Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Centro de Educação e Humanidades
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense

Luis Oscar Calvano Colombo

A produção de subjetividade está em jogo: o Globo Esporte por uma ótica filosófica

Duque de Caxias
2013

Luis Oscar Calvano Colombo

A produção de subjetividade está em jogo: o Globo Esporte por uma ótica filosófica

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-graduação em Educação, Cultura e Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas.

Orientador: Prof. Dr. Mauro José Sá Rego Costa

Duque de Caxias
2013

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/ BIBLIOTECA CEHC

C718 Colombo, Luis Oscar Calvano.
A produção da subjetividade está em jogo: o Globo Esporte sob uma ótica filosófica / Luis Oscar Calvano Colombo – 2013.
89f.

Orientador: Mauro José Sá Rego Costa.
Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

1. Comunicação de massa e esportes - Teses. Telejornalismo – Teses. I. Costa, Mauro José Sá Rego. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Educação da Baixada Fluminense. III. Título.

CDU 659.3:796

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

_____ _____

Assinatura Data

Luis Oscar Calvano Colombo

A produção de subjetividade está em jogo: o Globo Esporte por uma ótica filosófica

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-graduação em Educação, Cultura e Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Educação, Cultura e Comunicação em Periferias Urbanas.

Aprovada em 24 de junho de 2013.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Mauro José Sá Rego Costa (Orientador)
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense - UERJ

Prof.ª Dra. Alita Villas Boas de Sá Rego
Faculdade de Educação da Baixada Fluminense - UERJ

Prof. Dr. Leonel Azevedo de Aguiar
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC - Rio

Duque de Caxias
2013

DEDICATÓRIA

À minha família. Aos meus pais Franco e Lida, pelo incentivo e dedicação ao longo da vida. À minha esposa Larissa e à minha filha Giovanna, pelo amor, apoio e paciência no decorrer da realização deste projeto. E ao pequeno Lucca que, por entre choros noturnos e fraldas trocadas, me fez encontrar perseverança e empenho.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador Mauro José Sá Rego Costa, profissional competente e capaz de provocar inquietações e ludicidade ao pensamento.

Aos professores Alita Villas Boas de Sá Rego e Leonel Azevedo de Aguiar pelas orientações e reflexões que só fizeram qualificar o projeto.

Aos meus amigos e colegas de trabalho, do mercado jornalístico e da vida acadêmica, pelos anos de luta e aprendizado em conjunto.

Escreve-se sempre para dar vida, para liberar a vida aí onde ela está aprisionada, para traçar linhas de fuga.

Gilles Deleuze

RESUMO

COLOMBO, Luis Oscar Calvano. *A produção de subjetividade está em jogo*: o Globo Esporte por uma ótica filosófica. 2013. 89 f. Dissertação (Mestrado em Educação, Cultura e Comunicação) - Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2013.

Esta dissertação tem como proposta fazer uma análise da produção maquínica de subjetividade do programa Globo Esporte, da TV Globo, e de suas variações enquanto gênero; além de discutir a influência do noticiário no comportamento de parte do público-alvo. Para tanto, partiu-se dos conceitos filosóficos de pensadores como Gilles Deleuze, Félix Guattari, Michel Foucault, Antônio Negri, Michael Hardt e Peter Pál Pelbart, entre outros, e das observações referentes ao processo comunicacional de Pierre Bourdieu, Muniz Sodré, Edgar Morin e Joseph Campbell, como ainda da sociologia do esporte através de Ronaldo Helal e Hugo Lovisolo. A produção de subjetividade, a presença do ídolo esportivo, a territorialização imposta dos *mass-media*, os focos de resistência encontrados na multidão são algumas questões debatidas nesta dissertação, que contou com a elaboração de um dispositivo composto por uma série de etapas, no qual, com a ajuda de grupo focal, pode-se melhor compreender a dinâmica da relação: telejornalismo esportivo - produção do ídolo - torcedor/telespectador.

Palavras-chave: Comunicação. Telejornalismo. Globo Esporte. Filosofia. Produção de Subjetividade.

ABSTRACT

COLOMBO, Luis Oscar Calvano. *The production of subjectivity is at stake*: the Globo Sport philosophical perspective. 2013. 89f. Dissertação (Mestrado em Educação, Cultura e Comunicação) - Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2013.

Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2013.This dissertation intends to analyze the machinic production of subjectivity of theprogram Globo Sport, and its variations as a journalistic gender, besides discussing therevealing the influence of the news in the behavior of its target audience. It enphasizes thephilosophical concepts of thinkers like Gilles Deleuze, Félix Guattari, Michel Foucault, Antonio Negri, Michael Hardt and Peter Pál Pelbart, among others, and notions of thecommunication process of Pierre Bourdieu, Muniz Sodré, Edgar Morin and Joseph Campbell, but also the sociology of sports, through Ronaldo Helal and Hugo Lovisolo. The productionof subjectivity, the presence of the sports idol, the territorialization imposed by the massmedia, and the resistances present in the multitude are some issues discussed in this dissertation, which includes, with the help of a focus group, the development of a device for abetter understanding of the dynamics relating TV news sports - idol production - fan/viewer.

Keywords: Communication. Telejournalism. Globo Sport. Philosophy. Production of Subjectivity.

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	9
1	**GLOBO ESPORTE: UM BREVE HISTÓRICO**	13
2	**QUANDO A FILOSOFIA ROLA A BOLA**	22
2.1	**A força do ritornelo**	22
2.2	**Os campos da ecologia**	27
2.3	**O poder sobre o jogo... da vida**	30
2.4	**As lentes do controle**	33
2.5	**O devir-ídolo**	36
2.6	**Café, Império e Multidão**	44
3	**O ITINERÁRIO DE UM MERGULHO**	49
3.1	**Aula de telejornalismo**	51
3.2	**Os bastidores do Globo Esporte**	55
3.3	**Fazendo o dever de casa**	62
3.4	**A FEBF abre as portas**	68
4	**DIÁLOGOS**	73
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
	REFERÊNCIAS	86

INTRODUÇÃO

O objetivo desta dissertação é fazer uma análise da produção maquínica de subjetividade realizada pelo programa Globo Esporte, produzido no Rio de Janeiro, da Tv Globo, em um conjunto de estudantes de nível superior, moradores de regiões periféricas do Centro do Rio de Janeiro - grupo focal escolhido que também é público do programa esportivo. E também enxergar as possibilidades, na relação entre as partes; os novos caminhos que a comunicação dos grandes grupos midiáticos vem percorrendo. Isso tanto na produção do noticiário esportivo quanto nos pontos de fuga sugeridos pelos considerados receptores.

No que se refere à metodologia aplicada foi necessário que se estabelece a realização de um dispositivo composto por uma série de etapas a serem cumpridas pelo grupo focal escolhido (oito alunos do Curso de Geografia da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, em Duque de Caxias), que seriam desde uma aula teórica sobre a produção jornalística de esportes para a tv, como uma visita técnica à emissora, a participação na reunião de pauta do programa em questão e a análise do mesmo, como ainda uma entrevista coletiva feita pelos alunos com o editor-chefe do Globo Esporte, fora das dependências da emissora. Ao final, foram feitas ainda entrevistas com o grupo focal e com o editor do programa.

Do ponto de vista do referencial bibliográfico, a dissertação aproveitou-se do legado deixado tanto por autores especializados em filosofia quanto da área da comunicação, como ainda da sociologia do esporte. E ao se debruçar sobre os conceitos destes mesmos autores, promover entre eles um diálogo possível, para que pudéssemos pensar o Globo Esporte e sua produção de uma maneira diversa.

Esta dissertação foi estruturada em quatro capítulos. No primeiro deles, contamos um pouco da história do Globo Esporte, desde a sua origem, passando pelas mudanças de formato como também de conteúdo. Nesse segundo caso, fizemos uma análise mais elaborada no tipo de apresentação feita atualmente - que tem na presença do apresentador Alex Escobar seu ponto mais realçado – e que faz o programa jornalístico receber uma boa dose de atração televisiva, deixando de lado o rigor da prestação de serviço, própria de noticiários mais sérios,

e incorporando uma faceta de entretenimento. Para isso, discutimos o conceito de *Infotenimento*, principalmente sobre a visão de Aguiar e Dejavite.

No capítulo 2, exploramos o potencial teórico analisando a produção do programa, desde a vinheta de abertura, que apesar das mudanças visuais tem no tema musical algo que persiste há décadas, como também algumas reportagens exibidas nos anos de 2011 e 2012 no Globo Esporte. Na primeira análise, discutimos o valor da abertura do programa para quem assiste. Dentro deste prisma, os conceitos de *ritornelo*, *territorialização* e *desterritorialização* utilizados por Gilles Deleuze e Félix Guattari serão apresentados.

Na primeira matéria escolhida, o Globo Esporte coloca no ar um fato que começou dentro dos gramados, mas que se estendeu pelos arredores de Buenos Aires. O rebaixamento do time argentino River Plate e as brigas e revoltas por parte de seus torcedores nos traz à luz a questão da *ecosofia*, termo cunhado por Guattari, em *Três Ecologias*, sobre a expansão dos problemas ecológicos da humanidade, que não estão somente no campo ambiental; eles já atingem fatores morais e sociais.

Na segunda matéria selecionada, a chamada para um jogo da seleção brasileira contra a Argentina. Aqui, os meios de comunicação já começam a dar mostras de sua força e teorias como *Agenda Setting*, *Gatekeeper* e Espiral do Silêncio ganham espaço, algumas delas sob o ponto de vista de autores como Traquina e Pena. E os conceitos filosóficos relacionados à *sociedade disciplinar*, *sociedade de controle*, *biopoder* e *biopotência* são atravessados pelas linhas de Foucault, Deleuze, Autoun, Negri e Perbart.

Michael Foucault volta na terceira matéria com o propósito de tentar abordar a complexidade realizada na cobertura e transmissão dos jogos de futebol, com um excesso de câmeras espalhadas nos estádios, em um misto de “qualidade de produto a ser exibido” e controle das “câmeras de vigilância”. A reportagem conta a história de uma partida de futebol sob o regimento de um jogador, e para isso foi necessário que diversas câmeras o acompanhassem durante o jogo. E é ainda onde começamos a trabalhar melhor a questão da *produção de subjetividade*.

A quarta reportagem traz para o leitor um duelo entre dois grandes jogadores. Ronaldinho Gaúcho, na época defendendo o Flamengo, e Neymar, do Santos se enfrentaram em partida válida pelo campeonato brasileiro de 2011. O encontro que já havia sido amplamente promovido antes da partida teve uma repercussão ainda maior durante e depois, devido a apresentação “de gala” de Ronaldinho. Como craques, faço alguns autores baterem

bola aqui, discutindo a criação por parte da mídia e o surgimento natural de ídolos e/ou heróis, seus *devires*, e a importância deles para o jornalismo esportivo e para a sociedade. Deleuze, Guattari, Campbell, Helal, Lovisolo, Morin são titulares absolutos aqui.

A última análise feita neste capítulo 2 consiste na releitura de um quadro apresentado no Globo Esporte, que leva o nome de "Cafezinho com o Escobar", onde o apresentador do programa vai às ruas conversar com o torcedor. O potencial popular está latente desde o início e a apropriação do bem comum em troca de minutos de fama dos participantes é clara, por isso Negri, Hardt, Lazarrato e mais uma vez Deleuze e Guattari nos emprestam suas argumentações para falarmos de *trabalho imaterial, Império, linhas de fuga* e *Multidão*.

No capítulo 3, a narrativa desta dissertação é transcrita como uma espécie de diário de bordo, já que há um relato detalhado das etapas que foram realizadas juntamente com o grupo focal escolhido. Cito aqui a busca pela realização da metodologia como as dificuldades encontradas para que a mesma se realizasse. Mostro o passo a passo dos alunos do grupo focal, acompanhando a rotina de produção na emissora e a expectativa deles em receber o editor-chefe do Globo Esporte, na sala de aula da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, em Duque de Caxias. Foi um mergulho etnográfico durante os meses em que decorreu todo o processo.

E por fim, as entrevistas realizadas no quarto capítulo. Ao invés de apresentar no modelo: perguntas e respostas, procurei dar uma linearidade nos assuntos abordados, intercalando respostas e discussões que eram pertinentes ao objetivo da dissertação. Optei então por um texto corrido, bem ao estilo jornalístico. Aqui, neste capítulo, tive a preocupação de dar o mesmo peso nos depoimentos, tanto com relação aos oito alunos quanto ao editor-chefe do Globo Esporte.

Vale ainda ressaltar nesta apresentação que há uma curiosidade a ser dita na relação do pesquisador que vos escreve e o produto audiovisual que será analisado. Nasci e cresci também em uma região considerada periférica de um grande centro urbano. Natural da Baixada Fluminense, me criei nas ruas do bairro do K-11, do município de Nova Iguaçu, nas quais jogava as famosas "peladas de rua", onde as traves eram marcadas pelos pares de chinelo. Cresci acompanhando futebol na década de 70 e lembro-me bem do início do Globo Esporte, um programa que fazia questão de ver, rotineiramente. Mais novo, antes de ir para a escola; mais adolescente, na volta para a casa.

Entre opções desencontradas dos primeiros vestibulares, me formei em jornalismo e fui trabalhar no extinto Jornal dos Sports. Anos mais tarde, entrava na redação de esportes da Tv Globo como produtor de reportagem. Quis a história que eu produzisse várias reportagens, inclusive encerrando algumas edições com crônicas esportivas, o programa que eu curtia como público fiel na infância e na adolescência. Atualmente, voltei apenas a assistir o Globo Esporte, só que com um outro olhar mais acadêmico.

Vem daí, é claro, o desejo de realizar esta dissertação, tendo com preocupação constante buscar um certo afastamento do objeto de pesquisa para que eu consiga - utilizando um termo esportivo - “ver o jogo de xadrez de fora”; mas com equilíbrio, para que esse afastamento também não omita impressões e afeições que serão capazes de esclarecer melhor as relações entre o programa esportivo, os ídolos e a audiência. Bem, agora é ligar a tv e assistir ao Globo Esporte de uma forma diferente. Aproveite.

