vínculos com a instituição.

Entre as faixas que circulam habitualmente antes dos jogos com informações sobre ações da instituição, algumas exibem o atravessamento de campos sociais. Numa delas, percebemos a emergência do campo político. No material, a frase: “Violência sexual contra crianças e adolescentes é crime”; com ela os símbolos do Internacional e do Governo do Rio Grande do Sul. Isso implica dizer que a circulação de sentidos do Internacional não se faz sem a presença de outros campos, os quais lutam por espaço entre os dizeres institucionais através de parcerias realizadas com o clube.

6.2 O JORNAL DO INTER

Para quem chega à parte interna do estádio em dia de jogo importante como os da Copa Libertadores da América, a instituição Sport Club Internacional faz questão de dar as boas vindas. Sua promoção acontece pela entrega por funcionários (as) do clube do Jornal do Inter. Com essa promoção de sentidos, a instituição apresenta a partida a ser disputada conforme sua visada que leva ao leitor conteúdo praticamente exclusivo do Internacional. À exceção, nas páginas centrais, quatro e cinco, são passadas informações sobre a equipe adversária, como a escalação do time e jogador destaque.

A distribuição acontece tanto para a torcida quanto para a imprensa. Uma das finalidades é trazer a torcida para dentro do ambiente de jogo, fortalecendo o imaginário já construído – com informações da imprensa esportiva – acerca da disputa. O jornal funciona concomitantemente à presença do telão e sistema de alto-falantes do estádio. Novamente, emerge um hiperdispositivo doador de sentidos ao ‘real’ através de uma reunião de dispositivos interacionais ofertados pela instituição a partir de uma base tecnológica.

Essa estratégia de criação de uma ambiência traz certa sensação de autonomia do campo esportivo no estabelecimento das interações com indivíduos tanto do próprio campo como de outros. De certa forma, essa é a ponta do iceberg de uma estrutura que começa na assessoria de comunicação do clube, que dispõe de profissionais especializados (jornalistas) para a realização das atividades de produção da informação em suas dependências – na Assessoria de Comunicação. No entanto, a autonomia mostra-se relativa pelo fato de que os textos saem do Estádio Beira-Rio para impressão nas máquinas do diário Zero Hora.

Fica evidente que parte da estrutura montada pela instituição para comunicação com seu público-alvo, a torcida, depende do atravessamento do campo midiático, onde aparecem as organizações (empresas) para comunicação jornalística. Ficam evidentes certos vínculos entre os campos esportivo e midiático, na medida em que a circulação de sentidos promovida internamente no estádio passa por uma circulação – num primeiro momento – de sentidos para fora do campo esportivo. Das páginas formatadas em computador até sua forma física em papel há, portanto, um processo de entrecruzamento de fazeres: o fazer do campo esportivo com a produção do jornal e o fazer do campo midiático com sua impressão na gráfica.

O Jornal do Inter possui oito páginas. Inclui editorial, fotografias, anúncios publicitários, matérias, expediente, escalações das equipes (conforme a partida a ser jogada) e uma seção chamada entrevista.

Na capa encontra-se basicamente uma manchete com foto em tamanho superior a metade da página. Acima do nome Jornal do Inter, que aparece junto ao escudo do clube, duas chamadas para matérias – sendo uma principal (página 3) e outra secundária.



FIGURA 44 – Edição nº 78 do Jornal do Inter

Diferentemente de periódicos tradicionais a manchete não se remete a alguma matéria em específico do jornal. De outro modo, manifesta o sentimento da instituição sobre a partida, que é aquele mesmo voltado a dar sentidos sobre o jogo para o torcedor. Há, por exemplo, a apropriação de cantos da torcida como o ‘Vamos, vamos, Inter!’, informações na própria manchete resumindo os objetivos do clube como “Em busca do topo”, indicação sobre a importância de determinada competição para o clube em “Começa a luta pelo bi da América” e também a proclamação de desejos institucionais, que seriam reflexos do desejo da torcida como na manchete “Queremos tudo de novo”, com foto da taça da Copa Libertadores da América, torneio pelo qual a equipe sagrou-se campeã pela primeira vez em 2006.

A página 2 está dividida em três partes: editorial, matéria e expediente. Neste, é apresentada o corpo diretivo do Sport Club Internacional e a equipe da assessoria de comunicação do clube responsável pela produção do Jornal do Inter. É no expediente que encontramos um destaque para a ouvidoria colorada. A ouvidoria é o espaço aberto aos sócios, lugar onde a torcida pode se manifestar por e-mail, telefone ou no próprio Beira-Rio na Central de Atendimento ao Sócio (CAS). Se o Jornal do Inter é recebido como um produto pronto pela torcida é pela ouvidoria que outras portas se abrem para um *feedback* com a

instituição. O jornal traz no seu interior um espaço que não se propõe a encerrar fluxos de sentidos, senão a abrir um novo caminho ao retorno discursivo pela torcida, tecendo a circulação de sentidos pelo social. Aqui, percebemos uma legítima circulação, na medida em que a instituição coloca-se como produtora e receptora de sentidos, não colocando em caráter unidirecional as interações com a torcida.



FIGURA 45 – Expediente traz os contatos para os torcedores se manifestarem pela ouvidoria colorada

A matéria da mesma página parece mais extensão do editorial do que propriamente matéria jornalística. Sem entrevista, coloca-se principalmente como relato do que vem a ser o jogo no qual o Jornal do Inter é entregue. O texto traz informações gerais e números do time na competição, bem como contextualiza o torcedor sobre a campanha da equipe adversária no mesmo torneio. Com um discurso informal e direto, a matéria (com foto) se parece mais com uma notícia veiculada pela internet. Enquanto isso, o editorial é o caminho mais direto para a instituição acessar o âmago do torcedor. Com uma abordagem incisiva, o texto busca conclamar a torcida para o jogo, enaltecendo sempre o sentimento de união entre indivíduos e clube. É uma forma de reforço dos contratos e vínculos que sustentam relações no campo esportivo. Além disso, o editorial busca dar a tônica do que pode ser o jogo, no mínimo, do que se espera dele. Acima de tudo, coloca-se como espaço de mobilização do torcedor.

A página 3 é o espaço destinado a uma das matérias da chamada de capa. Diferentemente do texto da página 2, a matéria principal ganha destaque, chegando a ocupar a

página inteira. Quando isso acontece, percebemos que o texto é mais encorpado, trazendo, inclusive, as falas daqueles a quem a reportagem se remete. Ganham destaque os atletas do clube e a torcida; há ainda espaço para curiosidades envolvendo o clube. Numa delas, na edição nº 74, um pequeno texto intitulado ‘O único time brasileiro da Libertadores nas finais do Estadual’ faz referência ao fato do Internacional ser o único clube dos cinco times que disputaram a Copa Libertadores de 2010 a estar decidindo o campeonato regional. Enquanto isso, na edição nº 78 um box traz um texto com o título ‘A mesma zaga de 2006’, remetendo-se ao fato do sistema defensivo do Internacional no jogo contra o São Paulo²¹ ser o mesmo da final da Copa Libertadores de 2006 contra o próprio São Paulo. Essas curiosidades dão a informação a mais para o torcedor, além de trazerem à sua memória fatos que podem estar esquecidos e servem como substância as conversações estabelecidas nos momentos pré-jogo.



FIGURA 46 – Atletas são destaque nas matérias da página 3

As páginas centrais (4 e 5) são uma espécie de prancheta sobre o jogo. No centro, são mostradas as prováveis escalações das equipes e o trio de arbitragem da partida. Junto a esses dados, um jogador-destaque de cada time é apresentado; de jornal para jornal varia o atleta do Internacional escolhido para exibição. Além disso, há a veiculação das estatísticas do Internacional, como números de jogos disputados, vitórias, derrotas, gols marcados, gols sofridos e aproveitamento em partidas fora e dentro de casa. Com a disponibilização de informações precisas do clube, o Jornal do Inter coloca-se como meio legítimo de oferta de

²¹ Partida disputada pela Copa Libertadores da América em julho de 2010.

sentidos sobre o Internacional, trazendo para o torcedor o número que, por vezes, pode ser deixado de lado pela imprensa esportiva.



FIGURA 47 – Páginas centrais trazem as escalações das equipes

Cabe destacar que nas edições nº 72, 73 e 74 encontramos na página 5 a seção ‘notas coloradas’. Nesta, aparecem informações diversas sobre as duas equipes com relação a Copa Libertadores da América. É uma espécie de informativo geral, sem deixar de lado o pedido de apoio à torcida em meio às informações sobre a média de público nos jogos do Internacional no próprio torneio, como em 2006, ano do primeiro título Sul-Americano. Uma das notas diz: “O torcedor colorado pode novamente fazer a diferença na campanha da Libertadores. A exemplo de como foi em 2006, a participação do torcedor pode dar aquela força a mais. Em 2006, nas 7 partidas realizadas no Estádio Beira-Rio, um total de 268.404 pessoas acompanharam os jogos do Colorado. A média de público foi de 38.404 torcedores”. Já nas edições nº 78 e nº 79 não encontramos a seção ‘notas coloradas’. Ao invés dela, a seção ‘saiba mais’ com um volume de informações menor em relação a seção anterior e destaque nenhum ao adversário. O conteúdo é voltado, principalmente, as peculiaridades do jogo a ser assistido pela torcida e, novamente, a questões envolvendo os atletas do clube, como na seguinte nota: “Giuliano é novamente uma boa opção para o técnico Celso Roth. Com seu poder de decisão, o jovem meia-atacante é o artilheiro do Inter na Libertadores, com cinco gols”.

Na página 6 aparece pela primeira vez no Jornal do Inter uma seção chamada ‘entrevista’. Esse é o espaço destinado a dar voz aquelas pessoas que fazem o clube acontecer, seja dentro de campo ou nos bastidores dos eventos esportivos. Técnico, atletas e dirigentes são mobilizados para discursar sobre os momentos que o clube atravessa. É a fala que se projeta de fora da assessoria de comunicação do clube, embora haja certa intervenção desta

nos questionamentos ao entrevistado. A seleção dos entrevistados é estratégica, na medida em que duas das figuras mais importantes do clube (presidente e vice-presidente de futebol) foram destacados para darem seus depoimentos nas duas últimas partidas disputadas pelo Internacional em seu estádio pela Copa Libertadores da América. No confronto entre Internacional e São Paulo pela semi-final do torneio foi divulgada entrevista com Fernando Carvalho (vice de futebol), enquanto que na final entre Internacional e Chivas (México) circulou a entrevista com Vitório Piffero (presidente).



FIGURA 48 – Seção de entrevistas fica em coluna à esquerda da página seis

Ainda, na página seis há espaço para matérias sobre assuntos diversos, desde informações sobre o próprio torneio disputado até publicidade do Internacional, como na edição nº 78 quando uma matéria chamou a atenção do torcedor para as novas suítes (camarotes) à venda no Beira-Rio. É nesta página que encontramos publicidade não vinculada a realizações da instituição, deixando claro o fato do Jornal do Inter não ser fechado ao atravessamento do campo econômico. A venda de espaços significa uma abertura às negociações com outros campos, assim como a emergência do marketing dentro do próprio clube, enquanto esfera que transcende as realizações vinculadas ao futebol.

A página 7 também é aberta aos anúncios publicitários, encontrados principalmente no fim da página. Mas, mais do que isso, é lugar onde a instituição projeta-se novamente através de pequenas notícias de caráter informativo. Há uma referência aos dispositivos que mantêm para interação com o torcedor, como a Rádio Inter e a TV Inter. Em uma das notícias, por exemplo, o Jornal do Inter conclama os torcedores a ficarem sintonizados de segunda-feira a sexta-feira na programação da Rádio Colorada. Os atrativos para os colorados transcendem a

oferta de músicas; como a própria rádio propõe: “as atrações da tarde no Beira-Rio vêm recheadas de informações de todos os departamentos do Internacional”. Com isso, o torcedor é convidado a uma imersão numa ambiência em que prevalecem os sentidos engendrados pela instituição.