1 O GLOBO ESPORTE: UM BREVE HISTÓRICO

Como a proposta é traçar uma linha que costura conceitos filosóficos, teorias comunicacionais e o esporte enquanto evento social, difundido na mídia e propagado pelas mais diversas classes sociais, e ao mesmo tempo analisar o programa Globo Esporte, da TV Globo, através da exibição de suas matérias jornalísticas, entendo ser pertinente logo de início explicar um pouco o programa televisivo a ser estudado, sua origem, relacionando-o com o espaço-tempo histórico, algumas das mudanças ocorridas e suas características básicas, para que haja um melhor entendimento por parte do leitor.

O Globo Esporte surge ainda na ditadura militar, em 1978. O Brasil seguia sob o comando do general Ernesto Geisel, o quarto presidente militar, num período que ficou conhecido como "Anos de Chumbo"(GASPARI, 2003). Mas como o país já demonstrava índices fortes de desaceleração na economia, um aumento da taxa de desemprego, uma inflação que assolava a população; a pressão era forte e o processo de abertura política não tardaria a acontecer. Outro país vizinho também vivia um regime autoritário. A Argentina talvez tenha sofrido a mais sanguinária autocracia da América Latina, entre os anos de 1976 a 1983. E para amenizar um pouco o momento político, econômico e social: a realização de uma Copa do Mundo de Futebol em solo argentino; e com um resultado final mais do que convincente para a continuação do regime ditatorial: a taça de campeão do mundo nas mãos dos donos da casa[1].

Neste Mundial, a seleção brasileira disputou o terceiro lugar com a Itália e venceu. Voltou para casa com o título de "campeão moral", por não ter perdido nenhum jogo na competição e muitas dúvidas sobre a legitimidade da conquista Argentina. Isso porque nas quartas-de-final, a Argentina derrotou a seleção peruana por 6 a 0, resultado que tirou o Brasil da disputa do título. E um fato especial ajudou a polemizar o resultado deste jogo, o goleiro peruano Quiroga, que falhou em alguns gols nesta partida, era natural da Argentina.

Pegando carona neste debate esportivo estabelecido em bares e lares nacionais, a TV Globo lança o Globo Esporte. O mais antigo telejornal esportivo da televisão brasileira, que

[1] A Argentina derrotou a seleção holandesa por 3 a 1, na final da Copa e conquistou seu primeiro título de campeã mundial de futebol, *in* MARTINEZ, André. *Todas as Copas do Mundo.* São Paulo, Ícone Editora, 2010.

ainda está no ar, estreou[2] no dia 14 de agosto de 1978, numa segunda-feira, às 12 horas e cinqüenta minutos, em rede nacional. Hoje, algumas praças produzem seu próprio Globo Esporte, com matérias locais e oriundas de outras afiliadas.

Vale aqui lembrar que apesar do momento político ser de transição, a opção por transmitir um telejornal de esportes em cadeia nacional ainda tinha um misto de interesses políticos e mercadológicos, tal como havia sido no lançamento de outro telejornal da emissora, o Jornal Nacional, em setembro de 1969 (REZENDE,2000).

No caso do Jornal Nacional, a intenção por parte do governo militar era de se obter uma uniformidade da informação, sob sua censura, a ser transmitida à população. Um controle rígido que pode ser bem definido pela frase do presidente na época Emílio Garrastazu Médici, em março de 1973: "Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se tomasse um tranquilizante após um dia de trabalho" (MATTOS, 2002). Para a emissora era também uma maneira de disputar a audiência. "Além de possuir um noticiário que lhe desse prestígio, a Tv Globo queria competir com o Repórter Esso, da Tv Tupi" (REZENDE, 2000, p. 109).

O Globo Esporte surge como um produto novo, mas com um conteúdo que já era bem aceito por grande parte da população. Conteúdo este que desviava a atenção da população para algo mais ameno, atendendo também o desejo da classe governante, que continuava "feliz" diante dos noticiários. Além disso, era um produto que tinha por objetivo conquistar as classes mais populares, uma proposta da Tv Globo e da televisão brasileira em um modo geral.

> A televisão brasileira soube acompanhar, portanto, as indicações da lógica do mercado em sua investida hegemônica. Para contar com uma audiência base (imprescindível como plataforma numérico-mercadológica), ela se voltou para as camadas C e D, sem jamais esquecer um público já conquistado em suas origens (SODRÉ, 2001, 107)

O discurso era de nacionalização, apoiado pelo governo e com grande participação dos grupos empresariais voltados para o ramo da comunicação, e o Globo Esporte nascia assim:

[2] Programa Globo Esporte, que teve início em 14 de agosto de 1978, é exibido de segunda a sábado e tem como público-alvo, jovens e adultos, interessados por esportes. http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-238743,00.html, Acesso em: 3 de maio de 2012.

com 20 minutos na grade de programação da emissora. Hoje ele às vezes ultrapassa esta marca, chegando a 21, 22 minutos, ficando no ar das 12h50 às 13h20, dez minutos a mais, contando é claro com dois intervalos comerciais. Outra mudança foi com relação à periodicidade. Inicialmente, era exibido de segunda à sexta; e a partir de 1983 ele passou a ser transmitido também aos sábados.

O primeiro apresentador foi Léo Batista, que ainda hoje trabalha na emissora e que atualmente só conduz a apresentação do programa na edição de sábado à tarde, ou em períodos de férias ou de recesso dos apresentadores. Aliás, a troca de apresentadores ao longo destes quase 35 anos merece uma atenção especial, principalmente pela característica apresentada por alguns deles. O perfil mais sério e informativo de Léo Batista acabou dividindo espaço na apresentação do programa com o ar mais jovial e descontraído de Fernando Vannucci, que criou bordões[3] ao longo dos mais de vinte anos em que trabalhou na emissora. Vannucci seguia na linha do restante dos apresentadores da emissora: bem vestido, maquiado, e num modelo estético que se assemelhava ao implantado nos telejornais norte-americanos, com um pouco da presença de vídeo que se aproximava aos nossos atores de telenovelas.

Um outro passo que merece destaque nesta cronologia do Globo Esporte foi a participação feminina no esporte da tela da TV Globo. Primeiramente com Isabela Scalabrini, depois com Mylena Ciribelli, já na década de 90. Uma investida que buscava consolidar ainda mais o público masculino e despertar o interesse das matérias esportivas no universo feminino.

A bancada de apresentação do Globo Esporte ganhou ao longo da história outros nomes como: Tino Marcos, Alexandre Bacci, Maurício Torres, entre outros. Mas acompanhando ainda a característica de utilizar uma apresentadora para atrair ainda mais a audiência, a emissora trabalhou intensamente para que a tetracampeã mundial de body-board, Glenda Kozlowski se tornasse repórter e apresentadora do programa esportivo.

Naquele momento era uma questão de unir várias intenções em torno de um nome: além de atrair o público masculino, Glenda conseguiria cativar o universo feminino não só para assistir esportes, como também - quem sabe - para praticá-los, e aí sim os fidelizando enquanto público-alvo, já que estariam diante de uma mulher com uma história vencedora no esporte. Além disso, abria margem para apaixonados e curiosos por outras modalidades

[3] Termo utilizado para definir frases criadas por comunicadores e exibidas como sua marca registrada.

esportivas que não só o futebol, pois as informações seriam passadas por uma atleta, uma esportista das ondas. E apesar de desde o seu início divulgar vários esportes - inclusive no programa de estreia ter apresentado uma reportagem sobre o surfista Rico de Souza - o Globo Esporte, na média, até hoje, tem mais de cinquenta por cento do noticiário dedicado ao futebol.

Atualmente, o programa é apresentado pela gaúcha Cristiane Dias e pelo apresentador Alex Escobar, que entre outras atividades antes de chegar na Globo, era mediador de um programa de rádio que unia esporte e humor. Esta experiência, com certeza, valeu sua entrada no G.E. (como é chamado o Globo Esporte na redação da TV Globo), pois o antigo modelo de apresentação já estava sendo questionado dentro da emissora, inclusive por ter sido apontado como um dos vilões na perda de pontos de audiência para as concorrentes.

Com a entrada de Escobar, o improviso organizado ganhou vez e conquistou uma nova geração de telespectadores, alguns inclusive que já o acompanhavam no rádio. Digo, "improviso organizado", porque apesar de ele ter a liberdade de falar o texto que vier na cabeça, os assuntos são pautados previamente e não permitem uma fuga audaciosa sem o consenso do editor-chefe do programa. Ainda assim, Escobar se estabelece como um típico comunicador, atual e bem próximo do telespectador.

> O rosto televisionado – pouco importa se o programa é noticioso, show ou de ficção – não se pode permitir a valores de mistério, impenetrabilidade ou mesmo de charme excessivo, se deseja provocar efeitos especificamente televisivos, isto é, o estabelecimento de relações afetivas com o telespectador. (SODRÉ, 2001, p.63)

E se a atual apresentadora Cristiane Dias talvez se encaixe naqueles modelos antigos, com padrões de beleza bem definidos do mundo moderno, Escobar ultrapassa essa fase, rompe esses conceitos estéticos, provoca uma fissura na tradição e se apresenta despojadamente e sem disfarçar sua calvície precoce. Aliás, motivo para muitos de seu carisma espontâneo, como veremos a seguir.

O Globo Esporte também mudou na sua concepção. Talvez a mais profunda de todas as mudanças: de telejornal esportivo diário, de cunho informativo na sua essência, o G.E. passou nos fins da década de 80 e na de 90 a tratar alguns assuntos jornalísticos com humor, irreverência, marcas registradas de alguns repórteres como Márcio Canuto e Régis Rosing. Neste período, era comum ver o Globo Esporte encerrando seu tempo de exibição com uma matéria divertida sobre esporte, onde a informação ficava em segundo plano e a brincadeira feita com algum personagem era mais comentada. Era o primeiro passo para a mudança.

Pelas mãos de vários editores, o Globo Esporte[4] foi conduzido nestes trinta e poucos anos: Hedyl Valle Júnior, Luiz Nascimento, Michel Laurence, João Ramalho, Ricardo Porto, Décio Lopes, Marcos Malafaia, Mariano Baptista, Tino Marcos, o atual editor-chefe Afonso Garschagen, entre outros. Em todos, de maneira diversa, mas paulatinamente, o Globo Esporte foi buscando entreter a audiência na hora do almoço. Mas foi no período em que o editor Sidney Garambone esteve à frente do programa, de 2001 a 2007, que a informação esportiva passou a ser tratada e explorada como entretenimento.

De telejornal informativo, o Globo Esporte se transformou numa revista eletrônica diária com informação esportiva. "Neste aspecto, o infotenimento – a informação unida ao entretenimento – passa a ser a linguagem utilizada para atrair a audiência. A notícia torna-se espetáculo e faz parte de uma espécie de show de informações".(ARONCHI, 2004, p. 130).

Um formato híbrido que atende às necessidades mercadológicas, mas que chega a deixar dúvidas quanto a sua essência jornalística. Para Fabia Angélica Dejavite, autora do livro "Infotenimento (DEJAVITE, 2006)", esse jornalismo mais leve, ou como ela mesma chama seu conteúdo de "notícia light", sempre esteve presente nos veículos de comunicação caracterizados através de charges críticas, infográficos bem ilustrados, manchetes bem boladas, entre outros ítens que dão leveza ao noticiário. Mas que também o jornalismo de Infotenimento aparece mais claro em colunas sociais, em noticiários de fofocas..., trazendo aí uma visão de subproduto.

> No jornalismo, em especial, a função de entreter tem sido preterida. O entretenimento oferecido no conteúdo editorial é julgado como um subproduto ou um desvio da atenção do receptor de assuntos tidos de maior importância. Outras vezes, os receptores que solicitam este tipo de conteúdo são considerados alienados do mundo onde vivem. Assim, as matérias de entretenimento no espaço editorial seria a informação para aquele que não procura. (DEJAVITE, 2008, p. 56)

Segundo o Doutor em Comunicação pela UFRJ, Leonel Azevedo de Aguiar, o Infotenimento em questão é semelhante às estratégias utilizadas pelos jornais ingleses mais populares como o *The Sun*, *The Mirror*, entre outros, que dão ênfase a um tipo de jornalismo que produz sensações. "As estratégias dos jornais tablóides sempre foram estampar notícias anunciadas como "revelações de verdades", sobre problemas da vida amorosa ou escândalos envolvendo celebridades. Infotenimento é semelhante a essa definição, pois mistura informação com entretenimento, criando técnicas para apresentar a notícia como se um

[4] http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-238743,00.html, Acesso em: 3 maio 2012.

segredo fosse ser revelado ao leitor" (AGUIAR, 2008, p. 10). É o que surpreende, entretém e até informa.

Dentro deste contexto, Aguiar nos remete a uma relação de paridade do Infotenimento ao gênero jornalístico conhecido como *fait-divers*[5] e aponta que o que na verdade está ocorrendo é uma contradição entre dois critérios de noticiabilidade: a importância e o interesse da notícia. E o interesse do público está muito atrelado ao entretenimento que a notícia produz, em detrimento ao valor de informação de algum outro fato jornalístico.

> [...] o problema pode ser resolvido com a associação desses dois valores-notícia: para informar o público é necessário produzir um jornal que desperte seu interesse, não havendo utilidade em fazer um tipo de jornalismo aprofundado, se os leitores não se sentem atraídos. (AGUIAR, 2008, p.13)

E para os críticos mais vorazes, através dessa "lógica de sensações" (AGUIAR, 2008, p 13), consegue-se sim informar. Um exemplo é a ironia utilizada por cartunistas, jornalistas, humoristas de rádio e tv, em vários momentos da história do Brasil, mais precisamente na ditadura militar, para mostrar um deslize de um político, um ato de corrupção, fazendo da piada um instrumento de conscientização e cidadania. O valor obtido por uma comunicação através das sensações também é reconhecido por Deleuze e Guattari e se confere nas palavras dos filósofos, escolhidas pelo professor Leonel de Azevedo Aguiar: "A sensação não é menos cérebro que o conceito"(DELEUZE ; GUATTARI, 1997, p. 271).

É assim que o Globo Esporte trata seu conteúdo e com a argumentação de que o esporte é entretenimento. Uma visão um pouco simplificada se for ser analisada por tudo aquilo que gira no mundo do esporte nos dias de hoje. Já foi o tempo em que a editoria de esportes dos principais veículos de comunicação do país era vista, dentro das redações, como secundária, como algo muito próximo às tiras em quadrinhos ou charges e resenhas de novelas. Nesta época, talvez, um entretenimento na essência.

Atualmente, outras editorias circulam pelo universo esportivo sem nenhum auto-constrangimento. Hoje, são assuntos ligados à área jurídica, com relação a suspensão de atletas por atitudes em campo, ou ainda com imbróglios na seção policial; ao mercado financeiro, pela valorização na compra e venda de jogadores; às estratégias políticas e de marketing pessoal, entre outros. A editoria de esportes cresceu, aumentou o interesse pela área

[5] Termo aplicado pelo escritor e semiólogo francês Roland Barthes que significa fatos diversos que cobrem escândalos, curiosidades e bizarrices *in* DEJAVITE, Fabia Angélica. *O poder do fait divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção.* Artigo apresentado no XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Campo Grande, MS, 2001.

e faz girar um capital oriundo de anunciantes que despejam enormes quantias em torno de visibilidade da marca. E a televisão é o carro-chefe do negócio.

E foi nesta mistura de informação e entretenimento que a linha editorial do Globo Esporte se modificou, sendo questionado muitas vezes por críticos do meio jornalístico, intelectuais e até pelo próprio telespectador, que perguntava se o programa não estaria perdendo sua principal função: a de informar. Na sua dissertação de mestrado sobre o comportamento do público feminino que acompanha o Globo Esporte, a jornalista Andréia Gorito relata um fato curioso ocorrido em 2002.

> Em um bate-papo no *chat* do site Psiu, o então editor do Globo Esporte, Sidney Garambone, foi questionado por um internauta sobre o fato de o programa atualmente ter muita "gracinha" e pouco jornalismo. O jovem espectador se dizia fã do programa e lamentava que o GE estivesse perdendo suas características jornalísticas. O jornalista e editor respondeu: "Tentamos mesclar os dois porque só o 'futebolês' afasta o público que não é tarado por bola". (GORITO, 2008, p. 47)

A busca por um público mais diversificado, ampliando desta forma a audiência, é uma resposta que explica a diversidade de quadros (nome que se dá a um tipo de material que é apresentado freqüentemente no programa) que foram lançados na sua gestão à frente do Globo Esporte. Muitos deles nascidos num papo informal na redação ou após o programa, no almoço entre os profissionais que trabalham na editoria de esporte. Um exemplo: o "Gato-mestre", um quadro que mostrava um gato que através de uma animação falava com "propriedade" sobre todos os assuntos relacionados ao esporte, e que fazia alusão aos profissionais de tv que sempre diziam que sabiam de tudo, de todos os atletas, que conheciam todos os esportes. Da brincadeira de redação para as telas do Globo Esporte. Era assim que o personagem aparecia no programa, sempre mais esperto que os demais, sempre mais "dono da verdade". Mas havia outros:

> Um dos destaques do programa, em 2003, foi o personagem Pitaco, um bonequinho mordaz que aparecia no canto do vídeo, erguendo placas onde se lia: "mentira", "ninguém merece" etc. Nesse mesmo ano, a equipe do programa também criou a mascote Raposinha, com o bordão: "ninguém me pega". O personagem fazia alusão à liderança do time do Cruzeiro no Campeonato Brasileiro, já que o símbolo do time mineiro era uma raposa. (MEMÓRIA GLOBO, 2012, p. 48)

Longe de dizer com isso que só neste período o humor teve relevância no programa, mas que talvez seus gestores tenham pecado pelo excesso. Hoje em dia, quadros curiosos como o do "Inacreditável Futebol Clube", que ironiza jogadores que perdem gols quase impossíveis de serem perdidos (criaram até um time ficcional e um uniforme, onde a diversão

da produção do programa é fazer o jogador que deixou de marcar o gol feito vista a camisa e faça parte do elenco) ou o "Cafezinho do Escobar", um quadro em que o apresentador do Globo Esporte visita alguns locais da cidade e recebe, num pequeno cenário de mesa e cadeira, os torcedores para bater um papo descontraído e falar de futebol, também retratam situações divertidas, unindo informação e entretenimento.

A abrangência do programa esportivo é também uma característica importante a ser discutida. O Globo Esporte é exibido no Estado do Rio de Janeiro e no restante do país, mas não de forma homogênea. Durante muito tempo, a equipe de jornalismo do Rio gerou seu conteúdo total para as diversas capitais do país, mas atualmente, São Paulo, Porto Alegre, Florianópolis, Fortaleza, Recife, Curitiba e Salvador têm sua edição local, apresentada e montada com sua própria equipe de redação. As demais localidades recebem uma edição que é feita no Rio de Janeiro, para depois ser gerada.

Mais de trinta profissionais trabalham diariamente, entre a redação e o estúdio de apresentação, para colocar o Globo Esporte no ar, são editores de texto, editores de imagem, coordenadores, produtores, chefe de reportagem, apresentadores, diretores de tv, sonoplastas, assistentes de estúdio, câmeras de estúdio, etc. Isso sem contar com os repórteres e repórteres cinematográficos que não são exclusivos do programa, mas que rotineiramente fazem matérias para serem exibidas no G.E., além de engenheiros, técnicos de informática, eletricistas, artistas gráficos e mais alguns outros profissionais, que por detrás das câmeras são tão importantes no processo como qualquer outro.

Em média, nos 20 minutos de produção do Globo Esporte que vai ao ar, a audiência do programa que é exibido no Rio de Janeiro é mais voltada para um público acima dos 25 anos: cerca de setenta por cento da sua audiência. A classe social que mais assiste é a C, seguida de perto pela B. Sobre o gênero do público-alvo, houve um aumento considerável de mulheres nos últimos anos e hoje há quase um equilíbrio entre os dois sexos na preferência pelo programa[6].

Dentro desta perspectiva, há uma tendência de estratégia de marketing da emissora de buscar atingir um público mais jovem, até os vinte anos, para oxigenar a audiência, renovando seu universo de receptores, inclusive aqueles que já fizeram parte do público do programa e hoje estão mais voltados para as mídias sociais e outros tipos de entretenimento.

---

[6] Dados retirados da pesquisa encomendada pela Tv Globo *in* GORITO, Andréia. Dissertação de Mestrado: *Jornalismo esportivo e audiência feminina: a recepção do programa Globo Esporte e os sentidos produzidos por universitárias do Município de Cabo Frio (RJ)*, UERJ, 2008.

Isso se percebe de tal modo, que corriqueiramente, entre uma matéria e outra, os apresentadores convocam o telespectador para uma visita à página do programa no *site* da Globo ponto com, numa proposta de fazer a exibição do Globo Esporte se estender, sair da tela que é postada diante do sofá e seguir com o torcedor por onde quer que ele vá e carregue consigo um celular com internet, um *iphone*, ou outro aparato multimídia conectado com o mundo digital. É o aproveitamento na mobilidade pessoal e dos recursos tecnológicos em benefício da relação produto-audiência.

É claro que não tentei contar uma história de mais de trinta anos em seis páginas de texto corrido, mas nem a intenção era essa, e sim, de fazer uma pequena configuração do objeto de pesquisa que vai mais analisado daqui pra frente. Para tanto, analisaremos através de três vertentes propostas – filosofia, comunicação e sociologia do esporte – algumas matérias exibidas no Globo Esporte, nos anos de 2011 e 2012, sendo que o olhar filosófico estaria sempre por atravessar os outros dois.

Vale salientar que não será respeitado o número de matérias exibidas normalmente no programa, nem no total nem em cada bloco, como também não haverá a preocupação com o tempo de exibição das mesmas, para que a soma na grade de programação chegue aos 30 minutos no ar. Também a ordem cronológica de exibição nos anos de 2011 e 2012 não será seguida. Reportagens, artes e quadros foram escolhidos como exemplos para a discussão a ser feita, sem que o conceito exposto não esteja unicamente ligado a esta ou aquela matéria.

2 QUANDO A FILOSOFIA ROLA A BOLA

Para de início estabelecer uma relação bem próxima com aquilo que pretendo debater, tomo logo emprestado um conceito que Deleuze e Guattari utilizaram: “máquina de guerra”, como uma espécie de sinônimo para as linhas que escreverei. Isso porque fugindo da força do modelo do Estado, da sua intenção coercitiva e suas hastes controladoras, devemos seguir um caminho nômade no pensamento, que nos permita a reflexão e uma reinvenção em nossa vida. E até que, mesmo convivendo com a lógica dos aparelhos repressores e controladores, possamos escorregar pelos atalhos criados num território liso. “Colocar o pensamento em relação imediata com o fora, com as forças do fora, em suma, fazer do pensamento uma máquina de guerra” (DELEUZE ; GUATTARI, 2000, p.38).

É dessa forma que esta análise dá seu pontapé inicial, buscando assistir ao objeto de pesquisa através de outro olhar. Tentando encontrar alternativas, ainda que incertas, para não ser sumariamente engolido ou absorvido, mais uma vez, pelo organismo solidificado e constituído do regime que nos impõe regras sem que percebamos, que nos agencia diariamente, que nos limita por entre falsas liberdades.

E utilizando pensamento como um poder, rompe-se com a rotina pré-estabelecida que o produto audiovisual em questão realiza há tempos. Estaremos assim, fazendo uma nova leitura do mesmo, desta vez sob o olhar filosófico, provocando rachaduras no processo, aberturas por entre imagens, palavras, sons, intenções, costumes. Então vejamos:

2.1 A força do Ritornelo

O Globo Esporte começa e a vinheta de abertura do programa me remete a uma identificação pertinente, guardada na memória. As imagens de atletas expostas através de recursos gráficos se renovaram com o tempo, mas a musiquinha de poucos segundos tem origem em um tema que ultrapassa décadas, desde o seu início, no fim dos anos setenta. Apesar dos poucos instantes no ar, o som da vinheta provoca uma sensação de alívio, conforto, satisfação. É como se aquela música produzisse um refrão em minha mente, em um território sonorizado amplamente conhecido.

Eis o que vem à cabeça: um belo exemplo de outro conceito filosófico, o *ritornelo*[7], que Gilles Deleuze pega emprestado para gerar um entendimento diferenciado do termo musical. Sinônimo de refrão, estribilho..., o ritornelo é uma volta, um retorno. Para ser mais audacioso, uma possível volta ao lar ou a um lugar parecido com o lar; o encontro com um *ethos*, que em grego significa morada.

> Uma criança no escuro, tomada de medo, tranquiliza-se cantarolando. Ela anda, ela pára, ao sabor de sua canção. Perdida, ela se abriga como pode, ou se orienta bem ou mal com sua cançãozinha. Esta é como o esboço de um centro estável e calmo, estabilizador e calmante, no seio do caos. (DELEUZE; GUATTARI, 2005, p.116)

E buscando no cotidiano, uma relação de proximidade com o conceito exposto por Deleuze e Guattari, curiosamente pode se perceber que no momento em que se canta uma música conhecida - seja qual for, de que gênero for – a probabilidade de que o refrão seja pronunciado em plenos pulmões é quase que total. Talvez porque haja uma relação de reconhecimento de quem canta, tanto da letra quanto da melodia, já a mesma se repete intencionalmente; e talvez porque esse fato promova uma relação entre a emoção de quem canta e o amparo adquirido com aquilo que está sendo cantado.

Bem próximo de um encontro, ou melhor, de um reencontro com algo muito familiar, me satisfaço com a melodia rítmica e ensaio um *bis*[8] antes que a apresentação das notícias comece de vez. É neste processo de 'curtição' que observo a marcação de território que o Globo Esporte promove em mim, num ritornelo realizado por ele e que se repete há décadas. Sinto-me confortável com a sonoridade da vinheta. O "pan, pan, nan, pan, nan, pan..." se expande numa atitude simbólica e eficaz.

Pode-se então dizer que a mesma sonoridade que surge para mim como representação de algo familiar, territorializa o espaço midiático, "empurrando para longe do controle remoto" a concorrência de outros canais de TV. A Globo, emissora em questão, delimita sensorialmente nossos territórios, num embate entre iguais pela audiência televisiva. É como se levantasse um muro de proteção ao redor e propusesse ao seu público uma parceria induzida. Ou seja, eu aceito que neste horário, a emissora finque a bandeira dela em meu espaço, em meu consciente, operando por territorialização[9]·.

---

[7] Termo que exprime ação de retorno. Aplicado na música como refrão.

[8] Termo musical que define "o cantar de novo", duas vezes. Disponível em: <http://www.meloteca.com/dicionario-musica.htm>. Acesso em: 27 jun. 2011

9 Em *Vida Capital, Ensaio* de *Biopolítica*, São Paulo, Editora Iluminuras, 2003, Peter Pál Perbart define territorialização como uma marcação de territórios, sejam eles físicos ou mentais e sociais.

Mas Deleuze explica também que o Estado e o capitalismo atual – leia-se grandes grupos empresariais nacionais e internacionais - operam através da desterritorialiação, ou seja, "forçam" o abandono do território, enfraquecendo seus habitantes, cidadãos, trabalhadores, para depois territorializá-los em um outro momento, em sua conveniência.

Diferentemente, segundo o próprio Deleuze, do sistema pré-capitalista que via no território um valor de dimensões superiores, quase "divinas", o território atual vai além de milhas, cercas, ou reinos; o território, que é o objeto de desejo do Estado e do Capital, não está sendo marcado mais por estacas e arames farpados, não é delimitado por mapas ditatoriais; ele é simbólico e até imaterial.

Mas, mesmo assim, como todo processo que se constroí através de multiplidades, há na também desterritorialização uma ação criativa, capaz de realizar um novo espaço a ser construído, que foge à regra imposta. Ou seja, quando pensamos de forma criativa, sem repetir fórmulas ou nos repetir enquanto seres automatizados, estamos desterritorializando, rompendo com um território já existente, promovendo alternativas.