FIGURA 49 – Referências a outros dispositivos de comunicação são frequentes na página 7

Entre as diversas informações, sobra espaço para a divulgação de notícias não relacionadas ao futebol. Essa é uma forma de mostrar que o Internacional é mais do que um time jogando dentro do gramado, sendo uma equipe que também joga fora com o desenvolvimento de ações sociais como mostra a edição nº 73 na matéria intitulada ‘Interagir faz visita a hospitais de Porto Alegre’, que fala sobre a visita do projeto Interagir a dois hospitais em ação social que levou edições da Revista do Inter para crianças e adolescentes em fase de recuperação ambulatorial. Essa abertura da instituição para o social também ficou visível na edição nº 78 na matéria ‘Gestão Esportiva’, que divulga um programa de formação em gestão do esporte. De algum modo, as ações no social evidenciam também o atravessamento do campo esportivo sobre outros campos; a divulgação da participação do Internacional no Donna Fashion 2010 – um dos principais eventos de moda do Brasil – indica que a instituição busca difundir sua marca no social com o desfile de suas coleções voltadas ao público infantil, jovens e adultos.

Por último, a página 8 (contracapa) é destinada exclusivamente a publicidade, por vezes, somente do clube para os torcedores, já que em alguns casos há anúncios de empresas

que fazem a propaganda de seus produtos. Novamente, busca-se neste espaço uma comunicação direta com o torcedor, como traz a edição nº 74: “Decisão em Libertadores é pra cantar do primeiro ao último minuto”. Noutro anúncio institucional, a frase: “É hoje, colorado. Pressão e fumaceira pra cima deles”. O desenho de uma panela remete ao que deva ser o jogo; é uma espécie de abastecimento do imaginário do torcedor com aquilo que a instituição almeja para a consecução de seus objetivos.



FIGURA 50 – Contracapa traz anúncio institucional

As próprias propagandas de empresas não vinculadas ao Internacional também são dirigidas aos torcedores. O jogo de palavras é constante e remete-se ao momento e contexto que envolvem o clube. No anúncio da empresa Football Eyewear, na edição nº 79, a frase: “Nessa hora nossos óculos são importantes por dois motivos: (a) o sol de Abu Dhabi brilha, (b) a estrela colorada brilha muito mais”. Há, portanto, duas referências: uma ao escopo do clube, isto é, a chegada até Abu Dhabi (Emirados Árabes) para a disputa do torneio mundial de clubes (direito adquirido com a conquista da Taça Libertadores da América), e outra ao brilhantismo do Internacional, que seria resultado das conquistas do clube. Com os sentidos atribuídos as façanhas e glórias do clube, busca-se fortalecer o sentimento dos indivíduos de pertença não só a uma torcida, isto é, uma tribo, mas a uma nação estruturada por ações da instituição.

7 SOBRE O JOGO: O OLHAR DA IMPRENSA ESPORTIVA

Entre tantos olhares direcionados para o gramado onde acontece uma partida de futebol, há aquele olhar mais especializado, o olhar crítico, em que a medida pode ser a informação veiculada no rádio, no jornal, num site de notícias ou na televisão. O olhar da mídia coloca-se como instância privilegiada para apreensão da realidade e conseqüente produção de sentidos.

No Estádio Beira-Rio, assim como em muitos outros estádios de futebol pelo país afora, esse olhar em relação ao jogo é um olhar de cima, situado sobre o lugar onde movimentos dos jogadores dão a forma e o ritmo às partidas. É a partir das cabines de imprensa que toda uma construção de sentidos é feita, colocando os discursos num fluxo em que a apropriação pela torcida e audiências é um dos objetivos e lógicas do funcionamento da mídia.

Os discursos empreendidos pelo direcionamento do olhar de repórteres à realidade escondem, muitas vezes, processos nos quais há todo um conjunto de interações sobre o 'real'. A mediação promovida pela linguagem não torna explícitas as formas interacionais do trabalho midiático. Sequer revela os protocolos e agenciamentos de sentidos feitos para dotar os fatos de certa inteligibilidade.

Como o olhar da imprensa esportiva é um olhar complexo, permeado por movimentos, fluxos, estratégias, regras, conversações, tornou-se necessária a observação de parte de suas rotinas. Do conjunto de cabines destinadas a imprensa no Beira-Rio percorremos as cabines nº 9, 16 e 23, respectivamente, da imprensa radiofônica, televisiva e escrita. Estando em situação de co-presença com o universo a ser observado pudemos registrar as situações que envolvem o trabalho da imprensa. Em cada uma das cabines apreendemos através da técnica da observação participante os movimentos dos membros das equipes designadas para a cobertura dos jogos.

7.1 NA CABINE Nº 9

No confronto entre Internacional e Deportivo Quito (Equador) pela Copa Libertadores da América deslocamo-nos até a cabine da Rádio Guaíba, onde visualizamos a natureza das interações que acontecem na cabine nove (9) do Estádio Beira-Rio e pelas quais a audiência tem conhecimento pelas múltiplas vozes que se intercalam para dar inteligibilidade ao jogo.

Em jogos importantes, a equipe conta com dez profissionais: cinco repórteres, três técnicos em som, um narrador e um comentarista. Os primeiros distribuem-se entre a sala de imprensa, arquibancadas sociais e cabines. Os técnicos ficam na sala de imprensa e cabine. Narrador e comentarista na cabine com um dos técnicos. Como em jogos da Copa Libertadores é apenas parte da imprensa – especialmente, fotojornalistas, cinegrafistas e repórteres de televisão – que pode ingressar no gramado, os repórteres da Rádio Guaíba ficam no setor de arquibancadas e cabine.

Na cabine de transmissão há todo um arsenal de ferramentas técnicas que possibilitam desde a regulação de entrada e saída de áudio até a comunicação entre técnicos por ramal telefônico dentro do Estádio. Entre os aparelhos, atrás e acima do narrador uma televisão.

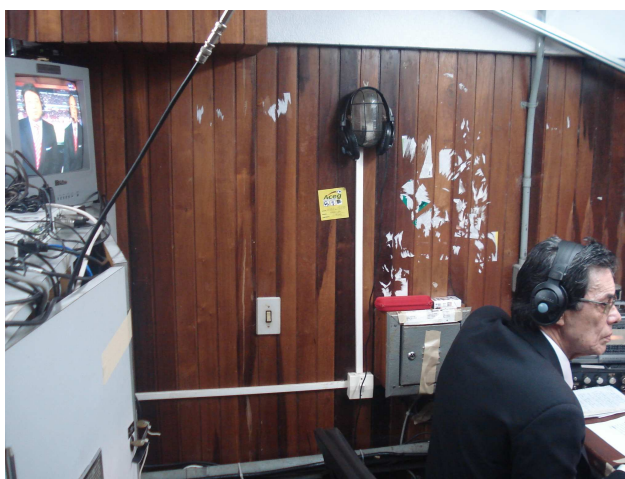


FIGURA 51 – Aparelho de televisão fica às costas de Aroldo de Souza

De costas para a TV e com uma visão privilegiada – de cima para baixo – do gramado, Aroldo de Souza inicia a “transmissão” da partida em uma temporalidade distinta²² daquela em que a bola entra em jogo. Apropriando-se de um texto previamente escrito – denota uma preocupação do narrador com a apresentação do espetáculo – ele conclama ouvintes para sintonizarem ou se manterem sintonizados com a Rádio Guaíba. Em sua fala Aroldo de Souza dá destaque àqueles torcedores que veem o jogo pela televisão, mas escutam pelo rádio. Desse modo, enfatiza a importância social do veículo e sua autonomia de funcionamento em relação a outras mídias que cobrem eventos esportivos como emissoras de televisão e imprensa escrita.

²² A jornada esportiva é aberta com 30 minutos de antecedência ao começo formal do jogo, com o pontapé inicial.



FIGURA 52 – Aroldo de Souza em ação em jogo do Internacional

A conexão entre ambiências desde o Estádio a partir da voz de Aroldo de Souza acontece quando o narrador vincula a seu discurso sentidos e protocolos que, respectivamente, transitam e se estabelecem entre operações (rotineiras nos jogos) da instituição e manifestações da multidão. O que ocorre, por exemplo, quando Aroldo pede aos ouvintes para escutarem com atenção a ovação da torcida ao nome de algum atleta que aparece no telão e é pronunciado pelo locutor do sistema de alto-falantes.

A mesma escalação de ambas as equipes proferida por esse locutor para o Estádio é deixada em papéis timbrados do Internacional para o comentarista da rádio, Edgar Schmidt, que anota em papel separado os nomes dos atletas de ambas as equipes que começam as partidas. Entre as folhas da assessoria de imprensa do clube e as anotações do comentarista percebemos que sua leitura de jogo coloca-se numa posição bastante particular, que começa pela posição – no canto direito e a frente na cabine – na qual trabalha (foto abaixo) com dispositivos técnicos (microfone) e suportes (papel onde escreve as escalações) para enunciação.



FIGURA 53 – Edgar Schmidt fica posicionado à direita da cabine

Minutos antes do jogo entre Internacional e Deportivo Quito pela Copa Libertadores da América começar, uma banda marcial da Brigada Militar estava posicionada à beira do gramado. Quando percebeu que a mesma fez movimento em direção a linha de fundo do campo, Aroldo de Souza perguntou (no ar) aos colegas sobre o motivo do deslocamento da Banda. O assunto gerou um pequeno debate, em que um dos repórteres disse: “O Inter está quebrando o protocolo”. Seu colega repórter apontou para a mesma questão e ele emendou outra: “Será que a televisão tem tanto poder assim?”. Independentemente do fato em si, pela conversação estabelecida na cabine fica clara uma preocupação com o atravessamento de ações dos campos sociais. De modo indireto surgem tensões entre campo esportivo e midiático quando o protocolo que estrutura a agenda do evento sofre, segundo jornalistas, intervenções, deslocamentos. Do próprio campo midiático também emergem tensões, na medida em que fica explícita uma vantagem da televisão em sobrepor suas lógicas de funcionamento às lógicas de outras mídias fazendo valer o poder da imagem.

Para uma leitura mais acurada do jogo, o trabalho entre os repórteres é dividido de acordo com normas e consensos. Dois deles ficam responsáveis pelas intermediárias do gramado (região central), outros dois pelas jogadas e lances disputados próximos a e na região das goleiras compreendida pela grande área e um quinto profissional fica no setor de arquibancadas sociais. Nesse processo de doação de inteligibilidade às múltiplas realidades que produzem sentidos em um estádio no ritmo de uma partida de futebol, o rádio busca afetar o imaginário social moldando as formas corpóreas que estão envolvidas pelo jogo, com foco principal no desempenho dos atletas. Para a informação mais precisa aos ouvintes, o narrador Aroldo de Souza anota em papel os nomes dos jogadores equatorianos conforme as regiões por onde preferencialmente estão predispostos a transitarem durante o jogo.

A pressão do Internacional sobre os adversário equatoriano já nos primeiros minutos de jogo rendeu o gol de Andrezinho, que começou como titular. Após a narração, o repórter Flávio Dalpisol, que buscou detalhar e formatar a jogada do gol para o ouvinte, aproveitou-se de polêmica envolvendo o atleta sobre a possibilidade de ser o 12º jogador titular da equipe por entrar normalmente no segundo tempo (porém, sempre correspondendo com eficiência). Na sua fala, Dalpisol trouxe sentidos que circularam pela imprensa com ressonâncias nos torcedores; para isso utilizou o termo “tese” para referir-se as indicações sobre a performance do atleta: “Completamente equivocada esta tese, pelo menos Andrezinho tenta desmenti-la”. Deste modo, coloca-se numa posição de objetividade quando procura sobrepor sentidos aqueles já construídos com base na verificação de uma situação, que (externa ao âmbito da linguagem) rompeu com a idéias previamente estabelecidas, segundo ele. Ainda, fica num espaço parcial quando trata de desqualificar sentidos para falar ao torcedor que o sentido exato é aquele que emana do real atravessado pela Rádio Guaíba.

As interações na cabine se dividem em momentos com microfone(s) ligado(s) e desligado(s). Do papel predisposto a exercício com microfone ligado, a outro papel com o microfone desligado há um deslocamento do olhar e da fala. Em determinado momento do jogo e diante do bom desempenho do Internacional, Flávio Dalpisol migra de sua posição de repórter para a de comentarista, porém, com o microfone desligado (‘off’): “É o melhor primeiro tempo do Inter esse ano”. Nesse contexto, os sentidos que transitam pela cabine podem ter seu fluxo interrompido para os torcedores pela desativação de cada microfone pelo seu usuário.

Além disso, há outra instância de circulação de sentidos que não abrange o universo da torcida; pode ser percebida como forma de comunicação interna entre produção/técnica e cabine para dar avisos. A certa altura do jogo, ainda no primeiro tempo, uma voz anuncia para Aroldo de Souza através de um dispositivo que entraria no ar propaganda política gratuita, isto é, que a rádio teria de interromper sua “transmissão” por cerca de dez minutos em função do horário eleitoral. Após o início da propaganda, o narrador pediu que alguém visse se na Rádio Gaúcha (principal concorrente pela audiência) a programação também havia sido interrompida, o que acabou sendo confirmado depois de dúvidas entre aqueles que estavam na cabine. Com um cigarro aceso, nesses dez minutos Aroldo de Souza foi ao microfone poucas vezes, narrando apenas lances de ataque do Internacional próximos à área adversária. O radialista mostrou-se inconformado com o atravessamento de sentidos do campo político e midiático sobre o acontecimento esportivo: “Se (os partidos) oferecem (seu tempo de propaganda gratuita) para o futebol, ganham simpatizantes”, afirmou.

Quando um campo social como o político intervém na construção de sentidos sobre um evento esportivo, a equipe vira expectadora do jogo. Parece-nos que essa situação desencadeia certo afrouxamento nas tensões que cercam a cobertura de jogos de futebol; assim como Aroldo de Souza aproveita para fumar, os repórteres fazem comentários sobre questões supérfluas como o foi com o peso do quarto árbitro da partida Leandro Vuaden. Mesmo no ar, o locutor da Guaíba também chamou atenção dos ouvintes à troca de casaco no intervalo do jogo pelo técnico do Deportivo Quito, o que mostra momentos nos quais relaxamentos são permitidos como estratégia que visa arrefecer a tensão que cerca um jogo decisivo.

Como narrador e repórteres trabalham com a criação de um imaginário sobre o que de imediato ocorre e ao comentarista cabe, logicamente, comentar o jogo a partir de indícios desse imediato (“real”), naturalmente, quem menos altera seu comportamento é Edgar Schimidt. No caso de haver quebras na transmissão, após sua retomada por Aroldo de Souza, ele é convocado para dar um panorama sobre a partida – seria um modo encontrado para esclarecer o ouvinte sobre o tempo em que não recebeu informações, embora pudesse estar assistindo ao jogo pela televisão.

Há momentos em que os repórteres procuram antecipar os fatos por indícios de “real”. Foi o que aconteceu no jogo entre Internacional e Deportivo Quito quando o repórter Flávio Dalpisol procurou se antecipar à reação e decisão do juiz ante uma disputa envolvendo o zagueiro Bolívar e um atleta equatoriano. “Foi falta”, disse Dalpisol ao microfone. No entanto, o jogo transcorreu, e a dúvida do repórter levou-o a conferir na televisão o *replay* do lance. É possível que sua dúvida tenha surgido por embaraços de jogadores no lance e, em consequência, também pela distância em relação ao fato, que aconteceu na lateral oposta às cabines de imprensa. Já no fim da disputa, ocorreu situação semelhante: quando Giuliano, meio-campista do Internacional, recebeu a bola próximo ao bico da grande área localizada a direita da cabine nº9, Dalpisol disse: “Tá impedido”. O lance continuou, o atleta marcou gol e a partida terminou em 3 a 1 para os brasileiros.

O jogo de futebol é também jogo de temporalidades. Assim como os discursos se movem para enunciar um “real” já dado, evidenciando incompletudes do processo, operações técnico-sociais como a manipulação de equipamentos eletrônicos demonstram o lapso de tempo entre os movimentos em campo e aqueles engendrados para circulação de sentidos no social. Isso pode ser percebido quando no monitor de TV instalado na cabine apareceu a imagem do atacante Walter concedendo entrevistas, enquanto no campo o atleta já se deslocara em direção ao vestiário.

Cada mídia utiliza recursos para manter a ‘fachada’, nos termos de Erving Goffman, de que existe realmente a “transmissão” simultânea da realidade, que, em verdade, apresenta-se, por exemplo, por espetáculos midiáticos engendrados no e para o social. A participação de torcedores torna-se estratégica porque traz a voz daquele que participa do meio da multidão, fazendo emergir consigo impressões e leituras do jogo. Com isso, a imprensa posiciona repórteres em meio e próximos à torcida, apropriando-se de sentidos como o de uma torcedora que cantou nos microfones da rádio. Para que isso seja possível duas antenas ficam posicionadas – em direção às arquibancadas – sobre a mesa de apoio donde trabalham narrador e comentarista; assim há uma composição de equipamentos e dispositivos eletrônicos no cenário de projeção da imprensa sobre a realidade.

Entre eles, a televisão serve de fonte de informação. Ela transita entre o imaginário e interações na cabine em dois níveis: um da linguagem – pelas manifestações relacionadas à sua agenda e modos de operação – e outro do mundo físico – quando o monitor é objeto de olhar com atenção de profissionais do rádio.



FIGURA 54 – Repórter checa informação pelo *replay* da televisão

Por exemplo, no retorno do segundo tempo de jogo entre Internacional e Deportivo Quito, um atleta equatoriano aproximou-se da beira do gramado para retirar do pulso a pedido da arbitragem uma espécie de cordão/pulseira que utilizava. Na medida em que a visão da cabine (é válido lembrar que em Copa Libertadores da América os repórteres de rádio não têm acesso ao gramado) prejudicou a visualização do que ocorria, parte da equipe virou-se para a televisão que projetou uma de suas lentes sobre este jogador. Mesmo movimento realizado por Aroldo de Souza quando ele voltou-se ao aparelho para dizer, ao vivo, sua opinião sobre a expulsão do jogador Edu, do Internacional: “Não é lance para (cartão) vermelho, vi aqui no *replay* da televisão”.

A velocidade com a qual transcorre uma partida de futebol não permite desvios de atenção pela equipe. Segundo o técnico Paulo, “o cara fica tão ligado aqui (nos equipamentos de áudio) que mal dá pra ver o jogo”; tanto que por vezes ele se dirige a televisão para conferir o *replay*. A intensidade e fugacidade do jogo pode fazer, inclusive, com que o comentarista Edgar Schimidt perca-se nos gols, embora seja logo informado sobre quem balançou as redes.



FIGURA 55 – Paulo não desgruda a atenção de uma série de dispositivos tecnológicos, principalmente, colocados para captação do áudio pelos microfones

Quando o sistema de alto-falantes anuncia pelo telão o número de torcedores e a renda do confronto, prontamente os dados são “transmitidos” pela Rádio Guaíba aos seus ouvintes. Desse modo, a percepção instantânea das informações pelo som e números exibidos no telão por quem está no Estádio parece equivaler-se a sensação de tempo “real” e imediatismo por quem está em casa pelo rápido fluxo de sentidos entre a instituição, imprensa e torcida.

Se, por um lado, a televisão coopera no engendramento de narrativas e comentários, principalmente, pelo *replay*, por outro emerge como lugar propenso ao recebimento de críticas vinculadas às operações que promoveram o jogo. Na medida em que somente profissionais da televisão estejam habilitados para ingresso no campo, as entrevistas pós-jogo – concedidas ainda no gramado pelos jogadores, são realizadas apenas pelos repórteres da TV, o que gera certo incômodo na cabine quando isso acontece, como vemos na fala do narrador após o jogo entre Internacional e Deportivo Quito: “Que pena; só a televisão pode pegar a palavra do jogador”, disse Aroldo de Souza, assumindo a importância de se “transmitir” a fala do vivido, ainda no ambiente por onde ressoam os 90 minutos de bola em jogo. Um repórter ironizou: “A tevê tem medo da audiência do rádio”. Mais uma vez, fica explícita que a

competição no gramado se estende ao ambiente midiático. Ainda que as negociações engendradoras do evento perpassem o trabalho da imprensa, esta se revela insatisfeita com os próprios processos de gestão do evento esportivo.

Independentemente de outras mídias, o rádio possui particularidades em seu modo de construir a realidade. A diferença em relação à televisão ou mesmo às publicações escritas passa pelo papel desempenhado pelos seus profissionais. É em relação a esses temas, o papel de profissionais do rádio – como aquele desempenhado pelos repórteres, e as características desta mídia que Luis Carlos Reche, da Rádio Guaíba, fala na entrevista a seguir. Reche, 46 anos, é chefe de esportes, apresentador, comentarista, e repórter da Rádio Guaíba.



FIGURA 56 – Luis Carlos Reche

Pergunta: O que tu pensa sobre o papel que representa nos dias de jogos?

Resposta: Pois é. Em dias de jogos eu tenho múltiplas funções. Primeiro, sou apresentador no início da tarde com o preliminar, depois, no meio da jornada (esportiva), eu faço o intervalo, sendo o âncora e dando prosseguimento à jornada e depois do jogo a repercussão do que aconteceu no jogo. E durante o jogo eu dou basicamente depoimentos de gols, curiosidades que acontecem nas arquibancadas; uma observação geral do que está acontecendo. Eu acho que a costura tem que ser bem feita. O astro principal é o narrador, mas tem que haver uma espera, um intervalo e um pós-jogo bem feitos para ter uma boa transmissão de jogo, de jornada que a gente chama. Eu procuro dar o toque de qualidade, de conhecimento, de experiência de 25 anos de rádio.

P.: E o papel dos companheiros de jornada esportiva?

R.: Eu acho que interessante. A gente procura distribuir as peças, ter uma abrangência enorme, em cabine de imprensa, na beira do gramado, na torcida, com as autoridades, no

trânsito, enfim, sem ter uma boa equipe não tem como fazer uma boa jornada. Não dá nem pra dizer que tem ator principal e coadjuvante, claro que o narrador se for um narrador ruim, tudo o que se faz no entorno não chama atenção, mas se o narrador valorizar isso é muito importante; o narrador e o apresentador no caso do antes, do intervalo e pós-jogo.

P.: O que pensa sobre o fato do rádio levar ao torcedor aquele detalhe que, às vezes, lhe escapa?

R.: Na verdade, o seguinte: o rádio é um incremento, porque a televisão narra o gol e o comentarista faz a análise do gol. No rádio, tem o narrador, o ponta de linha – que é o repórter de goleira, que dá o detalhe mais uma vez se escapou o detalhe do narrador, vem o plantão e dá o detalhe estatístico que, normalmente, só o rádio dá e ainda vem o comentarista e mais o comentarista de arbitragem. Com certeza, a transmissão do rádio é a mais completa dos meios eletrônicos.

P.: E esse detalhe levado ao ouvinte que está dentro do estádio é fundamental, portanto?

R.: Até porque o ouvinte que vai a campo é o ouvinte mais aficionado, é o maior torcedor. Esse quer todos detalhes né, e a gente tem que chamar a atenção para isso senão a televisão engole o rádio. E o rádio por ser mais eclético, mais dinâmico, mais abrangente, eu acho que tem essa condição.

P.: Quais seriam as principais estratégias do rádio para cativar os torcedores no estádio?

R.: Motivação, emoção, falar num tom mais alto para chamar a atenção, a curiosidade. O cara tem que ser espontâneo, alegre, crítico quando tem que ser crítico, feroz às vezes quando tem que ser feroz porque o torcedor, às vezes, se transforma e quer extravasar. Acho que o radialista tem que ter essa competência, essa capacidade, esse discernimento para dizer a coisa certa na hora certa, para entrevistar a pessoa certa no momento certo. E eu acho que isso aí só o rádio dá.

7.2 NA CABINE N° 16

A transmissão de uma partida de futebol vista pela televisão oculta os bastidores e toda uma preparação dos profissionais da imprensa televisiva para a cobertura do jogo. Não mostra as movimentações de jornalistas, cinegrafistas e técnicos de áudio nos momentos em que as câmeras e luzes não estão ligadas. Se no ao vivo ou mesmo no gravado o vídeo tende a mostrar a representação sob sua fachada, quando a representação é de fundo, a região dos bastidores desaparece. No entanto, no confronto entre Internacional e Grêmio pelo Campeonato Brasileiro tivemos acesso aos bastidores da construção de sentidos pela televisão.