Desta forma, percebemos que estamos sempre territorializando ou desterritorializando, não só em terras sólidas como em campos psicológicos, emotivos, inconscientes e por que não dizer em objetos de desejo e pretensão.

> Nunca desejamos uma só coisa, desejamos sempre um conjunto de coisas. Por exemplo uma mulher não deseja apenas um vestido, mas deseja também pessoas olhando para ela, deseja uma festa onde possa usar o vestido, deseja uma cor, uma textura; um músico não deseja apenas um bom instrumento, ele quer harmonia, sonoridade, uma platéia, um lugar, etc. Dessa forma, um desejo vem sempre agenciado. (HAESBAERT; BRUCE, 2002, p. 11)

No texto de Haesbart e Bruce encontramos uma alusão ao termo empregado por Deleuze: agenciamento, que para o autor francês se divide em dois. O primeiro é o agenciamento coletivo de enunciação, que se refere aos signos e aos enunciados. Mas não é simplesmente o enunciado que expressa de forma absoluta aquilo que se quer dizer como os estruturalistas defendem, mas todo o coletivo que o envolve, todas as manifestações estas que o abraçam e o auxiliam no significado, como recorre Deleuze à pragmática[10]. Desta forma, o motivo, o local, os personagens, tudo constrói uma enunciação.

Com esta análise, Deleuze e Guattari em "Mil Platôs, volume 2", em uma debate sobre os postulados da linguística, destacam o caráter polifônico do enunciado, de forma contrária

[10] Parte da linguística que estuda a linguagem dentro do contexto que utilizado na comunicação.

ao pensamento estruturalista de Ferdinand de Saussure[11], que defende a unicidade da palavra. Mas fazem uma correlação ao que o linguista russo, Mikhail Bakhtin, já havia teorizado sobre o discurso e sua multiplicidade de vozes. Para Bakhtin, até na contemplação de uma obra de arte, o contemplador passa a ser não só um consumidor, como também um coautor. Percebe-se então que as vozes múltiplas ressoam não somente no estado de criação, de imanência[12], como também nas etapas posteriores.

Sem me estender muito, mas apenas para pincelar a teoria bakhtiniana, eis uma análise de Bakhtin sobre a questão da linguagem do romance. "Se destruirmos todas as aspas de entonação, todas as divisões de vozes e de estilo, todas as diferentes distâncias das linguagens que são representadas a partir do discurso direto do autor, então nos teremos um conglomerado absurdo e sem estilo das diversas formas estilísticas e linguísticas. Não se pode colocar a linguagem do romance em um único plano, entendê-la numa única linha. Trata-se de um sistema de planos que se entrecruzam" (BAKHTIN, 1998, p. 370). Seriam as várias camadas ou platôs que Deleuze expande para outras áreas.

> O discurso direto é um fragmento de massa destacado, e nasce do desmembramento do agenciamento coletivo; mas este é sempre como um rumor onde coloco meu nome próprio, o conjunto das vozes concordantes ou não de onde tiro minha voz. (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p.23)

Ainda com relação ao agenciamento, Gilles Deleuze define que há também um segundo tipo: o agenciamento maquínico dos corpos, que nada mais é do que a mistura de corpos de uma sociedade, corpos humanos, animais. E isso não se refere ao ato sexual, ao contrário, também está nas relações de trabalho da natureza e do homem, como o autor diz: do trabalhador feudal e da terra a ser lavrada, do cavaleiro e do cavalo a galopar. A combinação ou não destes agenciamentos proporciona a criação de territórios.

Mas engana-se quem pensa que territorializar é próprio dos homens. Se formos utilizar a etologia[13], veremos que a maioria dos animais são territoriais. Territorialização através de sentido olfativo, através de um cantar de pássaros que marcam seus territórios, como o próprio menino que cantarola sua música ou a vinheta do Globo Esporte; ou ainda de outra espécie de pássaro que faz da arte uma marcação de território.

---

11 Linguista suiço que propôs que o estudo da linguística fosse chamado de semiologia.
12 Termo que Deleuze e Guattari definem como estado que transcende a realidade humana referente ao processo criativo.
13 Parte da biologia que estuda o comportamento dos animais.

> O pássaro Scenopoietes dentirostris estabelece suas refêrencias fazendo, toda manhã, caírem da árvore folhas que ele cortou, virando-as em seguida do lado inverso, para que sua face interna mais pálida contraste com a terra: a inversão produz uma matéria de expressão. (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p.122)

Os ritornelos marcam os territórios. Ritornelos dos guerreiros que cantam hinos antes das batalhas, que talvez os levem à própria morte; e – pegando o gancho esportivo do programa sendo analisado – entendo que as diversas músicas propagadas nos estádios de futebol antes e durante os jogos, num duelo psicológico de força e capacidade, também se encaixam no conceito. Torcedores marcam um território físico e moral com bandeiras e canções, gritos e cânticos que enaltecem sua equipe e depreciam a adversária. Por vezes, dependendo do adversário ou do momento, muda-se a canção, mas o ritual é o mesmo.

Antes de analisarmos as matérias escolhidas do Globo Esporte, cabe também discutir um outro conceito agregado ao ritornelo e sob o aspecto dessa vertente territorial. É o processo de *reterritorialização*, que segundo Deleuze e Guattari é busca pela recuperação de um território que você já conheceu. Não o mesmo território, mas de algum outro que contenha características que o territorializante o reconheça como tal.

Só que neste movimento de reconstrução de um território, em muitas das vezes, não há êxito. Um exemplo dentro do futebol é a fundação do time paulista, hoje conhecido como Sociedade Esportiva Palmeiras[14], e que na criação teve o nome de Palestra Itália, devido à grande parte de seus fundadores e associados serem de origem italiana, residentes no Brasil.

Com a instauração do clube, havia a pretensão de proporcionar um resgate das tradições italianas em solo brasileiro, com forte influência da colônia que se estabeleceu no Estado de São Paulo. Mas com o passar do tempo, tanto o nome quanto alguns rituais foram se perdendo, se transformando, adaptando-se à realidade brasileira, por influências políticas ou sociais, apesar de ainda hoje alguns descendentes de italianos e, por que não também italianos de origem, tentarem proteger as tradições da “terra da pasta” para dentro dos portões do clube.

> O trabalho de demarcação dos ritornelos existenciais não concerne apenas à literatura e às artes. Também encontramos essa eco-lógica operando na vida cotidiana, nos diversos patamares da vida social e, de forma mais geral, a cada vez que está em questão a constituição de um Território existencial. (GUATTARI, 1990, p.29)

[14] O clube foi fundado no dia 26 de agosto de 1914 com o nome de Palestra Itália. Em 1942 mudou de nome por um decreto do presidente Getúlio Vargas que proibia em entidades nomes que se relacionassem a países do eixo Alemanha-Itália-Japão. Fonte: http://www.palmeiras.com.br/conteudo/?categoria=Nossa%20Hist%F3ria&menu=Hist%F3ria, Acesso em: 21 jan. 2013.

O texto acima de Félix Guattari serve-me como um portal que, se por um lado conclui o conceito anteriormente exposto, abre para esta dissertação um outro que o próprio autor redesenha em "*Três Ecologias*" [15] - uma espécie de manifesto político que Guattari escreve no fim da década de 80, olhando o futuro das relações políticas e sociais que estavam por vir -, e que será analisado no próximo tópico.

2.2 **Os campos da ecologia**

Há em jogo sempre muita tradição, que algumas vezes cai por terra quando o time perde uma partida decisiva, e aí se segue o desespero e angústia por parte de alguns torcedores, e até mesmo revolta. Em outras, quando o mesmo fato acontece, os torcedores ao invés de vaiarem ou chorarem, aplaudem a luta de sua equipe apesar da derrota, como se desterritorializassem para depois se territorializarem novamente, numa espécia de linha de fuga (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p.11), uma abertura no sistema fechado, não-rizomático[16].

Entre as diversas possibilidades de escolha, a primeira matéria analisada é a do dia 27 de junho de 2011 e ela se assemelha mais ao primeiro exemplo dado. Apesar do "bom dia" simpático e habitual do apresentador, a reportagem de abertura desta data segue por uma linha diferente. Em um tom sério e compenetrado, Alex Escobar fala do resultado de uma partida de futebol, na qual um time argentino, o River Plate, de muitas histórias e vitórias, havia empatado em 1 a 1 com o Belgrano, equipe também de Buenos Aires, no estádio Monumental de Nuñez, e que a conseqüência disso seria, no ano seguinte, ter que disputar uma divisão inferior da atual, ou seja, o River Plate fora rebaixado no campeonato de seu país.

Mas além da reportagem mostrar o jogo em si, também exibiu a revolta dos torcedores deste time, com tumultos e confusões, dentro e fora do estádio. Atos criticados na apresentação da notícia e no decorrer da própria matéria jornalística. Crítica que encontra coro em grande parte do público, ainda mais por se tratar de apenas uma disputa futebolística. Vale ressaltar que não foi uma atitude única, de parte de um grupo de torcedores que não aceita perder. Imagens semelhantes e até piores já foram vistas em várias partes do mundo, inclusive

15 Confira GUATTARI, Félix, 1990, p.29.

[16] G. Deleuze busca na botânica a definição de rizoma como um sistema aberto. Ele utiliza o termo para expressar que neste rizoma os conceitos não estão prontos e acabados, eles se renovam. Gilles Deleuze e Félix Guattari. *Mil Platôs, Capitalismo e Esquizofrenia, Volume 1*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995. p 13-15.

no Brasil. É só lembrar o jogo entre Coritiba e Fluminense pela última rodada do Campeonato Brasileiro de 2009[17], quando o time paranaense também foi rebaixado, e o Estádio Couto Pereira, no Paraná, virou palco de uma batalha campal.

A utilização de um mau uso de algumas ideias contrárias ao sistema normativo poderá levar alguém a dizer que a atitude destes torcedores rompe com a regra geral e tenta instaurar o caos, que isso poderia ser um novo modelo, uma saída para esta estrutura organizada, aquilo já dito anteriormente e conceituado por Deleuze e Guattari como linha de fuga.

Mas o que se nota quando se examina mais a fundo é que este foco de revolta, nada tem a ver com uma resistência ou ainda uma revolução molecular[18], já que é um fato isolado e sem consistência. Ou ainda, possui a consistência errônea formulada muita das vezes pelo próprio meio de comunicação, que na busca por uma audiência maior, por contratos milionários, promovem uma rivalidade entre simples clubes de futebol, e fazem de um jogo uma batalha, um espetáculo grotesco, que sai das quatro linhas e que invade a arquibancada, as ruas, os lares. Essa rebeldia em nada sugere uma manifestação por melhores condições de trabalho, por saúde, emprego, educação, dignidade.

Segundo Félix Guattari, a problemática pela qual passa a humanidade, que tem que ser revista e solucionada rapidamente, é muito mais ampla do que uma visão ambientalista. O grave entrave ecológico, do qual sugere o autor, é também social e mental. Há uma crise moral nos laços que nos unem. Vivemos o fantasma real de um efeito estufa nas relações de trabalho, familiar, entre amigos.

> Uma finalidade do trabalho social regulada de maneira unívoca por uma economia de lucro e por relações de poder só pode, no momento, levar a dramáticos impasses – o que fica manifesto no absurdo das tutelas econômicas que pesam sobre o Terceiro Mundo e conduzem algumas de suas regiões a uma pauperização absoluta e irreversível [...] (GUATTARI, 1990, p.8)

Guattari aponta para um desmatamento noviço não só em grandes reservas verdes do planeta, mas concomitantemente na vida social e na mente dos trabalhadores, uma mão de obra imaginativa e criativa. “A recusa a olhar de frente as degradações desses três domínios, tal como isto é alimentado pela mídia, confina num empreendimento de infantilização da opinião e de neutralização destrutiva da democracia.” (GUATTARI, 1990, p.24).

---

[17] Coritiba 1 x 1 Fluminense, pela 38ª rodada do Campeonato Brasileiro, em 6/12/2009. Fonte: <http://globoesporte.globo.com/Esportes/Futebol/0,,CCF30696-9825,00.html>. Acesso em: 21 jan. 2013.

[18] Segundo Félix Guattari, revoluções moleculares são focos de resistência em grupos sociais menores. GUATTARI, Félix. *Micropolítica – Cartografias do Desejo*, Petrópolis: Vozes, 1985.

A infantilização que o autor cita vem descarregada nos tipos de produtos que nos são apresentados diariamente pelos meios de comunicação, principalmente os televisivos, como novelas, programas de auditório, reality shows, que pouco acrescentam e que nos ocupam grande parte do cotidiano.

No livro "Sobre a televisão", Pierre Bourdieu descreve a força da banalização de assuntos nos meios de comunicação e a busca pela audiência como desculpa para a realização de produtos de baixa qualidade, longe de qualquer proposta conscientizadora ou, quiçá, renovadora. Desta forma, a televisão é "um formidável instrumento de manutenção da ordem simbólica"(BOURDIEU, 1997, p.20).

Para Bourdieu, o engodo vai além. Na televisão, segundo o autor pode-se ocultar, mostrando. Ou seja, mostrar o que é preciso mostrar, mas de uma forma que o que seria importante informar ao público passe como segundo plano. É não deixar os espaços vazios, ocupando-os com aquilo que é de interesse do sistema.

> Ora, o tempo é algo extremamente raro na televisão. E se minutos preciosos são empregados para dizer coisas tão fúteis, é que essas coisas fúteis são de fato muito importantes na medida em que ocultam coisas preciosas. Se insisto nesse ponto, é que se sabe, por outro lado, que há uma proporção muito importante de pessoas que não lêem nenhum jornal; que estão devotadas de corpo e alma à televisão como fonte única de informações. (BOURDIEU, 1997, p.23).