Para o trabalho de apropriação do ‘real’ a estrutura montada pela RBS TV passa por toda uma disposição de equipamentos técnicos e tecnológicos, formando uma estrutura que pouco se altera a cada jogo, embora mude o tipo de competição pela qual a partida se realiza. Normalmente, são 11 câmeras distribuídas pelo estádio, sendo quatro colocadas entre as cabines de imprensa e sete no campo.



FIGURA 57 – Uma das câmeras fica na própria cabine da emissora

Na cabine toda uma parafernália compõe o cenário. Entre os equipamentos presentes chama mais a atenção aqueles que funcionam em interação direta com os profissionais da mídia, isto é, os equipamentos que mesmo durante o jogo são objeto de atenção, como os monitores colocados às costas e a frente do narrador.



FIGURA 58 – Dois monitores localizados às costas do narrador



FIGURA 59 – Mais três monitores auxiliam narrador e comentarista durante o jogo

Como a transmissão da imagem e do áudio demora cerca de quatro segundos, muito do que acontece dentro de campo é narrado com base nos monitores. Por vezes, narrador e comentarista apropriam-se da imagem para recuperar lances reprisados para quem está assistindo em casa pela televisão. Nos monitores, exceto o voltado ao comentarista, a imagem aparece em temporalidades distintas. Numa delas com a mesma diferença de tempo de quatro segundos recebida pela audiência; noutra sem essa defasagem de tempo e com sinal direto do satélite para o lugar próprio aonde a partida está sendo transmitida. De ambos, o monitor que mais chama a atenção da equipe é aquele com temporalidade igual a da audiência, pois é nele que o narrador Paulo Britto lê caracteres que aparecem no vídeo constando, por exemplo, a tabela de classificação do respectivo torneio.

Além desses monitores um computador portátil (notebook) também fica à disposição do narrador para conferência e leitura dos resultados da mesma rodada de jogos, seja qual for

a competição. A apropriação dessas informações pelo narrador não chega a instalar certo fluxo de sentido, senão mostra que a transmissão da televisão é atravessada por esses fluxos engendrados numa outra temporalidade, assim como acontece com a imprensa escrita, quando os repórteres ficam com um olho no gramado e o outro na internet acompanhando os outros jogos realizados ao mesmo tempo.

Independentemente da competição pela qual um jogo se realiza, a cabine de transmissão também é a mesma, já que a RBS TV é afiliada da Rede Globo, que por sua vez é da mesma empresa à qual pertence o canal Sportv da SKY. Esse atravessamento de simbólicas ficou mais evidente no jogo entre Grêmio Internacional quando ao mesmo tempo em que a equipe estava com camisetas e jaquetas com o símbolo do Sportv, um símbolo da Rede Globo estava estampado numa das paredes da cabine. O que ficou mais evidente com a inscrição na porta de entrada do local, como mostra a imagem abaixo.

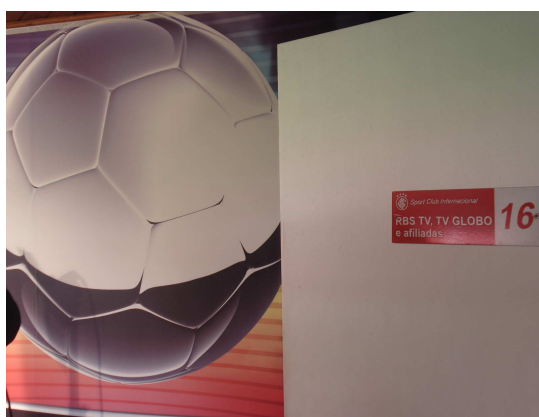


FIGURA 60 – Identificações nas portas da cabine indicam quem são os responsáveis pela cobertura do jogo desde aquele ângulo

Se a base da estrutura se mantém, muda a equipe de profissionais, principalmente, narrador, comentarista e repórteres encarregados da transmissão. Segundo a repórter Débora de Oliveira, da RBS TV, essa mudança pode ser percebida de acordo com a competição pela qual a partida de futebol se realiza, o que altera o número de profissionais destacados para a cobertura. Se num jogo de Campeonato Brasileiro são três repórteres, numa partida de Copa Libertadores da América chegam a ser cinco. Há, portanto, uma organização da própria mídia em função da competição esportiva, o que, de certo modo, caracterizaria o agendamento da mídia pelo esporte, na medida em que suas práticas e a importância social das mesmas repercutem no funcionamento e nos processos midiáticos.

Essa variação pode ser percebida no confronto entre Internacional e Grêmio. Ainda no intervalo percebemos que duas entrevistas com atletas do Internacional foram feitas por dois repórteres, no entanto, por um mesmo cinegrafista. Pouco antes do encerramento da entrevista do jornalista Luciano Calheiros com o jogador Andrezinho, a repórter Débora de Oliveira começou a sua com o atleta Sandro, fazendo com que um mesmo cinegrafista saísse em disparada para captar a imagem do atleta logo após o término da primeira entrevista. Para além da “igualdade” de uniforme e equipamento dos repórteres (denotado pelos símbolos na camisa e microfone de ambos) o deslocamento do cinegrafista evidenciou estratégias da televisão para a cobertura do jogo. Assim, o fato de circularem dois microfones e apenas uma câmera demonstra uma certa prioridade às falas em detrimento das imagens de atletas, o que não diminui suas importâncias, haja visto tal movimento do cinegrafista, que correu o risco de não chegar a tempo na entrevista de Débora.

Antes de a bola rolar há toda uma preparação da equipe. Técnicos testam o áudio enviado ao caminhão de transmissão da emissora – localizado fora do estádio, o cinegrafista que fica na cabine faz os ajustes em sua câmera, cabos e fios são ligados aos equipamentos eletrônicos, o narrador faz gravações de boletins para entrada no ar antes do começo da transmissão e, ainda, o próprio narrador e o comentarista lêem para si as escalações das equipes em material distribuído pela assessoria de imprensa do Internacional.



FIGURA 61 – Maurício Saraiva confere a escalação do Internacional

Ainda antes do jogo, as falas na cabine derivam de quaisquer percepções acerca de fatos relacionados ao jogo, como mostra a fala do comentarista Maurício Saraiva: “Quando passei agora a EPTC estava fazendo uma lambança”. Saraiva estaria se referindo aos procedimentos que a EPTC (Empresa Pública de Transporte e Circulação) realizava para

ordenamento do trânsito próximo ao Estádio Beira-Rio em razão da movimentação das torcidas de Internacional e Grêmio. De outro modo, a repórter Débora de Oliveira também fez comentários antes de começar seu trabalho à beira do gramado: “Deve estar dando algum problema no retorno do Serginho, da Band”, disse. A fala de Débora evidencia o conhecimento da jornalista em relação ao funcionamento de outra mídia (neste caso, a radiofônica), indicando uma das peculiaridades da formação nesta área que é o saber sobre o funcionamento tanto da mídia televisiva, como das mídias radiofônica e escrita.

Os sentidos que circulam na cabine antes do jogo fazem emergir não só percepções sobre acontecimentos diversos como também celebridades midiáticas, dada a importância social da equipe encarregada da cobertura do jogo, principalmente, àquela vista pela região de fachada, ou seja, pela própria televisão. Além dos cumprimentos que recebem de torcedores localizados no setor de arquibancadas, narrador e comentarista são convidados para registros fotográficos.



FIGURA 62 – Maurício Saraiva e Paulo Britto posam para foto com colega da imprensa

O registro feito no jogo entre Internacional e Grêmio vai além de uma simples recordação. O repórter que pediu para fotografar com parte da equipe da RBS TV coloca-se por instantes como uma celebridade entre as outras que distingue como tal ao buscar naquilo que lhe era externo um sentimento de pertença. Isso serve como um marcador de seu “coleguismo” em relação a Saraiva e Britto por também fazer parte da mídia e da cobertura de um jogo de futebol.

Depois que o juiz apita o início da partida cada profissional fica em determinada posição. À frente da cabine, em duas cadeiras, ficam narrador e comentarista com vistas privilegiadas para observação do que acontece em campo. Esse ângulo permite que ambos

tenham todo o gramado em seu campo visual permitindo a narração e o comentário de quaisquer acontecimentos dentro do campo de jogo. Já o cinegrafista localizado dentro da cabine fica mais atrás, com a câmera focada, principalmente, para a região central do gramado. Os repórteres ficam à beira do gramado.

Durante a partida a voz do narrador pouco é escutada, o que se deve ao tom mais baixo de sua utilização em relação ao rádio; diferença dada possivelmente pela ausência de necessidade da televisão em despertar o imaginário na audiência e atraí-la para o lugar onde se desenvolve o jogo. As únicas falas escutadas com mais vigor são aquelas direcionadas somente para quem está na cabine, momento em que a audiência fica privada de conversações da ordem dos bastidores. A região de fundo se sobressai em momentos de interações entre a equipe como o da manutenção técnica de equipamentos. Foi o que aconteceu quando Paulo Britto pediu ao técnico de áudio Sérgio Ramos que clareasse o vídeo do monitor porque não estava conseguindo enxergar direito: “Tenta clarear um pouco aqui pra mim”, disse Britto.

Assim como antes do jogo, durante a partida as falas relacionam-se a determinados contextos que envolvem o confronto em andamento no estádio, como no caso dos resultados paralelos de outros jogos pelo mesmo torneio. Em determinado instante, Maurício Saraiva comentou: “1 a 0 para o Avaí”. O comentário foi marcado por gestos, o que é comum durante a partida. Quando o Internacional marcou um gol não validado pelo juiz, Saraiva gesticulou com o dedo indicador para os lados, expressando conformidade com a marcação da arbitragem. Aliás, os comentários de Saraiva destacam-se por serem realizados principalmente quando a bola está parada, sendo um modo de recuperação da jogada ou lance anterior. De outro modo, é quando a bola está na região central do gramado que também são realizadas suas colocações.

Além de comentarista Maurício Saraiva parece ser o braço-direito do narrador Paulo Britto durante as transmissões. Quando surge alguma dúvida é àquele que narrador recorre para a recuperação de alguma jogada. Do narrador também partem perguntas à equipe sobre questões próprias à transmissão como, por exemplo, a entrada de comerciais antes de voltar para ele a condução da cobertura: “Pergunta se tem mais um comercial aí”, disse Britto ao técnico Sérgio Ramos, que emendou para a equipe que fica no caminhão de transmissão fora do estádio: “O Britto tá perguntando se tem mais um comercial”. Após obter resposta o técnico indicou que não com o dedo para o narrador. Nos bastidores da cobertura esportiva há todo um jogo de vozes entre os profissionais localizados na cabine e aqueles no caminhão de transmissão. As conversações, que partem tanto da cabine quanto do caminhão, têm como um dos objetivos o aperfeiçoamento da qualidade da cobertura.

Todo esse trabalho dos integrantes da equipe designada à cobertura de um evento esportivo como uma partida de futebol envolve o desempenho de papéis. O narrador Paulo Britto e o comentarista Maurício Saraiva falam de suas impressões acerca de questões que envolvem a transmissão televisiva, partindo da análise de seus papéis na cobertura de jogos de futebol.

Paulo Antônio de Brito Beckcam – narrador, apresentador
e editor-chefe do Globo Esporte



FIGURA 63 – Paulo Brito

Pergunta: O que tu pensa sobre o teu papel de narrador?

Resposta: Eu acho que é um papel importante, acompanhando sempre aqui nossos times do Rio Grande do Sul, tanto aqui como fora (do Estado) e tendo a responsabilidade grande devido a audiência da RBS TV. Então a gente tem que medir bem o que fala né, pensar em tudo o que fala. Não pode falar nada simplesmente na hora sem o raciocínio mais demorado. Tudo tem muita consequência, com a audiência que tem a RBS. Então é uma responsabilidade grande. A gente tem que pensar bem antes de fazer qualquer coisa.

P.: E o papel dos profissionais que te acompanham na cobertura?

R.: É um papel importante. O repórter fala menos durante o jogo, mas tem que estar no cara certo depois do jogo, tem que dar a informação certa, não pode errar nunca durante o jogo, tem que dar a estatística, tem que estar bem informado. E o comentarista analisa com poucas palavras aquilo que está acontecendo, então, em cima da imagem. Não adianta analisar uma coisa que o telespectador não está vendo. Então, assim como o narrador, o comentarista e o

repórter de televisão têm de estar bem informados, ser precisos, não pode ter dúvida e é um papel de responsabilidade bastante grande.

P.: O que tu pensa sobre a televisão enquanto mídia que se propõe a levar para os telespectadores aquilo que eles podem não captar no Estádio?

R.: O difícil de narrador de televisão é isso né, porque o pessoal em casa ta vendo tudo. Não adianta querer enganar, falar coisa que não foi. Os caras estão vendo. Então é uma dificuldade que a gente tem e que o rádio não tem. O rádio tu fala e o pessoal não está vendo. Então, na televisão tu fala uma bobagem e (alguém pode dizer) o que esse cara ta falando se não é isso o que aconteceu. Foi pênalti, não, não foi, to vendo que não foi. Então tu tem que ter um cuidado, uma responsabilidade. Por isso que narrar televisão é bem difícil, uma responsabilidade maior e a gente tem que saber fazer isso e vai aprimorando cada vez mais. Então, esse é o papel do narrador de televisão.

P.: O teu olhar é o que deve estar mais apurado entre os teus sentidos que apreendem o que acontece dentro de campo?

R.: Exatamente. O olhar do narrador não pode perder nada. Tem que olhar com um olho programado e outro pro monitor porque não se pode falar coisas que não estejam passando na televisão. Então, o olhar tem que estar bem firme; se não enxergar tem que usar óculos, quer dizer, não pode passar nada do olhar do narrador e também do comentarista que é o que analisa. Só que o narrador fala na hora, tem que dar o nome do jogador certo na hora, não pode falhar o olhar do narrador.

Maurício Saraiva, 46 anos, comentarista

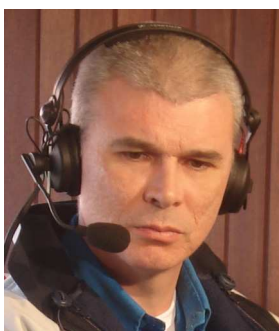


FIGURA 64 – Maurício Saraiva

Pergunta: O que tu pensa sobre teu papel de comentarista?

Resposta: É uma espécie de tradução do jogo, mas não no sentido de que você precise traduzir para alguém que não está entendendo nada, mas você dando um tipo de visão com a qual a pessoa que está recebendo seu comentário concorda, discorda; a partir dela cria uma terceira e própria opinião, mas é sempre um trabalho complementar ao do narrador. Ele nunca vai se sobrepor ao narrador, o narrador é quem conduz a transmissão toda e quando lhe chama é justamente para dar esse apoio, esse complemento à aquilo que ele está dizendo muito correndo atrás da bola. Mas quando ele está perseguindo a bola há tantas outras coisas acontecendo em torno, que é legal você dar uma leitura, e esse é o papel do comentarista.

P.: Como é pra pegar esse tempo que já passou e está mais próximo do narrador que do comentarista?

R.: O comentarista sempre faz ou tenta fazer uma espécie de recuperação daquilo que o telespectador recém viu e, às vezes, você precisa mesmo fazer essa frase de apoio: “olha, você lembra do lance que acabou de ver antes desse aí, do tiro de meta, aconteceu isso, isso e mais aquilo”. Tem vezes que se consegue fazer a partir do replay que é colocado pela nossa operação e esse é o trabalho que fica melhor em termos televisivos porque o produtor da transmissão diz assim: “olha vou recuperar aquele lance que tem a passagem do lateral direito”. E aí você não precisa dizer: “lembra do que se viu?”. Você diz: “Você está vendo de novo”. Aí é muito mais fácil para o telespectador aquilo que você está dizendo casado com a imagem. O comentarista tem sempre um trabalho de recuperação do que acabou de passar aos olhos do telespectador.

P.: E qual a importância do papel de todos os profissionais que te acompanham na cobertura?

R.: Pois é. São coisas diferentes e tudo tem muito a ver com vocação. As pessoas que trabalham de microfone, a vocação delas é estar em frente à câmera e ali com sua expressão facial e com seu gestual e com seus verbos e tudo mais, tentar fazer essa tradução que falei antes. E o pessoal que faz a retaguarda também precisa ter a vocação, gostar disso que ta fazendo. Porque quem está na retaguarda mas gostaria de estar em frente ao vídeo, ele não vai fazer o trabalho com a mesma naturalidade porque aquilo é uma passagem apenas pra ele. Ele

está esperando a hora de poder fazer o vídeo. Não tem nada de errado nisso, mas as questões são as vocações de cada um. Quando você consegue ter então na sua produção, na sua retaguarda, pessoas que não querem mesmo estar no vídeo, elas querem é produzir você, de alguma forma comandar o espetáculo no bastidor, aí o trabalho casa completamente; a vocação de quem está em frente à câmera e a vocação de quem está atrás, e, geralmente, é muito mais gente pra fazer o trabalho funcionar.

P.: Qual a importância do replay para o teu trabalho aqui dentro?

R.: Olha, para o meu trabalho é menos importante do que para o narrador. Porque o narrador pode recuperar até a emoção dele com o replay, com dados novos, porque uma coisa é assim ó: quando você comenta o jogo no estádio, você comenta o jogo como um todo. Quando você está fazendo tubo, que é aquela idéia de que vem a imagem lá de fora (outro Estado) e você está em Porto Alegre recebendo as imagens, você acaba comentando muito mais os lances do que o jogo, porque a visão do comentarista é a mesma das pessoas que estão em casa. E aí neste caso o replay é importante para o narrador reforçar a sua emoção, porque ele está permanentemente vendendo uma emoção do jogo. Se o jogo está 0x0, está frio, ele não pode ser mentiroso com o jogo, mas se o jogo de alguma forma tem algum calor, os narradores competentes conseguem jogar esse jogo mais pro alto, esquentar esse jogo para quem está em casa e transformá-lo num espetáculo.

7.3 NA CABINE Nº 23

Na cabine nº 23 – onde ficam os profissionais credenciados para a cobertura dos jogos no Estádio Beira-Rio pela imprensa escrita, encontramos além dos jornalistas dispositivos tecnológicos para a leitura do jogo como notebooks, câmeras fotográficas, rádios portáteis e bloco de anotações. Tanto os notebooks como os blocos de anotações cumprem a tarefa de registro das informações sobre a partida, como a ficha técnica de cada equipe, substituições, cartões (amarelos e/ou vermelhos) distribuídos pelo árbitro, gols e principais lances.



FIGURA 65 – Uso de notebooks é comum em dias de jogos

A utilização de notebooks possibilita o acesso de jornalistas a sites como clicesportes, do GrupoRBS, e globo.com, para acompanhamento em “tempo real” da partida que se desenrola diante de seus olhos. Neste último, há ainda a possibilidade de se assistir ao replay dos gols durante o transcorrer do jogo, o que facilita a retirada de alguma dúvida sobre o modo como foi marcado.

Quanto ao uso de rádios portáteis, aparentemente os aparelhos são utilizados como dispositivo mediador da interação entre jornalistas e todo o “circulo” de que o núcleo é a disputa entre as equipes no gramado. Na medida em que da transmissão radiofônica (assim como da televisiva) emergem múltiplas vozes e olhares sobre uma diversidade de situações que estão no seio do jogo, o uso do ‘radinho’ amplifica a visão – um tanto restrita da cabine – pelo fato de vários profissionais de mídia trazerem informações detalhadas sobre o jogo; despertado, o imaginário acopla-se aquilo que é presenciado sob determinado ângulo. Isso indica certo processo de mediação das interações em campo pela interposição da mídia radiofônica no processo de inteligibilidade do ‘real’.

A presença de jornais também faz com que irrompa outra instância de mediação entre os jornalistas e as partidas de futebol. Se o rádio possibilita o aumento da visão, materiais impressos trazem informações de contexto. Um desses materiais que circula é o ‘Jornal do Inter’, informativo de publicação da própria instituição onde os jornalistas têm acesso a detalhes do jogo. De certa forma, os profissionais da mídia mais tradicional são envolvidos por uma produção midiática, porém, que foge aos padrões de produção de organizações de comunicação, já que a publicação é voltada à circulação interna, isto é, no próprio Estádio.



FIGURA 66 – Jornalista lê o ‘Jornal do Inter’

A atenção de repórteres na cabine nº 23 divide-se entre os fatos de campo, a narração radiofônica e o acompanhamento em “tempo real” do jogo pela internet. Mesmo com a presença de ferramentas para leitura do jogo, os jornalistas mostram-se atentos a “detalhes”. Em determinado jogo, após o sorteio que definiu os lados defendidos pelas equipes – o Internacional ficou à esquerda do círculo central pelo olhar desde as cabines de imprensa – um indivíduo disse: “Os gols mais importantes saíram naquela goleira lá”, na goleira que o Internacional prefere atacar nos segundos tempos dos jogos, mas foi atacada já no primeiro no tempo.

Afora a presença de dispositivos tecnológicos, há todo um jogo envolvido pela emergência de dispositivos conversacionais. As práticas interacionais passam por uma construção discursiva que leva em conta interações externas em relação aquelas vinculadas ao jogo dentro do gramado durante os 90 minutos. No confronto entre Internacional e Banfield (Argentina) pela Copa Libertadores da América, o sistema de alto-falantes foi acionado por volta das 19h18 com uma saudação aos torcedores: “Boa noite a maior e melhor torcida do Rio Grande”. Diferentemente de outras partidas, a voz do locutor apresentou-se mais animada. O tom elevado relacionou-se a importância do confronto, já que o Internacional precisava de vitória por score significativo para avançar na competição. Diante da desvantagem no placar (o Internacional havia perdido o primeiro jogo por 3 a 1), o espírito de confiança na reversão do resultado e passagem as quartas-de-final emergiu com o locutor, convertendo-se em estratégia de mobilização da torcida. O que foi apropriado por jornalistas na cabine quando eles imitaram o locutor pelo arremedo de sua fala.

Aliás, a imitação é um dos ingredientes da cobertura de jogos de futebol pela imprensa escrita. Um impedimento marcado pelo árbitro contra o Banfield irritou o técnico da equipe

que prontamente acenou com as mãos, indicando a não procedência da marcação; gesto imitado por jornalista na cabine. A imitação também dá lugar à ironia. Esta aconteceu quando o locutor do sistema de alto-falantes anunciou²³ (durante a partida) que o filho de um torcedor o aguardava num posto da Brigada Militar próximo a um dos portões de acesso as arquibancadas. Ocorrência que gerou brincadeiras por um jornalista: “Você se lembra dele?”. Afora o comentário, percebe-se que a enunciação feita para multidões tende a ressoar pelo social a partir de apropriações que redimensionam os sentidos e os colocam em circulação.

Interações demonstraram que a atenção dos profissionais para questões “extra-campo” é quase uma regra. Num dos jogos, o jornalista Adroaldo Guerra Filho, conhecido como ‘Guerrinha’ (editor de esportes do ‘Diário Gaúcho’) mostrou algum conhecimento sobre a lógica de funcionamento da instituição S. C. Internacional ao dizer-nos para prestar atenção no anúncio da escalação do time visitante. Segundo o jornalista o volume do som da voz do locutor iria baixar até a divulgação do nome do último atleta equatoriano; noutra oportunidade, outro profissional mostrou-nos preocupação pelo fato do segundo tempo já ter iniciado e o cantor nativista Neto Fagundes seguir inflamando a torcida com o canto do hino do clube: “Se o Inter tomasse um gol agora o Neto ficaria desmoralizado”, exclamou.