É um vazio preenchido que continua vazio. Uma estratégia para se manter ocupado com algo que não impulsiona, não se move, ou só se move sob a vontade dos realizadores. Uma força que vem não somente dos meios de comunicação, mas de todos os meios de produção e de controle regidos não mais por um país ou grupo de países, mas, segundo Guattari, por um capitalismo pós-industrial que ele chama de CMI, Capitalismo Mundial Integrado. E completa o raciocínio com a opção de que devemos nos desintoxicar do discurso sedativo dos meios de comunicação. E dá a dica: "Só uma articulação ético-política – a que chamo *ecosofia* – entre os três registros ecológicos (o do meio ambiente, o das relações sociais e o da subjetividade humana) é que poderia esclarecer convientemente tais questões"(GUATTARI, 1990, p.12).

Deixando claro um sentimento alentador, de esperança, e de, agora sim, desviante como as linhas de fuga, o autor afirma que o rock dos anos 60, 70... e até o hip hop das últimas décadas são uma espécie de produção de singularidades[19]. Estes fogem do sistema

[19] Singularidade é o termo que Gilles Deleuze define como algo que reside na gênese do indivíduo. Uma potencialidade livre e autônoma.

que exerce o domínio e o poder e são assim maneiras de encontrar um desvio. A questão é que na maioria das vezes, essas expressões renovadoras após um período de descoberta e divulgação são quase sempre absorvidas pelo capital, passando a existir sob o formato serial.

Essa desintoxicação ou busca por antídotos será mais bem debatida mais adiante, mas é preciso perceber desde já a importância de tomar para si os rumos da história através dos mesmos mecanismos que hoje são mais de *imposição* e opressão do que de pontos de fuga. "... a evolução tecnológica da mídia, em particular sua miniaturização, a diminuição de seu custo, sua possível utilização para fins não capitalísticos". (GUATTARI, 1990, p. 47).

Para Félix Guattari não há como simplesmente negar tudo que está por aí, as máquinas de produção de subjetividade, e começar de um ponto anterior, cristalino, pois a humanidade caminhou pra frente, com erros e acertos.

> A ecologia social deverá trabalhar na reconstrução das relações humanas em todos os níveis, do socius. Ela jamais deverá perder de vista que o poder capitalista se deslocou, se desterritorializou, ao mesmo tempo em extensão [...]. Assim sendo, não é possível pretender se opor a ele apenas de fora, através de práticas sindicais e políticas tradicionais. (GUATTARI, 1990, p.33)

E se o ataque de fúria dos torcedores argentinos, brasileiros, ou de outras nacionalidades é em parte consequência dessa degradação social que a mídia vem ajudando a promover, devemos então iniciar um novo processo de desterritorialização, desta vez singular. Não para incitar a violência gratuita, despropositada, em estádios de futebol, mas a indignação que marcará seus espaços na sociedade, desta vez com a capacidade de promover transformações profundas na natureza humana.

2.3 **O poder sobre o jogo... da vida**

O poder que os meios de comunicação exercem sempre mereceram páginas e mais páginas de discussão, olhares e questionamentos atentos de vários autores. É o instrumento de que o Estado se utilizou por diversas vezes para exercer controle sobre a população, sobre o público-alvo, seja ele de que país for.

E a televisão co-exerce este poder. Ela produz sensações, desejos, angústias. Muitas das vezes define nosso comportamento, o ato de vestir, de falar, de exercer a cidadania. Os produtos exibidos nas propagandas traçam projetos de vida que modelam nosso dia-a-dia.

Passamos a ser o que compramos, o que vestimos, o que consumimos. Vislumbramos atitudes diante da tela que anestesiam e passam a reger influências nos modos de ser e estar, principalmente através da publicidade veiculada.

A segunda matéria escolhida mostra outro assunto relacionado ao futebol. Ela é do dia 28 de setembro de 2011. Em um bate-papo, apresentador e repórter, falam dos preparativos da seleção brasileira de futebol para a disputa do segundo jogo de um torneio internacional, a Copa Rocca, contra a Argentina, que será disputado em Belém, norte do país. Na primeira partida, houve um empate em zero a zero.

Chamado de "Superclássico", o jogo tem uma chamada carregada de entusiasmo e esperança por uma boa exibição do time brasileiro (que depois se confirmou com a vitória por 2 a 0 com gols de Neymar e Lucas). Um estilo de cobertura que se repete, diariamente, explorando elevar sempre o moral do telespectador. Quem assiste ao programa tem a certeza de que não poderá deixar de ver o jogo da seleção, pois perderia um espetáculo à parte.

Aqui podemos tratar de algumas teoriais comunicacionais. A primeira é a do agendamento, ou como os autores preferem chamar: *agenda setting*. "A teoria do agendamento defende a ideia de que os consumidores de notícia tendem a considerar mais importantes os assuntos que são veiculados na imprensa, sugerindo assim que os meios de comunicação façam um agendamento de nossas conversas. Ou seja, a mídia nos diz o que falar e pauta nossos relacionamentos." (PENA, 2005, p. 142). É como se marcassem no nosso modo de viver: datas, horários, eventos, histórias e personagens.

E quem sugere isso? Quem tem este poder? Quem escolhe entre esta ou aquela notícia? Essas questões nos remetem à analise feita anteriormente sobre o *Infotenimento*, sobre a escolha por notícias mais atraentes, que parte do editor-chefe de cada veículo de comunicação. Então percebemos outra teoria encontrada nos livros de comunicação: a do *gatekeeper*, ou do porteiro (TRAQUINA, 2004, p.160), referente ao profissional de jornalismo que deixa passar esta ou aquela informação, sob seu julgamento, que tem o poder de escolha tendo em vista alguns valores que os fatos carregam com eles. O jornalista, enquanto editor ou repórter, faz isso sim, decide, mas quase sempre sob a orientação de alguém em um posto superior na hieraraquia da empresa, pois fatores comerciais e políticos são levados em consideração corriqueiramente nas instituições comunicacionais do grande mercado.

É um poder de decisão, autônomo, capaz de mobilizar atitudes e até de enfraquecer mudanças, poder de discussão sobre um assunto até esgotá-lo. Ou então o de isolar o indivíduo, que não o aceita como regente de sua vida, mas que acaba cedendo e levando o pensamento junto da maioria (PENA, 2005, p. 156). Um poder que Foucault chamou de biopolítica, como explica Peter Pál Perbart.

> O termo biopolítica foi forjado por Foucault para designar uma das modalidades de exercício do poder sobre a vida [...]. Biopolítica designa pois essa entrada do corpo e da vida, bem como de seus mecanismos, no domínio dos cálculos explícitos do poder, fazendo do poder-saber um agente de transformação da vida humana.(PERBART, 2003, p.24)

E é através também da mídia, que a nossa sociedade se espetacularia, cria grandes ilusões e por que não dizer vive um mundo fabricado para ela, um espaço ficcional (RANCIERE, 2005). Sempre embevecida de informações, imagens, histórias, sonoridades, tramas, sensações.

Passamos a vida a receber esta produção em escala industrial. Este acúmulo de conteúdo recebido, por todos os lados, ao longo da nossa existência - inclusive pela potência inventiva de cada um de nós, num processo de singularização – é o que chamamos de *produção de subjetividade*, e que Deleuze bem define: "A subjetivação é a produção dos modos de existência ou de estilo de vida". (DELEUZE, 2000, p. 142).

Como força que vem de fora, a mídia esportiva faz este papel. Seja na compra pela nova camisa da seleção, seja no estilo de corte do cabelo deste ou daquele jogador (aqui vale mencionar a serialização no estilo transmitido pelo atacante Neymar, atualmente no Santos, seja no corte de cabelo como uma crina de cavalo, seja no boné, precisamente jogado para trás) uma força invisível age sobre o comportamento do telespectador, incitando-o a uma atitude que não teria se não fosse a exposição do meio, do poder da máquina midiática, que produz subjetividade de massa.

É como se não pudéssemos lutar ou nos entregamos em consenso, já que a força exercida, contrária a nossa, é muito maior e eficaz. E a partir daí, nos curvamos, aceitamos. Em seu artigo, "As dobras do poder" (AUTOUN, 1991), o escritor Henrique Autoun[20] simplifica essa relação de força, com um embate ilustrativamente físico: "Aquele que dobra é o senhor, o dominante, e o que é dobrado o escravo, o dominado". Desta maneira, o mais fraco adquire o que lhe é enviado e isso passa a fazer parte de sua vida, até que outras

[20] Henrique Antoun é Doutor em Comunicação pela ECO/UFRJ.

subjetividades possam ser impostas. Ou, quando de forma singular, promove-se uma resistência, como veremos mais adiante.

2.4 **As lentes do controle**

A terceira matéria, exibida no Globo Esporte, e pinçada para análise nos remete a esse estado de vigilância coletiva. No dia 20 de julho de 2012, o programa colocou no ar uma matéria que falava da vitória do Fluminense sobre o Bahia por 4 a 0, no estádio do Engenhão, pelo Campeonato Brasileiro, mas a tônica da reportagem narrava o recorde de gols do atacante Fred defendendo a camisa do tricolor carioca. Neste jogo, ele marcou dois gols, chegou aos quarenta e quatro, e passou a ser o recordista de gols do Fluminense em campeonatos brasileiros.

Para que a notícia fosse dada especificamente com este enfoque, com auxílio de diversas câmeras, mostrando o atacante do Fluminense como personagem daquele jogo – pedindo a bola, errando passes, gesticulando, conversando com o juiz e companheiros, fazendo os gols - foi necessário um planejamento de cobertura e transmissão que o Globo Esporte contou por fazer parte de um grupo de emissoras correlatas à TV Globo. E para que isso seja melhor entendido pelo leitor, vale a explicação detalhada do processo, deixando claro que há uma diferenciação do mecanismo de transmissão de eventos esportivos e o programa em questão, mas que o segundo se beneficia pelo fato de fazer parte da emissora que detém os direitos de transmissão.

É neste jogo da reportagem jornalística esportiva para a TV, onde áudio e vídeo se completam e sobressaem, de acordo com a ocasião e a intenção de quem comanda a produção, pode-se perceber que a cobertura dos eventos esportivos ganha muito destaque na tela da sala. Desde as transmissões das partidas de futebol - de campeonatos regionais às nacionais, de jogos amistosos às competições fora do Brasil – passando por torneios de tênis, jogos de basquete, voleibol, disputas de natação, judô, hipismo, etc. O telespectador do Globo Esporte sabe então que vai encontrar em cada reportagem realizada uma riqueza de detalhes, de imagens únicas expostas nas partidas televisionadas, principalmente porque além dos eventos

transmitidos na própria TV Globo, em rede aberta, a emissora também utiliza toda a cobertura de canais fechados do sistema Globosat, no caso os canais Sportv, Sportv2 e os do Premiere.

Desta forma, a qualidade por excelência na transmissão dos eventos se faz tão necessária quanto a reportagem do mesmo a ser exibida no programa. Então, o que se percebe é a possibilidade de uma matéria jornalística recheada de alternativas, visões diferentes, conseguidas através das lentes das diversas câmeras espalhadas em cada acontecimento esportivo transmitido de interesse da audiência.

Para exemplificar, em média, uma partida de futebol, de bom apelo de público, transmitida em uma emissora de televisão como a TV Globo possui cerca de treze câmeras espalhadas pelo estádio. Eis uma organização prévia: uma câmera que fica no alto, próximo às arquibancadas, centralizada, transmitindo o jogo em plano geral (mais aberto); uma câmera um pouco mais abaixo, mais fechada, que trabalha também como câmera de segurança, caso a anterior sofra algum defeito; três câmeras localizadas no nível do gramado, revelando imagens mais detalhadas, em planos mais fechados. Podem estar situadas em trilhos ou acopladas ao corpo do cinegrafista. Duas câmeras atrás dos gols: são as gruas. Duas câmeras situadas também no alto das arquibancadas, cada uma captando imagens de um lado do campo: são as câmeras de impedimento. Uma câmera fica em sentido oposto ao da transmissão, situada à beira do gramado: chamada de câmera invertida. Duas outras câmeras são soltas, sem posição fixa, que servem para atender as equipes de reportagens, com entrevistas ocorridas antes, durante e depois do jogo. E outra situada na cabine de transmissão, utilizadas pelo narrador e pelos comentaristas. É claro, que ainda se pode ter câmeras soltas nas arquibancadas, microcâmeras presas nas balizas, nos túneis de entrada dos jogadores em campo, presas por fios, suspensas sob o gramado, ou até lá do alto, posicionadas em um dirigível, entre outras.

A estratégia é clara: proporcionar ao telespectador tantos detalhes do jogo que serão capazes de fidelizá-lo enquanto audiência. A ideia é fazer o torcedor pensar que pode assistir ao jogo despreocupado, porque não vai perder nenhum lance, pois segundo a emissora o que ocorrer de melhor e mais importante vai ser exibido.

Mas também deve se estabelecida aqui uma questão. Com a diversidade de câmeras há ainda uma intenção de reger um controle sobre o espetáculo em si, sobre os atores do evento: jogadores, árbitros, técnicos e por que não dizer, sobre a torcida que assiste e que participa com suas coreografias, vaias e aplausos, como já visto anteriormente. Assim, um instante da

partida poderá escapar do árbitro ou de seus auxiliares, que tem a função de manter a ordem durante a partida, mas dificilmente irá passar despercebido pelos inúmeros olhos tecnológicos situados em pontos estratégicos.

Vem então de volta o conceito de “sociedade de controle”, caracterizada por uma atmosfera observadora e delimitadora de ações, através de uma vigilância múltipla. O que Lins e Bruno atualizam na explanação abaixo:

> Vivemos em um mundo em que somos diariamente estimulados a vigiar o outro, o estranho, aquele que se diferencia, que se desconhece. O anonimato transformou-se em uma força ameaçadora. Estimula-se a vigiar o estranho mas também a vigiar maridos e esposas, crianças, trabalhadores, colegas de trabalho; o voyeurismo midiático tornou-se norma cultural contribuindo enormemente para que essa prática se normalizasse em outros campos sociais. (LINS; BRUNO, 2010, p.213)

Uma vigilância atenta e observadora, capaz de descrever em uma matéria jornalística para o Globo Esporte se o atleta de um time jogou bem ou mal, se o técnico falou palavrões à beira do campo, se o árbitro errou, se a bola entrou. Assim, é construída na maioria das vezes a reportagem: dando destaque a imagem única, reveladora, engraçada ou agressiva.