Os sentidos em circulação no Estádio Beira-Rio devem sua rotatividade a fatores diversos, como a própria entrada de assuntos da agenda da mídia no campo esportivo. Isso acontece pelas conversações que, uma vez instaladas, permeiam as interações acerca do jogo com falas a respeito de temas de outra natureza, que não a esportiva. Um exemplo claro é a fala do jornalista Carmelito Bifano, do site Final Sports, que antes de um jogo iniciar disse em resposta a um colega: “Pode deixar o jogo comigo que faço depois”. Mesmo que não tenhamos apreendido a totalidade da interação de onde emergiram as palavras de Bifano, ressaltamos (particularmente, é o que mais interessa, neste caso) que metaforicamente ele se remete ao fato – tematizado nos principais noticiários do país – ocorrido em Novo Hamburgo (RS), onde a funcionária de uma lotérica teria esquecido de registrar as apostas de um bolão supostamente premiado na Mega-Sena. A fala do jornalista dá pistas de que a midiatização de partidas de futebol também se realiza como processualidade dinamizada por jogos de linguagem e fluxos de sentidos e não, necessariamente, como fenômeno estritamente vinculado a determinada prática marcada por dispositivos tecnológicos de interação social.

Mas não são apenas assuntos de outros campos e com outras temáticas que despertam a atenção dos jornalistas. Na cabine percebemos também que outros temas do campo

²³ “Atenção José Chicon, seu filho Tiago Chicon encontra-se no posto da Brigada Militar junto ao portão sete”.

esportivo atraem a atenção dos jornalistas, gerando interações pela sua peculiaridade. Numa das partidas, no site globoesporte.com um repórter acessou e leu notícia sobre foto na qual dois atletas do Barcelona, da Espanha, aparecem de mãos dadas. A fachada alimentada pelo interesse em fatos relacionados ao jogo que seria disputado prontamente deu lugar à curiosidade sobre uma ocorrência extra-campo que, pela sua particularidade entrou na agenda da imprensa e se fez circular socialmente pelo interesse no caso. Nesse sentido, produção e recepção acoplam-se, na medida em que a produção do porvir transcreve-se em recepção do já dado.

Se, por um lado, não apreendemos a forma de um conjunto de interações, por outro, percebemos pelas conversas na cabine que o conteúdo destas perpassa questões de ordem tática, relacionadas fundamentalmente ao Internacional. Deste modo, os argumentos e opiniões variam entre “constatações” de jogo, como o desempenho e posicionamento de atletas em campo; “sugestões” sobre como a equipe deveria proceder, como, por exemplo, qual a melhor jogada a ser feita; e “contestações” com base na escalação inicial da equipe.

Em meio ao jogo há lances que, por serem duvidosos, podem provocar discórdia entre a marcação (ou não) pelo árbitro e percepções outras, como no caso de uma jogada no confronto entre Internacional e Banfield pela Copa Libertadores da América em que a bola acabou tocando na mão de um atleta e o juiz deixou o lance prosseguir, entendendo que não houve a intenção do toque pelo jogador; contudo, houve discórdia na cabine: “Foi na mão!?”, exclamou em tom duvidoso um jornalista que logo recebeu um sinal de “sim” com a cabeça por um colega, que acabou revelando sua discordância em relação a arbitragem.

No mesmo jogo, Walter, atacante do Internacional, deu uma bronca em seu colega de time Nei. O fato foi percebido e comentado na cabine, demonstrando uma atenção dos profissionais da imprensa para fatos relacionados ao jogo, porém, “desvinculados” do “fato principal” que flutua de acordo com o deslocamento da bola pelo gramado. Pensando conforme Goffman (1984), que nos traz a perspectiva da representação do eu em equipes, a bronca de Walter em Nei parece ter chamado a atenção pelo fato de desentendimentos ou desajustes nas relações em equipe não serem comumente trazidos para o palco, sendo deixados nos bastidores – intervalo ou término do jogo.

No intervalo dos jogos os repórteres aproveitam o tempo para redigirem e ajustarem seu texto. Embora sirva como momento de relaxamento para outros, o intervalo é também lugar onde se desvelam estratégias de construção de sentidos. Diante da proibição de entrar no gramado, no jogo entre Internacional e Emelec (Equador) o repórter da Rádio Gaúcha José

Alberto Andrade realizou entrevista com Guerrinha, jornalista do Diário Gaúcho (ambos trabalham para a mesma empresa jornalística, o Grupo RBS).



FIGURA 67 – Guerrinha (à esquerda) é entrevistado por José Alberto Andrade

Esse movimento de Andrade em direção ao colega evidencia uma tática do radialista para fazer entrevistas para não deixar o ouvinte sem informação. Na medida em que fica proibido de entrevistar jogadores ou quaisquer indivíduos que estejam dentro do gramado, a recorrência a um colega de profissão mostra a busca por uma fala externa a sua, por um olhar diverso daquele que empreendido pela equipe da rádio encarregada da cobertura do jogo. De outra forma, pela entrevista percebemos que o trânsito de José Alberto Andrade pela própria imprensa é facilitado, já que não há obstáculo algum que o impede de deslocar-se pelo ambiente onde trabalham os profissionais da mídia.

Por fim, destacamos que na cabine não há somente profissionais da mídia, senão torcedores do Internacional que, mesmo credenciados para o jogo como imprensa, não pareceriam estar realizando a cobertura do evento. Tanto que no segundo gol do Internacional contra o Banfield eles comemoraram. Inclusive, um destes chegou a criticar Jorge Fossati, técnico do Inter: “É proibido jogar bem no Inter; se jogar (bem) o cara tira”, disse. Com a chegada do fim do jogo e a derrota do Banfield, o “jornalista” também fez comentários sobre o que seria o motivo da vitória desta equipe no primeiro jogo: “Lá, os bandeirinhas tem medo de dar impedimento”. A afirmação trouxe marcas de seu conhecimento a respeito das dimensões diminutas do gramado do time argentino e uma ironia pelo fato de possíveis erros na marcação de impedimentos no jogo anterior que teriam prejudicado o Internacional, revelando assim seu lado torcedor.

Em uma de nossas visitas à cabine onde ficam os repórteres da imprensa escrita entrevistamos o jornalista Bruno Junqueira Cervo, que dá sua visão particular sobre o papel

que desenvolve como assessor de imprensa, sobre o processo de trazer os fatos do mundo esportivo para o papel através da escrita e sobre o fato do jogo de futebol não estar limitado aos 90 minutos.

Pergunta: O que pensa sobre teu papel de assessor de imprensa levar à imprensa informações sobre os jogadores, enfim, conteúdo do futebol?

Resposta: Essa é uma área que vem ganhando força no futebol, que há muito tempo é explorada em outros segmentos, porque é muita informação as quais as pessoas e o jornalistas têm acesso. Tem muita coisa pra cuidar do jogo já, e se tem esse serviço que individualiza a informação, digamos assim, ele vem a contribuir com o trabalho da imprensa de uma maneira geral. Então, considero muito importante o que a gente faz e o serviço que nós assessores de imprensa prestamos para a mídia como um todo.

P.: Como vê o fato de trazer coisas que acontecem no mundo do futebol e colocar num suporte como o papel, sobre esse processo de trazer o que tu observa para inscrever no papel e poder passar à imprensa para a informação ficar mais correta, como no teu caso?

R.: Acho que colocar no papel as informações sobre uma partida de futebol é uma maneira de eternizar um acontecimento. O trabalho que é feito também pela imprensa escrita, principalmente, acho que é uma maneira de tu manter uma informação acessível por um tempo indeterminado, porque numa rádio, por exemplo, quando se fala uma coisa, daqui a 20 minutos o cara pode ter esquecido, agora, no jornal, se aconteceu alguma coisa no dia até o outro dia à noite ele pode pegar o jornal e ter acesso àquela informação. Acho que é um processo muito representativo na nossa profissão.

P.: O que pensa sobre os momentos antes e depois do jogo, quando há primeiro a preparação e depois o prolongamento do jogo que terminou dentro de campo?

R.: Na verdade, uma partida de futebol não se limita aos 90 minutos. Então esse pré e pós jogo é tão importante, às vezes, quanto os 90 minutos em si, porque quem vai jogar, aquela ansiedade, a expectativa e hoje cada vez mais os técnicos com os treinos fechados, a imprensa tem um papel de tentar descobrir quem vai jogar, e isso se consegue através de fontes que têm acesso a esse tipo de informação. No pós jogo as repercussões, uma cobertura pode derrubar

um treinador que o resultado em si não derrubaria, mas como a pressão da imprensa é muito grande acaba fazendo com que a direção do clube tome essa decisão. Então, a imprensa de uma maneira ou de outra ela inflama ou acalma o torcedor e isso resulta em menos ou mais pressão ao time, então é um trabalho bem interessante e digamos desgastante, porque os 90 minutos não são só 90 minutos, uma partida de futebol para um jornalista não se limita aos 90 minutos.

Esse rodízio pelas cabines de imprensa mostra os bastidores da cobertura jornalística em jogos de futebol. Somente com as observações conseguimos perceber estruturas midiáticas em movimento. Com uma abordagem limitada a estada em cada uma das cabines por jogo, inauguramos um olhar transversal, na medida em que destacamos mídias distintas para a visualização de práticas e processos midiáticos. Além da percepção da mediatização como fenômeno pelas ações do social como retorno à mídia, tornou-se fundamental compreender como a própria mídia organiza-se para a cobertura de eventos esportivos.

De certo modo, muitas das ações de torcedores só tem sentido porque a câmera de televisão está lá, pronta para filmar o que foge do trivial. A preparação de indivíduos para o jogo leva em conta toda uma infra-estrutura tecnológica e simbólica. Ou seja, não podemos deixar de lado a relevância de meios de comunicação tradicionais como o rádio e a televisão; há autonomia e legitimidade para mediação das interações que ocorrem no circo futebolístico.

CONCLUSÃO

A recordação pessoal mais longeva de uma estada em um jogo de futebol no Beira-Rio remonta a década de 90. Era uma partida entre Internacional e Grêmio pelo Campeonato Gaúcho. O ano devia ser 1994, o tempo estava meio nublado. As lembranças indicam que o jogo não fora dos mais emocionantes. O Internacional venceu por 2 a 1, para a festa dos torcedores que compareceram ao estádio. Naquele tempo, tudo parecia grandioso, o tamanho das coisas, a estrutura erguida para um jogo de 90 minutos impressionava.

Outro momento marcante das idas ao Beira-Rio foi a partida disputada em 1999 entre Brasil e Argentina. Diferentemente de 1994, naquela oportunidade o estádio estava cheio, transbordava de gente. Como o jogo era de caráter internacional, envolvendo as seleções de dois países, a mobilização foi maior em relação a um confronto de dimensão local e regional. Desta vez, já vimos que a realização de um evento esportivo mexia com multidões, o que foi percebido pela superlotação do estádio.

Poucas foram as vezes que fomos a estádios de futebol; o principal motivo era a distância do interior do Rio Grande do Sul até sua capital, Porto Alegre, onde acontecem os principais jogos do Estado, envolvendo Internacional ou o Grêmio. Ainda assim, as lembranças indicavam a existência de todo um entorno que envolve os 90 minutos de jogo. De certa forma, havia uma fascinação sobre tudo o que envolvia a realização de partidas de futebol. A curiosidade começou a dar as caras quando vimos que um estádio de futebol era prato cheio a uma investigação de caráter científico.

Antes, porém, nosso interesse pelo esporte encaminhou-nos para o estudo do programa radiofônico Sala de Redação, da Rádio Gaúcha (Porto Alegre RS). Como éramos ouvintes do programa, vimos a possibilidade de fazer uma etnografia para desvendar os bastidores do Sala. Com cinco deslocamentos até o estúdio central da Rádio Gaúcha, apreendemos toda uma série de movimentos destinada a discutir, principalmente, os assuntos do campo esportivo.

Para a realização do mestrado em Comunicação no PPGCom da Unisinos tínhamos duas possibilidades: aprofundar o estudo do Sala de Redação ou fazer uma etnografia de partidas de futebol. A segunda alternativa pareceu mais interessante e desafiadora. O fato de termos pouca assiduidade aos jogos também colaborou para a escolha, na medida em que para decifrarmos processos sociais em curso tínhamos que frequentar com certa regularidade o ambiente de um estádio.

A idéia inicial era ir até os estádios dos dois maiores clubes do Rio Grande do Sul, o Sport Club Internacional e o Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense. Mesmo sem ter uma metodologia em vista, nossa intenção era investigar como a mídia se organiza para a cobertura de jogos em cada um dos estádios. Assim, buscaríamos as convergências e diferenças entre os modos de preparação para os eventos esportivos. Contudo, pesou o lado torcedor e dirigimos nossas atenções apenas para os acontecimentos em dias de disputas no Estádio Beira-Rio.

As primeiras dificuldades vieram da definição do objeto pesquisa. Com o local para trabalho de campo demarcado precisávamos orientar o estudo. Partidas de futebol surgiam como âmbito para direcionamento de nossa visada. Mas o que seriam partidas de futebol? O olhar das poucas idas até o Beira-Rio era um olhar para dentro das quatro linhas do gramado. No máximo, com alvo nos dois anéis do estádio lotados de torcedores, em sua maioria vestindo a camisa do clube. Sair do convencional significaria deixar o jogo em si um pouco de lado para aumentar o campo de visão sobre os acontecimentos, fatos, ocorrências e situações dentro do estádio e em relação mútua com o jogo.

No estudo do Sala de Redação nosso foco ficou voltado à atuação de uma mídia específica, isto é, a radiofônica. Ainda que tenhamos presenciado o contato dos participantes do programa com dispositivos para comunicação, as estratégias de construção de discursos pelo rádio foram o escopo da observação participante nos programas. Com a necessidade de construção de um horizonte de pesquisa para trabalho em partidas de futebol a televisão apareceu com meio pelo qual poderíamos perceber certa estrutura midiática em funcionamento; assim, migramos do rádio para a televisão no estudo da mediatização social.

Parte de nossa motivação para o estudo foi a tese intitulada ‘Da festa ao cerimonial midiático: as estratégias de mediatização da *teleromaria da medianeira* pela Rede Vida’, que mostrou indícios claros de mediatização do social e da sociedade quando revelou movimentos de campos sociais distintos em direção a uma comunhão simbólica. O trabalho de Viviane Borelli ajudou-nos, principalmente, com sua metodologia, voltada a um trabalho de campo para apreender modos pelos quais a Romaria da Medianeira, que ocorre em Santa Maria (RS), se constitui entre o encontro do religioso com o midiático.

A partir do modelo de investigação de Borelli (2007), com a ida até o lugar onde a Romaria acontece, vimos a possibilidade de ir até o Beira-Rio para ver como o tratamento que a imprensa televisiva dá a partidas de futebol. Nesse sentido, o olhar foi direcionado para a cobertura da televisão em relação aos rituais projetados tanto pelo campo esportivo como pelo próprio campo midiático, no âmbito da televisão. Assim, pensávamos em acompanhar as operações engendradas por determinada emissora em dias de jogos para a realização de um

mapeamento das estratégias que lança na construção de seu olhar sobre um evento esportivo. Nesta perspectiva estaríamos voltados apenas a uma dimensão de um processo que se apresenta mais complexo. Ainda, essa abordagem aumentaria o risco de uma análise que levasse a cabo a existência de um único movimento: aquele em que a mídia televisiva direciona-se ao social para realizar apropriações, enquadramentos e “definições de real”. Acreditamos que insuficiências irromperam com a falta de escopo sobre interações e processos sociais.

Quando percebemos que há toda uma preparação do evento esportivo para a cobertura midiática, ficou impossível, portanto, uma visada que abarcasse somente um elemento do processo, delegando à imprensa localizada no estádio o status de “gerenciadora” dos fluxos de sentidos que lá emergem. Com um olhar mais amplo, então, levamos em conta a preocupação com o lugar das interações sociais em processos de mediatização – que, em nossa pesquisa, são devedores de operações tanto da imprensa como da instituição Sport Club Internacional.

Desta forma, o interesse passou às lógicas que perpassam a construção do acontecimento que emerge da cobertura de partidas de futebol pela televisão; e também às configurações características do alargamento de um evento esportivo para além do lugar onde a prática se desenvolve. Na medida em que ambos os problemas vinculavam-se aos fluxos de sentidos ‘para fora’ de um estádio de futebol, avançamos da primeira à segunda questão saindo de uma posição calcada essencialmente em práticas de determinada mídia (uma emissora de televisão) para abranger a totalidade dos tipos de imprensa (televisão, rádio, jornal e on-line), que estendem o evento para além do lugar onde se realiza.

Ainda que essa alteração de perspectivas colocasse-nos em posição distinta daquelas em que nos encontrávamos, não contemplavam justamente a instância em que a mídia é parte de um processo e não “meramente” acionadora de múltiplas interações sobre o jogo de futebol. As insuficiências e o esclarecimento mais profícuo sobre as marcas do fenômeno da mediatização social remeteram-nos a problemática das lógicas que configuram a mediatização do campo esportivo em partidas de futebol. Ultrapassando a visada constituída a partir de movimentos engendrados por organizações (empresas) jornalísticas para a cobertura dos jogos, situamos o estudo nas lógicas que são parte tanto das próprias ações da imprensa como de determinada instituição social. Com essa abordagem passamos a considerar que a mediatização espalha-se pelo social através de uma lógica prevalente, que é a lógica midiática, em que emerge para além da imprensa por leituras de “real” e apropriações de sentidos, situando-se nos modos como a sociedade volta-se a uma ambiência dinamizada por interações permeadas por linguagens e tecnologias de comunicação.

Os avanços solicitaram a construção de uma metodologia sólida para dar conta do objeto de estudo: processos interacionais sobre os 90 minutos de jogo. Como uma das metas era abranger uma variedade de ações midiáticas, destacamos uma emissora de rádio, uma emissora de televisão e a imprensa escrita para a observação participante. Com a etnografia como método de pesquisa, parte de nosso trabalho de campo ficou voltado às cabines da imprensa do estádio Beira-Rio; a outra parte restringiu-se ao setor de arquibancadas, já que também estávamos predispostos a observar lógicas de funcionamento da instituição Sport Club Internacional. Ainda, estivemos na sala de imprensa, setor por onde circulam, principalmente, profissionais da mídia. A propósito do caminho metodológico percorrido, com essas regiões destacadas para o trabalho de campo conseguimos apreender nosso objeto a partir das relações entre membros do campo esportivo, entre membros do campo midiático e entre indivíduos de ambos os campos sociais.

O envolvimento com o universo observado foi um tanto comedido no início da pesquisa. Ainda que estivéssemos autorizados a circular pelas dependências do estádio, as preocupações com a coleta de dados se sobrepuseram a um envolvimento maior com as tribos que fazem parte do circo montado em dias de jogo. De certo modo, isso atrasou nosso contato com as pessoas que fazem o circo acontecer, porém, por outro lado, conseguimos observar com profundidade os movimentos desses atores sociais.

As entrevistas foram feitas a partir de agosto de 2010 (as observações aconteceram entre fevereiro e outubro de 2010). Embora tenhamos apresentado oito delas, ao todo foram realizadas doze abordagens. Nem todas foram selecionadas porque algumas passaram ao largo do nosso horizonte de estudo. De um modo geral, o caráter semi-estruturado, deixando margem ao pensamento dos entrevistados, propiciou a coleta de dados ricos. Acreditamos que conseguimos, mesmo que por alguns instantes, retirar, principalmente, torcedores e jornalistas da vivência de seu cotidiano para levá-los a reflexão sobre seus envolvimento com o esporte. Esse, aliás, é um dos aspectos mais prazerosos da etnografia, na medida em que não apenas nós saímos do cotidiano para ler a realidade sob outros ângulos, mas também outras pessoas participaram com certo afastamento dessa leitura sobre o que acontece no dia-a-dia.

Ainda em relação a metodologia, a construção de relatórios após cada jogo permitiu recortes da realidade em dois níveis, com graus de dificuldade distintos. Com os apontamentos no diário de campo, primeiro, articulamos as informações relativas a cada observação, produzindo textos acerca do que fora percebido nos jogos. Ao todo, foram dez relatórios produzidos. Num segundo momento, cruzamos os relatórios para dimensionar o objeto de estudo. Essa tática demonstrou-se produtiva na medida em que foram dois passos

para o dimensionamento da realidade; no estudo do programa Sala de Redação, por exemplo, apenas articulamos as informações do diário de campo em um primeiro nível que redundou no texto final.

Ao todo foram 14 deslocamentos para trabalho de campo, no entanto dez relatórios produzidos. Essa diferença deve-se ao fato de que com o passar do tempo nossas preocupações foram diluídas, ou seja, passamos a nos envolver mais com os jogos. O grande número de anotações nas primeiras incursões até o Beira-Rio foi substituído por alguns registros, que ajudaram no processo de leitura dos relatórios para análise dos materiais.

De todo modo, a montagem do sumário levou em conta aquilo que o ‘real’ indicava ante nossas preocupações. Em nenhum momento procuramos nos antecipar indicando o que poderia ser relevante no processo de pesquisa. Somente com a produção dos relatórios conseguimos chegar as três dimensões – ‘Os momentos do jogo’, ‘O Inter é mídia’ e ‘Sobre o jogo: o olhar da imprensa esportiva’.

Quanto ao embasamento teórico, as teorias estudadas não só estruturaram nosso olhar como puderam ser sentidas em meio ao trabalho de campo. Toda a noção de representação de Erving Goffman, por exemplo, pode ser vista quando estávamos nas cabines da Rádio Gaúcha e RBS TV. Vimos que as atitudes variam entre a fachada e a região de fundo, levando-se em conta que a fachada estaria constituída pelas ações dos profissionais da imprensa na cobertura dos jogos, sendo a região de fundo marcada por todas as ações sem relação direta com o trabalho de construção de sentidos sobre as partidas. Diferentes modos de presença se sobressaíram nas cabines de imprensa; a diferença no conteúdo dos enunciados variou conforme o tipo de interação projetada, podendo ser em direção a audiência ou aos próprios colegas da equipe de transmissão do evento.

A mediatização como fenômeno social emergiu de diversas formas pelo Beira-Rio. O olhar destinado inicialmente a apreender a mediatização pelas operações desenvolvidas pelas mídias foi substituído por uma visada que passou a perceber no social modos de co-participação de indivíduos na construção simbólica de jogos de futebol. Uma das ações marcantes foi a de um torcedor colorado parecido com Galvão Bueno, famoso locutor da Rede Globo. O indivíduo circulava com uma faixa pedindo o apoio dos demais torcedores ao Internacional ao invés de vaias. Deste modo, ele aproveitou-se da semelhança física com uma celebridade para se fazer percebido pelos outros. Isso indicou, definitivamente, que a mediatização social reside nos modos como as pessoas se comportam em direção a uma ambiência constituída por mediações, mídias, tecnologias e sujeitos.

A noção de dispositivos também cooperou na compreensão da mediatização social, na medida em que o fenômeno transcende a existência das mídias. Pensando a partir dos dispositivos deixamos em segundo plano uma reflexão sobre mediações, dando ênfase, portanto, a plataformas sob as quais a sociedade relaciona-se entre si. Com a visão permeada por essa noção vimos no telão e no sistema de alto-falantes do estádio dois dispositivos de comunicação do clube com seu torcedor. Ainda, o próprio Jornal do Inter também apareceu como ferramenta onde o dispositivo emerge pela escrita.

Durante nosso percurso teórico deparamo-nos com a noção de hiperdispositivo de Mário Carlón. Embora o autor possa dar foco à tecnologia contida nos dispositivos, o que permite encaixes, apropriamo-nos da ideia porque percebemos mais de um dispositivo em operação ao mesmo tempo no estádio; mais do que isso: vimos o atravessamento de dispositivos. Isso não acontece simplesmente por tecnologias disponíveis que permitem os acoplamentos, mas, sobretudo, por estratégias de enunciação e veiculação de discursos. De algum modo, a constituição do hiperdispositivo nasce desde os bastidores do evento esportivo, nos instantes onde são tecidos modos de interpelação ao torcedor para manutenção da oferta de sentidos.

Chegamos às dimensões de pesquisa. Como dito, estas foram constituídas a partir de indícios do 'real' sobre processos de mediatização do social. Foi pelas "bordas" dos 90 minutos dos jogos de futebol onde visualizamos nosso objeto de estudo. Até certo ponto, a metodologia de pesquisa encaminhou o dimensionamento da realidade pelas regiões destacadas para observação participante. Os ângulos para coleta de dados transcreveram-se em ângulos para análise dos materiais. Assim, consideramos três eixos de trabalho, acreditando abarcaríamos a mediatização tanto pelo âmbito das mídias quanto por questões que não lhe diziam respeito.