Essa sociedade que se apresenta como controladora e controlável é uma etapa posterior àquela que Foucault define como “disciplinar”, própria dos séculos XVII e XVIII, onde a escola, os hospitais, a fábrica exerciam uma função de dar “forma” aos indivíduos, desmobilizando a ação policial e ordenação pela imposição de força. E inclusive, possuindo uma visão altamente voltada para o sistema capitalista, pois cidadãos organizados e disciplinados correspondem a uma mão de obra que produz mais.

> As disciplinas substituem o velho principio "retirada-violência" que regia a economia do poder pelo principio "suavidade-produção-lucro". Devem ser tomadas como técnicas que permitem ajustar, segundo esse princípio, a multiplicidade dos homens e a multiplicação dos aparelhos de produção (e como tal deve-se entender não só "produção” propriamente dita, mas a produção de saber e de aptidões na escola, a produção de saúde nos hospitais, a produção de forca destrutiva com o exército). (FOUCAULT, 1987, p.180)

Disciplinas estas apresentadas nas regras dos jogos e que mesmo assim são transgredidas pelos atletas, muitas vezes, nos mais variados esportes. O Globo Esporte já exemplificou em várias matérias como a imagem captada pelas câmeras de transmissão mostrou a agressão do jogador ou a mão na bola, intencionalmente, e que em ambos os casos o quadro de árbitros em campo não percebeu. Em lances de pênaltis não marcados ou gols mal anulados, a equipe prejudicada reclama até hoje, mas em casos de agressão física, o

Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD), em inúmeras situações, pede à emissora que as imagens da transmissão sejam gentilmente cedidas para uma melhor avaliação dos juízes. E, na quase totalidade, os atletas ou treinadores que cometeram um abuso, um ato de violência física ou moral são punidos com rigor.

O que nos remete mais uma vez ao livro de Foucault, quando analisa, no capítulo 3, o panóptico de Bentham. “A máquina de ver é uma espécie de câmera escura em que se espinonam os indivíduos: ela torna-se um edifício transparente onde o exercício do poder é controlável pela sociedade inteira” (FOUCAULT, 1987, p. 171).

A ideia da torre sombria de vigilância que cerca, observa, censura, inibe, é estendida à imagem aberta de um campo vasto de visibilidade, onde todos se olham, se auto-controlam. Neste caso, conclui-se que além do próprio atleta se policiar, a sociedade faz este papel quando ele foge à regra do desporto ou da conduta moral, mesmo fora das cercanias do esporte. Isso porque também recai sobre os jogadores, principalmente, os do futebol, a atenção crítica e mordaz de torcedores que juntamente com os meios de comunicação tendem a limitar a vida privada de alguns atletas que defendem as cores do seu clube de coração.

Sem exercitar muito a memória, nos últimos anos, o excesso de caipsaquês do mesmo atacante Fred do Fluminense na noite carioca; a ida ao motel com travestis do ex-jogador Ronaldo Nazário; e as idas e vindas à favela do atacante Adriano, atualmente sem contrato, foram alvo de inúmeras notícias nos mais variados meios jornalísticos. E o Globo Esporte – peço licença para fazer um trocadilho - não fugiu a essa regra. O programa noticiou, às vezes recriminando atitudes por parte deste ou daquele personagem, às vezes “espetacularizando” através de chamadas insinuantes, entre um bloco e outro, numa estratégia de garantir audiência.

2.5 **O devir-ídolo**

A quarta notícia escolhida para análise vem do dia 28 de julho de 2011. Nela, a exaltação de um atleta. Um famoso jogador que vinha sendo criticado pela torcida e pela imprensa especializada, Ronaldinho Gaúcho, marcou três gols e contribuiu para que seu time (na época) vencesse a partida de forma emocionante. Com uma atuação empolgante, o jogador ajudou o Flamengo a derrotar, de virada (já que estava perdendo por 3 a 0), o time do

Santos por 5 a 4, em partida válida pelo campeonato brasileiro de 2011. As imagens e a narrativa da reportagem emocionam, levam o telespectador a um estado de plenitude, principalmente ao torcedor do Flamengo, time que Ronaldinho defendia. Consagrado como melhor jogador do mundo em anos anteriores[21], o atleta passa a ser novamente reverenciado, numa reconstrução da imagem de ídolo que já foi um dia.

Apesar de a partida ter sido definida por muitos especialistas como a melhor da competição, num encontro de dois grandes jogadores de duas gerações distintas – Ronaldinho e Neymar – a matéria em questão não é um caso isolado, não é um exemplo único. Os meios de comunicação vivem buscando personagens que nos servem de modelo, sejam artistas, atletas, políticos, cientistas, ou até mesmo, pessoas comuns, do nosso cotidiano, que são atores sociais do nosso tempo e que às vezes dividem a nossa calçada, ou a rua de terra batida. São os ídolos, pessoas capazes de serem seguidas por multidões em shows ou jogos de futebol.

Mas como definir melhor este ídolo? Uma resposta filosófica vem de Francis Bacon[22], que diz que o ídolo seria uma "ideia falsa de que devemos nos libertar" (JAPIASSU; MARCONDES, 1996, p.137). Será mesmo um simulacro audiovisual o que o meio de comunicação televisivo realiza constantemente, através das narrativas esportivas, enaltecendo jogadas e jogadores? Bem, na linguagem do meio jornalístico, ídolo é o atleta que permanece durante anos na história do clube, uma espécie de herói, eternizado na memória do torcedor como uma referência carregada de afetos. O conceito de ídolo-herói merece um estudo mais detalhado como veremos nas linhas a seguir.

A aura heróica que alguns jogadores possuem pode ser explicada através do conceito de mito[23] e pela definição mitológica deste personagem: "Herói é o nome dado por Homero aos homens que possuem coragem e méritos superiores, favoritos entre os deuses" (RUBIO, 2001, p. 87). Assim, herói seria um mortal acima de outros mortais e próximo das divindades do Olimpo.

---

[21] Ronaldinho Gaúcho foi eleito pela Fifa (Fédération Internationale de Football Association) o melhor jogador de futebol do mundo nas temporadas de 2004 e 2005.

[22] Francis Bacon (1561-1626) foi político, filósofo, natural da Inglaterra.

[23] Para DURAND, G. i*n Sobre a exploração do imaginário, seu vocabulário, métodos e aplicações transdisciplinares: mito, mitanálise e mitocrítica*, Revista da Faculdade de Educação da USP "mito é um relato que dispõe em cena personagens, situações, cenários geralmente não naturais (divinos, utópicos...) no qual está investido uma crença" *in* RUBIO, K. *O imaginário esportivo contemporâneo: o atleta e o mito do herói.* São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001, p 79.

Em alguns relatos míticos eram filhos de deuses com seres humanos. Na mitologia grega, por exemplo, Zeus teve como um de seus filhos, Perseu[24], de sua união com uma mulher terrena, Dânae.

Para Campbell, a questão mítica do herói vai além da mitologia grega ou romana e encontra uma força ainda presente na atualidade, indo além das histórias fantasiosas de lutas e vitórias contra monstros, de um período arcaico e de selvageria. “A moderna tarefa do herói deve configurar-se como uma busca destinada a trazer outra vez à luz a Atlântida perdida da alma” (CAMPBELL, 1995, p.373). Ao nos aproximar com o conceito, o autor deixa claro ainda que a maior vitória do herói é a vitória sobre si mesmo, quando ele se depara com sua fraquezas interiores e passa por provações, superando-as até se encontrar enquanto homem, cidadão, vitoriosamente herói.

De acordo com o sociólogo Ronaldo Helal, é importante perceber ainda que apesar desta vitória sobre si, o herói contemporâneo se distingue e muito de um outro tipo de personagem bem atual: a celebridade. E explica, citando também Joseph Campbell e ainda Edgar Morin, afirmando que as celebridades vivem para o interesse próprio enquanto os heróis agem em benefício da sociedade (HELAL; SOARES; LOVISOLO, 2001, p.136). Assim, as celebridades não demonstram estar interessadas por feitos heróicos e sim pela exaltação do seu ego.

Em artigos escritos para o grupo de estudos e pesquisa “Comunicação, Esporte e Cultura”[25], da UERJ, Ronaldo Helal, juntamente com outros pesquisadores, faz uma análise da trajetória de alguns jogadores de futebol, que através do talento nato e/ou dedicação e empenho se transformaram em ídolos em seus clubes e até mesmo em âmbito nacional ou internacional.

Para um melhor entendimento sobre o papel, a trajetória e o próprio conceito de herói, três personagens do mundo do futebol, analisados por Helal, merecem nossa atenção neste texto: os ex-jogadores Zico, Romário e Ronaldo. Todos os três apareceram com destaque em várias edições do Globo Esporte, da década de 70 até os anos 2000. E até hoje ainda são notícia pelos seus envolvimentos com o mundo do esporte: Zico é treinador, Ronaldo é empresário, e Romário é deputado da ala do esporte no Congresso Federal. Dos três, apenas

[24] Na mitologia grega, Perseu, filho de Zeus com a mortal Dânae, derrotou a Medusa, ser mitológico que tinha serpentes na cabeça. Ele cortou sua cabeça que serviu de arma contra um ser monstruoso do mar, um Titã, também derrotado por Perseu. Disponível em: <*n* http://www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/historia/0013.html>. Acesso em :16 jan. 2013.

[25] Grupo de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Uerj.

Zico, ex-jogador rubro-negro, não conquistou um título mundial, defendendo a Seleção Brasileira e é por ele que começamos.

Para Campbell, segundo Helal, o herói deve passar por dificuldades e encontrar forças para a conquista. Neste caso, Zico se enquadra a um tipo de arquétipo heróico dos que superam as adversidades através da força e do empenho, da dedicação e do compromisso em fazer o melhor, nem que isso lhe custe horas e mais horas de trabalho árduo. No caso do profissional de futebol, é o acordar cedo, o treinamento intensivo, a repetição nas tarefas técnicas e táticas, e principalmente na trajetória de Zico, o tratamento que teve que fazer para fortalecer a musculatura na adolescência e a luta constante contra as contusões.

Durante sua carreira, Zico foi exaltado, amado e idolatrado pela torcida do Flamengo por seus gols, suas conquistas e títulos. E hoje, mesmo sem ter o mesmo êxito defendendo a camisa nacional, vários torcedores de outros clubes, que o viram jogar e até os que não viram, o têm como exemplo. Uma conquista muito maior fora de campo, pois neste caso não foram somente as vitórias divulgadas nos meios de comunicação que o fizeram ídolo. E sim as vezes em que não apareceu no noticiário, as vezes que seu nome não foi ligado a depoimentos infelizes, a atos ilícitos ou a qualquer outro episódio que pudesse manchar sua reputação. Zico é ídolo. Não foi um herói nacional durante o tempo em que jogou, mas para muitos ainda é um exemplo de herói, em tempos atuais, em que transgredir por transgredir é o mais comum e buscar o lado correto é um ato heróico.

Já o ex-atacante Romário, ex-jogador de Flamengo, Vasco, Fluminense, Barcelona e outros, apesar de ter passado pelas mesmas dificuldades encontradas na infância mais humilde, se apresenta como outro tipo de herói (HELAL, 2010), diferente do trabalhador que consegue algo com muito sacrifício. Romário sempre se disse um iluminado, um abençoado pelo destino e que por isso mesmo, em muitas declarações midiáticas ficou conhecido como “treinar pra quê?”, já que em campo tinha a facilidade de decidir, fazer gols, vencer.

> A construção da biografia de Romário é também pontuada por passagens que “glamourizam” a malandragem, a irreverência, o deboche e o relaxamento (não gostar de treinar). É como se estivéssemos diante da vitória construída somente com talento e arte, como se trabalho, concentração, determinação e esforço fossem elementos dispensáveis para o êxito. E, neste sentido, a biografia de Romário antagoniza com a de Zico, o maior ídolo da década de 80. (HELAL, 2010, p.232)

A mídia, principalmente após a morte do piloto tricampeão mundial de fórmula-1 Ayrton Senna[26], em maio de 1994, no Grande Prêmio San Marino, em Ímola, na Itália, fez do estilo malandro e "marrento" de Romário uma marca e uma aproximação com o gosto popular. Virou ídolo apesar de não ser um exemplar marido – teve inúmeros casamentos e traições – nem um jogador de palavras conscientes e polidas. "O Pelé calado é um poeta", disse Romário, não apenas uma vez, quando alguns comentários feitos por Pelé[27] sobre assuntos relacionados ao futebol foram divulgados na imprensa.

O terceiro exemplo poderia ser a união dos outros dois, tendo ainda a saga de Ronaldo (HELAL, 2010), ex-Cruzeiro, Barcelona, Milan, Corínthians, e outros, ter alcançado quase que a plenitude das etapas marcantes do herói que Campbell retrata: início vitorioso, perda, retomada-força interior, vitória. Senão como iríamos descrever melhor sua vida: o estrelato do jogador em 2007[28], a derrota para a França na final da Copa do Mundo em 1998, a série de contusões, as operações no joelho esquerdo, o treinamento árduo e a disciplina nos anos seguintes e a conquista do pentacampeonato mundial pela seleção na Copa da Coréia e do Japão, em 2002, quando o Brasil venceu a Alemanha por 2 a 0, com dois gols do mesmo Ronaldo. A união citada anteriormente justifica-se pelo fato de Ronaldo juntar a determinação e a luta pela volta por cima, referentes à Zico; e o título mundial e as travessuras inusitadas e descontroladas fora dos gramados, divulgadas pela imprensa, como casamentos em castelos e encontros furtivos na noite carioca, paulista ou italiana, país no qual jogou por anos; daí sua proximidade com Romário.