Das arquibancadas vimos que três momentos aparecem em partidas de futebol: o antes, o durante e o depois. O antes dos jogos é marcado por conversações entre torcedores, mas também é o momento de se destinar atenção às mídias presentes no estádio. Enquanto indivíduos lêem o Jornal do Inter, outros tiram fotografias ou prestam atenção nas informações que vem pelo rádio. Particularmente, o rádio é mais presente no antes dos jogos; isso se deve ao fato de que os torcedores ficam curiosos pela informação de última hora, que pode ser relativa, por exemplo, a escalação de seu time. Durante o desenvolvimento das partidas, o rádio é a ferramenta principal para consulta sobre os acontecimentos de dentro do gramado. Para os torcedores, a visão privilegiada das equipes de profissionais de rádio facilita suas leituras do jogo, na medida em que as mídias radiofônicas ficam com jornalistas e

radialistas posicionados em pontos estratégicos para narrar os lances aos ouvintes. Já o depois dos jogos destaca-se pela preparação da mídia (televisiva, radiofônica e escrita) para as entrevistas coletivas. Além disso, esse momento revelou que a própria instituição Sport Club Internacional também se prepara para as coletivas, na medida em que internamente escolhe os atletas que participam da construção discursiva junto à imprensa.

Tanto das arquibancadas como desde as cabines de imprensa vimos a instituição Sport Club Internacional em funcionamento. Nas próprias cabines o clube se faz presente de diversos modos; antes das partidas começarem um dos assessores de imprensa do Internacional entrega a escalação da equipe em papéis timbrados com o escudo do clube, de outra forma, jornalistas têm acesso ao Jornal do Inter, que circula em todo o estádio. O Inter é mídia porque adota uma postura de mídia, isto é, suas operações estão contidas no enquadramento do 'real' e agendamento das falas dos torcedores sobre assuntos do clube. O fato de ter em suas dependências uma assessoria de comunicação destinada a produzir conteúdo informativo da instituição revela a capacidade de saber a autonomia e legitimidade do campo esportivo para operar sobre suas ações. Com sentidos ofertados pelo telão, sistema de alto-falantes e jornal, o Internacional constrói uma imagem de si conforme protocolos midiáticos e decisões internas, com hierarquias como numa redação de jornal.

Outro ângulo de trabalho foi a própria mídia, com destaque para a Rádio Gaúcha, a RBS TV e a imprensa escrita. Na cabine nº 23, onde ficam os jornalistas de jornais e de sites de notícias, a cobertura dos jogos está permeada por falas. Brincadeiras e comentários entre os profissionais da imprensa são comuns; quaisquer fatos que saiam do trivial dentro do campo de visão proporcionado pela cabine são apreendidos para conversa. Muitos dos jornalistas assistem ao jogo com fones no ouvido, como forma de verificar o que aconteceu pelo viés da imprensa radiofônica, sendo este um meio de contrapor informações.

O trabalho da imprensa televisiva na cabine nº 16 é marcado pela utilização de todo um aparato técnico e tecnológico. As estratégias de narração do jogo por Paulo Brito passam pelo deslocamento de sua visada entre o que acontece no gramado e o que é veiculado nos monitores da cabine com imagem no mesmo tempo daquela recebida em casa pela audiência. O que também chamou a atenção é a mobilização distinta de profissionais da televisão para as partidas de futebol; conforme a importância da competição varia a quantidade de pessoas deslocadas para a cobertura do evento. A Copa Libertadores é o evento mais importante, enquanto o Campeonato Gaúcho reúne menos profissionais do que o Campeonato Brasileiro e a própria Libertadores.

Em relação ao rádio, vimos que a estrutura é menor se comparada a uma emissora de televisão. Na cabine nº 9, onde fica instalada a Rádio Gaúcha, três profissionais trabalham: um narrador, um comentarista e um técnico de áudio. Assim como na cabine da imprensa escrita, emergem assuntos relativos ao jogo, contudo, entre os próprios membros, havendo uma variação entre as regiões de fachada (considerada como o momento em que a equipe está “no ar”) e de fundo. Se torcedores e jornalistas se utilizam do rádio para esclarecimentos sobre as partidas, o rádio também mostrou-se “órfão”, utilizando-se da imagem como recurso para a confirmação de fatos de dentro do gramado. Isso porque há uma televisão instalada na cabine, o que permite uma recuperação de lances por narrador e comentarista. Mesmo no trabalho de determinada mídia, como a radiofônica, percebemos que há um acoplamento de dispositivos durante os jogos de futebol.

Por último, cabe destacar que estas três dimensões não esgotam o olhar sobre a mediatização no estádio Beira-Rio. Quando propusemos inicialmente o estudo da cobertura de partidas de futebol pela televisão, consideramos relevante uma abordagem que mostrasse os bastidores desse trabalho com deslocamentos do pesquisador até o caminhão onde é realizada toda uma mediação até que as imagens cheguem à residência dos receptores. Assim, abre-se um ângulo para investigação das relações tecidas entre o campo esportivo e o midiático a partir da observação das rotinas da televisão na cobertura de eventos esportivos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Buenos Aires: Paidós Ibérica, 1989.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1986.

BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: editora da UFRGS, 1998.

BORELLI, Viviane; FAUSTO NETO, Antônio. **Jornalismo esportivo como construção**. Cadernos de comunicação. SILVEIRA, Ada Cristina Machado. (editora). Santa Maria – RS: UFSM, 2002. n.7.

BOURDIEU, Pierre. **Coisas ditas**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

BOUTAUD, Jean-Jacques; VERÓN, Eliseo. **Del sujeto a los actores**. La semiótica aberta a lãs interfaces. (Tradução) Du sujet aux acteurs: La sémiotique ouverte aux interfaces. In: Sémiotique ouverte: itinéraires sémiotiques em communication. Paris: Lavoisier, 2007.

BRAGA, José Luiz. **Sobre “mídiatização” como processo interacional de referência**. GT Comunicação e Sociabilidade, 15 Encontro Anual da Compôs. Bauru: junho de 2006, cd-rom.

_____. **Sobre a conversação**. In: FAUSTO NETO, A., BRAGA, J. L. e PORTO, S. D. (orgs.). **Brasil: comunicação, cultura e política**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1994.

_____. **Comunicação é aquilo que transforma linguagens**. In: GT Comunicação e Sociabilidade do XVIII Encontro da Compôs, 2009. Belo Horizonte (MG).

_____. **Dispositivos interacionais**. In: Excerto do projeto de pesquisa “Dispositivos Interacionais - Estudo de casos em contexto de mídiatização”. São Leopoldo, 2010.

BRAGA, Kenny. **INTER**, Orgulho do Brasil. Porto Alegre: Já Editores, 2006.

BURGEES, Robert G. **A pesquisa de terreno: uma introdução**. Oeiras: Celta, 1997.

CAIAFA, Janice. **Aventura das cidades: ensaios e etnografias**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. **As identidades culturais e esportivas na sociedade do espetáculo**. Campinas: s.d.

CARLÓN, Mario. **Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos**. Buenos Aires: La Crujia, 2004.

CINTRA SOBRINHO, David. O importante é... Breves considerações sobre aspectos das relações entre mídia e esporte. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27.ed., 2004. Porto Alegre (RS). **Anais...** São Paulo: Intercom, 2004. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/18301/1/R0073-1.pdf>. Acesso em: 5 de agosto de 2010.

DUBOIS, Philippe. **Máquinas de imagens: uma questão de linha geral**. In: Cinema, vídeo. Godard. São Paulo: COSACNAIFY, 2004. p. 31-67.

ECO, Umberto. **Tevê: a transparência perdida**. In: _____. Viagem na irrealidade cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ESTEVES, João Pissara. **A ética da comunicação e os media modernos: legitimidade e poder nas sociedades complexas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1998.

FAUSTO NETO, Antônio. **Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos**. In: Diálogos Possíveis. Revista da Faculdade de Ciências Sociais da Bahia, nº2, Jul-Dez/2007.

_____. **Mediatização: prática social, prática de sentido**. Paper. Bogotá: Seminário Mediatização, 2006.

_____. **O Agendamento do Esporte: Uma breve revisão teórica e conceitual**. In: Verso & Reverso. Revista da Comunicação, ano 16, n.34, p. 9-17, Jan – Junho/2002, Unisinos.

FLORES, Valdir do Nascimento; TEIXEIRA, Marlene. **Introdução à lingüística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2005.

GASTALDO, Édison Luis. A família Scolari somos todos nós, questões de identidade brasileira na Copa de 2002. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26.ed., 2003. Belo Horizonte (MG). **Anais...** São Paulo: Intercom, 2003.

Disponível em:
<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4299/1/NP18GASTALDO.pdf> Acesso em: 5 de agosto de 2010.

GEERTZ, Clifford. **La interpretación de las culturas**. Barcelona: Gedisa, 2003.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

GOMES, Pedro Gilberto. **A midiatização, um processo social**. In: Filosofia e a ética da comunicação na midiatização da sociedade. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006.

GORITO, Andréia de Vasconcellos. **A preparação de porta-vozes para entrevistas à imprensa**: um estudo de caso sobre a relação do técnico dunga com a mídia na copa do mundo de 2010. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33. ed., 2010. Caxias do Sul (RS). **Anais...** São Paulo: Intercom, 2010. [cd-rom].

GUBER, Rosana. **La etnografia**: método, campo y reflexividad. Bogotá: Norma, 2001.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Dunga x Alex Escobar: jornalismo esportivo em debate**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33. ed., 2010. Caxias do Sul (RS). **Anais...** São Paulo: Intercom, 2010. [cd-rom].

HATJE, M. **Esporte e sociedade, uma relação pautada pela mídia**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26. ed., 2003. Belo Horizonte (MG). **Anais...** São Paulo: Intercom, 2003. Disponível em: <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/4300/1/NP18HATJE.pdf>. Acesso: 20 de abril de 2010.

HEBERLÊ, Antônio Luiz Oliveira. Campos Sociais e as Significações dos Transgênicos na Mídia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27.ed., 2004. Porto Alegre (RS). **Anais...** São Paulo: Intercom, 2004. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/16924/1/R0215-2.pdf>. Acesso em: 10 de julho de 2010.

MARQUES, José Carlos. **A falação esportiva** (o discurso da imprensa esportiva e o aspecto mítico do futebol). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25.ed., 2002. Salvador (BA). **Anais...** São Paulo: Intercom, 2002. Disponível em: http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19089/1/2002_NP18MARQUES.pdf. Acesso em: 10 de outubro de 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Razón técnica y razón política**: espacios/tiempos no pensados. In: Revista Latino-Americana de Comunicación. Ano 1, nº 1, p. 22-37, Dez. 2004.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 1984.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O jornal**: da forma ao sentido. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

MOURA, Jefferson José Ribeiro. **Elementos não-verbais e argumentação radiofônica**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26.ed., 2003. Belo Horizonte (MG). **Anais...** São Paulo: Intercom, 2003. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4634/1/NP6MOURA.pdf>. Acesso em: 17 de maio de 2010.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso. **O trabalho do antropólogo**: olhar, ouvir, escrever. In: Revista de Antropologia. v.39, n. 1. São Paulo: USP, 1996.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **A emergência dos campos sociais**. In: Reflexões sobre o mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Piauí. Editora Revan, 2000.

SIGNATES, Luiz. **A sombra e o avesso da luz: Habermas e a comunicação social**. Goiânia: Editora Kelps, 2009.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira A. Performance radiofônica, a plasticidade da palavra oralizada e mediatizada. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26.ed., 2003. Belo Horizonte (MG). **Anais...** São Paulo: Intercom, 2003. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/4642/1/NP6SILVA.pdf>. Acesso em: 17 de maio de 2010.

SCHAEFFER, Jean-Marie. **La imagen precária** (del dispositivo fotográfico). Madrid: Cátedra, 1990.

TRAVANCAS, Isabel. **Fazendo etnografia no mundo da comunicação**. In: BARROS, A. e DUARTE, J. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

VERÓN, Eliséo. **Esquema para el análisis de la mediatización**. In: Revista diálogos de la comunicación, n.48, Lima: Felafacs, 1997.

_____. **Espacios mentales: efectos de agenda 2**. Barcelona: Gedisa, 2000.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo**. São Paulo: Papirus, 1998.