Nos três casos, arquétipos diferentes de heróis, ídolos. Nos três, a mídia ajudou a construir todo o cenário de *glamour* na relação do ídolo com o torcedor. Vale a ressalva de que na época de Zico, a televisão brasileira – inclui-se, é claro, o Globo Esporte - ainda não havia massificado o esporte como nos outros dois exemplos, mas ainda sim, jornais, rádios e revistas projetaram a imagem do ex-camisa 10 do Flamengo como ídolo. Da mesma forma que ainda fazem com Ronaldinho Gaúcho, atualmente no Atlético-MG, e Neymar, do Santos. No caso de Ronaldinho Gaúcho, talvez o herói esteja na terceira fase citada por Campbell, a retomada pelos dias de glória e Neymar, apenas no início de sua jornada.

---

[26] Com os anos sem conquistas mundiais pela Seleção Brasileira de Futebol, de 1970 a 1994, o piloto Ayrton Senna pelas conquistas na Fórmula-1 se tornou o grande ídolo nacional, levando milhares de fãs ao seu velório e enterro.

[27] Pelé ou Edson Arantes do Nascimento, é considerado por muitos especialistas e pelos torcedores de um modo geral como o melhor jogador de futebol de todos os tempos, tendo feito 1.281 gols e conquistado o tricampeonato mundial como jogador defendendo a Seleção Brasileira.

[28] Ronaldo foi eleito pela segunda vez consecutiva o melhor jogador do mundo pela Fifa (Fédération Internationale de Football Association).

Sim, a televisão faz esse meio de campo (para aproveitar o mote), mas devemos lembrar ainda que muito antes deste meio (televisivo) explorar demasiadamente a imagem de atletas, o torcedor já ia aos estádios, já estabelecia essa relação com o ídolo, empurrado pela técnica, pelo talento e disposição de jogadores ou equipes. E mais uma ressalva: nem sempre a mídia consegue nesta produção maquínica de subjetividade de massa construir ídolos a seu bel prazer, há a necessidade do torcedor em aceitá-lo.

Para isso uma outra análise rápida, desta vez entrelaçando os exemplos anteriores e citando ainda outros dois esportistas. O piloto brasileiro Rubens Barrichello bem que teve ajuda da tv para ser o substituto de Senna, nos corações dos brasileiros. Apesar de ser "bonzinho", bem próximo do arquétipo de Zico, ele não vencia. Um "ídolo forçado" pela mídia que não vingou. Em busca de outro esportista, Romário se fez como herói do tetracampeonato mundial, o tetra que a população achava que viria com Ayrton Senna nas corridas, veio enfim nos gramados. Romário não tinha nada de "bonzinho", virou ídolo, mas não era unânime. Entre o bom rapaz, mas sempre em segundo plano na Ferrari[29], e o vencedor no futebol, um típico "anti-herói", os meios de comunicação ficaram com o segundo. Até que Ronaldo, craque reconhecido nos gramados, embaixador da paz pela ONU, também vencedor, foi se estabelecendo. Suas dores e luta pela volta por cima o aproximaram ainda mais do público. Ronaldo foi a unanimidade que a mídia procurava[30], foi um ídolo, parceiro desde os 17 anos dos holofotes de câmeras e fotógrafos.

E se Barrichello, apesar do apoio não se idolatrou, a carreira do ex-atacante Edmundo, do Vasco e Palmeiras, em um momento crucial, caminhou pelo sentido inverso. Edmundo dirigindo seu carro, matou três pessoas, num acidente em 1995. Vários veículos de comunicação trataram o caso com rigidez e "tiraram a blindagem" do jogador que foi exposto repetidas vezes, em muitas delas "condenado" pela lei dos homens, e da mídia. Cumprindo a pena em liberdade, Edmundo foi o principal jogador do Vasco na conquista do Campeonato Brasileiro de 97 e a torcida cruzmaltina fez do apelido "Animal" algo de positivo. Hoje, ele é comentarista de futebol, na TV Bandeirantes.

É assim, apesar de não serem os "escolhidos" da imprensa, alguns jogadores são eleitos pelos torcedores. Seja pela luta, simpatia ou talento. Ou até mesmo pelo lado folclórico. Só para exemplificar, no Flamengo da década de 70, teve Rondinelli, um zagueiro

[29] Escuderia italiana de Fórmula-1, a mais antiga em atividade, que foi fundada em 1929 por Enzo Ferrari.
[30] Ronaldo teve um acompanhamento decisivo na sua carreira do assessor de imprensa Rodrigo Paiva, atualmente coordenador de comunicação da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), que o orientou no trato com a imprensa nos momentos mais difícieis e importantes.

raçudo e brigador, e Fio Maravilha, um atacante reconhecido pelos gols que fez e pelos que perdeu. Nestes casos, o que a mídia faz muito bem é aproveitar as "deixas" dos torcedores, explorando jogadas e jogadores, cativando a audiência através destas histórias e de seus personagens, em mais uma estratégia mercadológica por público e, consequentemente, patrocinadores.

Há assim um encontro, do público-telespectador com o jogador-ídolo através dos meios de comunicação. Há um sentimento que os aproxima, uma força que os atravessa, principalmente dos que se situam do lado de cá da tela. E se apropriando de mais um conceito, que já se estende por milênios de filosofia..., há um *devir*, no que diz respeito ao torcedor e ao ídolo.

> Devir é, a partir das formas que se tem, do sujeito que se é, dos órgãos que se tem [...], extrair partículas, entre as quais instauramos relações de movimento e repouso, velocidade e lentidão, as mais próximas do que já estamos devindo e pelas quais a gente devém. Nesse sentido, diz-se que o devir é o processo do desejo. (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p.64)

Desta forma, Deleuze nos dá margem a uma interpretação diferente e, quiçá, utilizada em assuntos de esporte. Não haveria um *devir-ídolo* presente em cada torcedor, seja ele espectador de tv ou participante ativo em estádios e ginásios? Não que um (o torcedor) acredite que é o outro (o ídolo) ou que irá se tornar, apesar das várias transferências de comportamento que possam vir a acontecer. O *devir* é um encontro sem que as duas partes se encontrem fisicamente, é uma aproximação abstrata entre seres.

> O devir é sempre o que está entre dois, isto é, entre dois termos, entre dois pontos: a vespa e a orquídea, Acab e a baleia, eu e minha infância; nesse sentido não é a operação de substituição de um termo por outro ou a transformação de um em um outro [...] entre um e outro, cria-se uma zona de indiscernibilidade, de vizinhança, como por exemplo, um devir entre um homem e um inseto [...] Um devir é sempre um devir-outro em Deleuze. (VASCONCELLOS, 2005, p.137-167)

A definição do professor Jorge Vasconcellos[31] sob a ótica de Gilles Deleuze requer um entendimento maior deste conceito. O *devir*, muitas das vezes, pode ser o *vir a ser* do torcedor com relação ao ídolo, só pela expressão de desejo do primeiro com relação ao segundo, ou seja, sua paixão e sua idolatria bastam para que a progressão se faça presente. Então há na arquibancada, ou em frente da tv, mais do que uma caixa de ressonância de hinos

[31] Doutor em filosofia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

e aplausos ou vaias, há uma ressonância estabelecida entre duas partes que se contemplam e completam.

> Não é o Dionísio dos mitos que está em Nietzche, como não é o Sócrates da História que está em Platão. Devir não é ser, e Dionísio se torna filósofo, ao mesmo tempo que Nietzche se torna Dionísio. Aí, ainda, é Platão quem começou: ele se torna Sócrates, ao mesmo tempo que faz Sócrates tornar-se filósofo.(DELEUZE; GUATTARI, 1997, p.87)

Vale lembrar que Deleuze e Guattari apontam o devir como algo sempre minoritário e fazem um alerta: "No entanto, é preciso não confundir "minoritário" enquanto devir ou processo, e "minoria" como conjunto e estado. Os judeus, os ciganos, etc., podem formar minorias nessas ou naquelas condições; ainda não é o suficiente para fazer delas devires" (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p.88).

Desta forma, uma questão é exposta. O ídolo ou até o herói seria minoritário? Ou seria a criação de uma força majoritária que rege o sistema? Se formos olhar pela dualidade imposta, talvez encontremos uma definição simplista de que estes personagens surgem através de um poder de dominação social, sendo assim, desde às crenças mitológicas até as criaturas midiáticas dos dias de hoje, altamente majoritário. Mas como separá-lo do sujeito que o detém? Como tirar o devir-ídolo do torcedor e o devir-torcedor do ídolo, lembrando que a maioria dos jogadores já teve na infância um ídolo a se espelhar. Ou seja, o ídolo de hoje foi o fã de ontem. "Ao dizer que Dida é até hoje seu maior ídolo no futebol, estamos diante do Zico reverente, e ordinário. É o extraordinário, juntando-se ao ordinário, ao homem comum que tem seus ídolos e os reverencia." (HELAL, 2001, p. 21). De idolatrante à idolatrado, de origem humilde, a história de Zico demonstra que ídolos surgem para as classes minoritárias, mas também das classes minoritárias.

E ainda como descrever como majoritário um devir-ídolo como o que a torcida do Vasco traz em Edmundo, já citado anteriormente, como quem fugiu à regra, ou Romário, ou ainda Sócrates, ex-jogador, falecido em 2011, que sempre se apresentou como um atleta diferenciado politicamente, com posições contrárias ao sistema, e que ainda assim foi e é aclamado como ídolo do Corinthians, onde por sinal ajudou a fundar um grupo chamado de "Democracia Corinthiana", onde jogadores discutiam abertamente dentro do clube relações de trabalho e de cidadania.

Se o devir é também uma potência, estes exemplos de ídolos também são, e ainda podem ser considerados como "uma variável desterritorializante de uma minoria" (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p.89).

2.6 **Café, Império e Multidão**

Além das reportagens, o programa Globo Esporte contém quadros específicos já citados anteriormente. Em dois deles, especificamente, o torcedor é o destaque. No primeiro caso, a história é bem interessante: um jornalista, Francisco Rezende, fazia seus vídeos criativos sobre o esporte e os lançava na Internet. O sucesso na mídia alternativa foi tamanho que a direção da Globo fez uma proposta pelo seu trabalho e atualmente ele é o protagonista do quadro "Chico, o torcedor". O jornalista então continua satirizando as histórias do meio futebolístico, mas vestindo a camisa dos considerados quatro grandes clubes do Rio de Janeiro: Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco.

O segundo deles, que atrai grande parte da audiência, é o "Cafezinho com o Escobar", no qual o apresentador do programa vai às ruas conversar com a população sobre assuntos de esporte, normalmente o tema é o futebol. É deste quadro que vamos nos ater com mais precisão.

No exempo exibido no programa do dia 24 de abril de 2012, Escobar e sua produção desembarcaram de uma van, que leva a marca do quadro, na favela da Rocinha, na cidade do Rio de Janeiro. O apresentador bateu um papo com torcedores de diversos times.

A ideia é sempre tirar a opinião do torcedor sobre um determinado assunto do momento. Uma prática antiga, não exclusiva da Tv Globo muito menos do Globo Esporte. Muitas emissoras e muitos programas utilizam este artifício de indagar a população nas ruas sobre temas como religião, drogas, sexo, violência, entre outros.

É aquilo que se chama nos bastidores das redações de "povo-fala". Em tempos de participação popular nas páginas dos jornais, nos programas de rádio, nos telejornais, como produtores de notícias, naquilo que é chamado de jornalismo participativo, a exibição de quadros como o "Cafezinho com o Escobar" só vêm reafirmar isso.

Mas ao mesmo tempo em que demonstra que supostamente abre espaço para a inserção da opinião popular ao longo do telejornal esportivo, a escolha das falas e dos personagens é feita internamente na redação, seja pelo apresentador, seja pelos editores.

Então há uma falsa ideia de que o Globo Esporte – como tantos outros – está interessado em divulgar a opinião de quem quer que seja, nos minutos preciosos que lhe compete na grade de programação da emissora. Esta ação está mais próxima de uma estratégia de marketing do que de uma prova de liberdade de opinião ou de democracia dos meios de comunicação.

Além disso, quando vai às ruas e, através do bom humor e da simpatia do apresentador Alex Escobar, colhendo opiniões, pedindo informações, e as recebendo de forma gratuita, o Globo Esporte estabelece uma prática capitalista de absorção de conhecimento que vai além das fronteiras do Jardim Botânico. Isso porque muitas das vezes a população (público-alvo do programa ou não) no intuito fútil de uma participação visual na tela da TV se apresenta como uma "presa" gentil e generosa, uma fonte de informação rica e de fácil acesso. Muitas das matérias trabalhadas pelos jornalistas nascem da até então inexplorada realidade do cotidiano, que é por diversas vezes apontada pelos próprios cidadãos.

Sendo assim, este processo de apropriação "cedida" de informações se relaciona com aquilo que alguns escritores chamam de "trabalho imaterial", que se configura no acúmulo de conhecimento que os trabalhadores, cidadãos, a população de um modo geral, possui e que é transmitido sem pagamento, seja na rotina de emprego na relação empregado-patrão, seja no convívio entre familiares, amigos ou conhecidos. Ou ainda, entre apresentador e torcedor.

> Nessa transformação não é nem o trabalho imediato, executado pelo próprio homem, nem é o tempo que ele trabalha, mas a apropriação de sua produtividade geral, sua compreensão da natureza e o domínio sobre esta através da sua existência enquanto corpo social – em uma palavra, é o desenvolvimento do indivíduo social que se apresenta como pilar de sustentação da produção e da riqueza. (LAZZARATO; NEGRI, 2001, p.28)

Os autores, ainda no mesmo texto, grifam uma frase decretando a exploração de uma mais-valia intelectual, marca de um capitalismo que "conscientemente" se remodela a cada período ou avanço social ou tecnológico. "O furto do tempo do trabalhador alheio, sobre quem se apoia a riqueza atual, se apresenta como uma base miserável em relação a esta nova base que se desenvolveu e que foi criada pela própria indústria" (LAZARRATO; NEGRI, 2001, p 28).

Mesmo que se questione a não relação empregatícia do torcedor com a emissora, a coprodução de conhecimento já está estabelecida no momento em que ele se posiciona como um participante ativo do quadro. Apelando para o senso comum que indica que o povo gosta de se ver na TV, o Globo Esporte recolhe material, seleciona o que lhe interessa e exibe da maneira que mais lhe agrada, ou da que o mesmo público que o assiste. Assim, a produção imaterial volta para o produtor, ou coprodutor. Consome-se o que produz, mas quem lucra é o outro.

Esta visão também é percebida em pesquisas de opinião pública, quando por inúmeras vezes, em questionários formulados por marqueteiros e encomendados pela direção de empresas se pergunta: qual o melhor produto? Qual o caminho tomar? Que mudanças deveriam ser feitas? Que tipo de apresentador se encaixaria melhor no programa? Opiniões e direções para atender a própria demanda da empresa. Ou seja, eu digo o que fazer para você me conquistar como cliente. Isso não tem preço.

> Quando se diz que um conhecimento é "não-cambiável", isso significa que não se pode utilizar a "transmissão" de mercadorias para explicar a "comunicação" dos conhecimentos, pois a troca de mercadorias implica necessariamente a "alienação" e o "despojamento" daquele que participa da troca. Como nos ensina a economia política, cada um tira vantagem dessa operação, mas somente alienando o que possui. (LAZZARATO, 2003, p.68)

Mesmo em tom de brincadeira, no "Cafezinho com o Escobar" há uma socialização de conhecimento que talvez seja a máxima da comunicação. A própria palavra tem origem do termo em latim: *communicare*, que é por definição: por em comum. E tornar comum uma informação não tem nada de errado, nem é considerado uma perda, ao contrário: "A transmissão de um conhecimento em nada empobrece aquele que o possui; ao contrário, sua difusão, em vez de 'despojar seu criador', contribui para aumentar o valor do próprio conhecimento" (LAZZARATO, 2003, p.69). Só que a exploração desta transmissão visando lucro empresarial difere e muito da citação anterior, e é uma característica do atual capitalismo cognitivo, praticado pelos grandes veículos de comunicação, pelas multinacionais, por um novo poder soberano e que ultrapassa os limites de nação. E o centro deste poder biopolítico é o que Antônio Negri chama de Império.

> O conceito de Império é apresentado como um concerto global, sob a direção de um único maestro, um poder unitário que mantém a paz social e produz suas verdades éticas. E, para atingir esses objetivos, ao poder único é dada a força necessária para conduzir, quando preciso for, "guerras justas" [...] (NEGRI; HARDT, 2001, p.28)

Para Negri, o Império se estabelece, tecendo laços, se apropriando do que existe utilizando não como base na força, mas com base na capacidade de mostrar a força como algo a serviço do direito e da paz. E as novas potênciais mundiais – indústrias, grupos financeiros - já não produzem mais "apenas mercadorias, mas também subjetividades" (NEGRI; HARDT, 2001, p.28)

Mas segundo o autor, o Imperio não é o único a produzir subjetividade. Em escala molecular, pequenos grupos, constantemente, são tomados de uma potência, inata, que os induz a novos processos criativos. São os trabalhadores, ou não trabalhadores, as crianças, e porque não, os torcedores... São os pontos de fuga, que além de fugir da serialização da produção maquínica imposta, tem que se esconder da absorção do Império. "O poder do Império é apenas organizativo, ele parasita e vampiriza a riqueza virtual da multidão".(PELBART, 2013)

Nas palavras de Peter Pál Pelbart, antecipamos o conceito de *multidão* que Negri utiliza para denominar os focos de resistência, que surgem em decorrência deste poder globalizado. "Talvez quanto mais o capital estender suas redes globais de produção e controle, mais poderoso se torne cada ponto de revolta" (NEGRI; HARDT, 2001, p.76-77), acena Negri com estusiasmo o contra-poder da multidão.

Assim, as lutas pela autonomia não são mais horizontais, deixaram de ser entre países apenas. Agora a luta é vertical, é uma batalha de idas e vindas entre o Império, acima, e as resistências moleculares, revoltas que teimam em acontecer. Bem ao espírito de Antônio Negri, que aponta para a multidão como uma alternativa. "Ao lado do poder, há sempre a potência. Ao lado da dominação, há sempre a insubordinação"(NEGRI apud PERBART, 2003, p.27). Ainda para Negri, não adianta tomar o poder, a revolução tem que ser contínua. É um jogo de forças que empurra a História para frente, e que às vezes dá alguns passos para trás. Basta para isso encontrar a potência de mudança em estado bruto.

> E trata-se de cavar [...] é simplesmente lá onde as pessoas sofrem, ali onde elas são mais pobres e as mais exploradas; ali onde as linguagens os sentidos estão mais separados de qualquer poder de ação e onde, ele existe; pois tudo isso é vida e não a morte.(NEGRI apud PERBART, 2003, p.27)

Se a produção do jornalista Chico Rezende foi absorvida pelo Globo Esporte, quantos outros podem ter recusado outros convites, ou ainda quantos não aceitaram na rua falar com o apresentador Alex Escobar. Ou ainda se aceitaram, falaram e fizeram sem receios de serem

repreendidos, buscando alternativas próprias para se expressar e utilizando a mídia esportiva como meio. Pequenas resistências essas que não sabemos ao certo, pois nunca foram divulgadas no programa, mas que poderiam demonstrar esse jogo contínuo entre Império e Multidão.

3 **O ITINERÁRIO DE UM MERGULHO**

Com o objeto de estudo definido, faltava entender qual a melhor metodologia de pesquisa a ser aplicada, já que era importante que o grupo focal escolhido pudesse participar da análise do programa escolhido, mesmo que este fosse relacionado a outras reportagens de outras edições do Globo Esporte, que não foram discutidas no capítulo anterior. A escolha da realização de um questionário qualitativo foi acertada, mas era importante estabalecer uma diferenciação no processo (da pesquisa simplesmente qualitativa), já que era interessante que eu pudesse também intervir durante o mergulho antropológico, pelo menos durante um período, no grupo a ser estudado. Então a ideia da realização de um mecanismo de criação de um dispositivo, com etapas de acompanhamento, inspirados no método cartográfico[32], foi estabelecida. Desta forma, ficava definida que seria uma pesquisa etnográfica[33], mas na qual o pesquisador pudesse fazer parte do processo de pesquisa, não só como observador.

Essa série de etapas começou com a idealização de uma aula teórica sobre a prática telejornalística com o grupo focal a ser escolhido. Segundo Foucault, citado nas páginas de Kastrup e Benevides, um dispositivo se caracteriza por ser "um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre esses elementos" (FOUCAULT, 1979, p.244).

Propus então a montagem de um dispositivo assim dividido: além da aula de jornalismo na TV a ser ministrada por mim, eu deveria levar o mesmo grupo focal para uma visita técnica na TV Globo, para conhecer de perto a prática de uma redação de esportes na televisão; fazê-lo assistir ao programa no dia seguinte, e deveria ainda trazer o editor-chefe do Globo Esporte para fazer uma reunião com o mesmo grupo focal, fora da emissora; observando e analisando as transformações ocorridas ao longo do processo. Uma outra etapa,

---

[32] A cartografia como método de pesquisa-intervenção pressupõe uma orientação do trabalho do pesquisador que não se faz de modo prescritivo, por regras já prontas nem com objetivos previamente estabelecidos, e sim pelo acompanhamento das pistas durante o processo *in* PASSOS, Eduardo, KASTRUP, Virgínia e DA ESCÓSSIA, Liliana (Org.). *Pistas do método da cartografia.* RS, Editora Sulina, 2010, p 17.

[33] A pesquisa etnográfica põe em contato por um período determinado o pesquisador com pessoas ou o grupo selecionado, *in* ANDRÉ, M. E. D.A. A. *Metodologia da pesquisa educacional*. São Paulo: Cortez, 1989, p 35-45, *in* CASARIN, Helen e CASARIN, Samuel. *Pesquisa Científica: da teoria à prática*, PR, IBPEX, 2011, p 43.

a ser descrita no próximo capítulo, seria referente às entrevistas, tanto com o público que assiste ao programa quanto com o editor-chefe.

Bom, agora só faltava encontrar meu grupo focal e tentar a sorte na Tv Globo, pedindo a autorização para a visita técnica e convencendo o Afonso Garschagen, editor-chefe do Globo Esporte, a fazer uma visitinha à Baixada Fluminense.

O primeiro passo foi dado meio que instintivamente e decidi aproveitar o acaso para fechar o grupo num conjunto de alunos de graduação da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense. No momento em que estava testando o equipamento que iria utilizar para minha apresentação do projeto de pesquisa, fui auxiliado por dois alunos do Curso de Geografia, que se interessaram pela história e disseram fazer parte do público de programas esportivos, no caso em questão, o Globo Esporte. Através da dupla: J.J.G. e R.A.S., fui até o C.A. (Centro Acadêmico) de Geografia da FEBF onde conheci outros alunos com o mesmo perfil. Entre esportes preferidos e diferentes times de coração, todos conheciam o programa e se mostraram dispostos a ajudar na pesquisa.

Em um primeiro momento foram selecionados dez alunos. Dentre estes, oito se mostraram mais próximos na execução da pesquisa, seja por afinidade com o tema (realmente se interessavam por esporte e pelo programa), seja através da participação e presença nas etapas que se seguiram. Mas muito antes de selecionar os alunos, telespectadores do Globo Esporte, eu trocava e-mails e telefonemas com o editor do programa para saber da possibilidade de execução do método.

Para complicar um pouco, o editor-chefe do programa, Afonso Garschagen, me explicou que não via problema na realização do projeto, mas que precisaria da autorização do diretor-executivo da Central de Esportes da TV Globo Rio, João Pedro Paes Leme. E na quinta-feira, dia 26 de maio, numa reunião rápida com João Pedro, obtive o aval para a realização da minha pesquisa utilizando também as dependências da emissora. A partir daí, tive que me relacionar com o departamento interno da emissora, o Globo Universidade, para agendar uma data de comum acordo entre a Globo, Afonso e os alunos da FEBF. Tive dificuldade para explicar a importância da visita técnica para a realização da pesquisa, já que a princípio, o Globo Universidade era contra, pois se travava de levar alunos de Geografia para as dependências da emissora e não de Jornalismo, como era de praxe. Mas o pedido feito por João Pedro Paes Leme acabou sendo bem atendido. E depois de três meses de negociação, registros de identificação dos alunos, roteiro de visita e quem iria acompanhá-los no dia, ficou

estabelecida que a data de 25 de outubro seria reservada para mim. Passei a correr contra o tempo a fim de preparar os alunos para a visita técnica.

No dia 11 de outubro, duas semanas antes da nossa ida a TV Globo, expliquei a rotina de produção do jornalismo de TV para os alunos do curso de Geografia: S.V.A.B., A.A.G.P., H.S.M., J.J.G., G.D.S.P., L.A.M.A. e R.A.S.. O outro componente do grupo focal, na realidade a única componente do sexo feminino, I.C.D.C.[34], teve um imprevisto e não participou neste dia. Uma semana depois, foi feita uma nova aula para que ela entendesse o processo a tempo de visitar as dependências da TV Globo.

A intenção foi mostrar o caminho feito – desde a produção de uma matéria jornalística na TV, passando pela reunião de planejamento, pela cobertura de rua, montagem do texto e edição de imagens, até a apresentação em estúdio. Uma aula teórica sobre a prática, porque a intenção deste dispositivo inicial era apenas esclarecer alguns procedimentos técnicos, para mais tarde poder observar as mudanças ocorridas em termos de produção de subjetividade. Um passo a passo, semelhante a um diário de bordo, que dividirei com o leitor.

3.1 **Aula de telejornalismo**

Desde o primeiro momento, expliquei para os alunos a importância de entenderem como se dá o processo de realização de matérias jornalísticas na televisão, pois no dia da visita-técnica à emissora talvez não conseguíssemos uma atenção plena dos componentes do Globo Esporte, já que se tratava de uma produção diária, factual, com tempo de exibição no ar já delimitado (O Globo Esporte é exibido às 12:50 e tem por volta de 23 minutos de produção). E como imprevistos podem acontecer, o planejamento de trabalho também pode mudar de uma hora para outra. Expliquei que no caso de uma morte hipotética de uma grande personalidade do esporte, como Pelé, Zico, etc. - além da correria dos profissionais do Globo Esporte para a produção de material televisivo sobre o assunto - muitas outras matérias já produzidas sobre outros fatos não seriam exibidas.

[34] Os alunos do grupo focal: Sérgio Vinícius Alves Barros, Antônio Augusto Gomes Peres, Hugo da Silva Moreira, Jonatan de Jesus Gomes, Guilherme Dias de São Pedro, Luís Alberto Melo de Aguiar, Ricardo Alves dos Santos e Isabella Cristina Dias Costa.

Esse planejamento passa por um encontro, uma reunião que chamamos de reunião de pauta[35], que nada mais é do que uma avaliação da última edição do que foi ao ar, e a organização prévia da próxima. No caso do Globo Esporte, como é exibido ao vivo no início da tarde, a reunião de pauta é realizada logo após o programa, por volta das 13 horas e 30 minutos. Isso porque se deixassem para efetuar a reunião de planejamento pela manhã, teriam poucas horas para definir e produzir o material jornalístico a ser exposto.

Então, a reunião do Globo Esporte é feita no dia anterior para que haja tempo de produção. Mas isso não quer dizer que se um fato importante acontecer pela manhã não será noticiado. Desde que seja bem apurado e importante – na concepção da linha editorial do programa – ele será exibido. Segundo Rabaça e Barbosa, linha editorial é a "direção seguida por uma empresa de comunicação na programação de seus produtos (livros, revistas, jornais, programas de tv e rádio (...), etc.) na elaboração de matérias e no próprio tratamento de seus conteúdos"(RABAÇA; BARBOSA, 2001, p. 432-433).

Neste instante, fui interpelado pelo aluno S.V.A.B. que perguntou: - Quem participa efetivamente desta reunião? Primeiramente é importante deixar claro que isso vai variar de programa para programa, de editor-chefe para editor-chefe, de emissora para emissora. Ou seja, a lógica é que os principais envolvidos na produção do programa participem para planejá-lo, mas às vezes um estagiário participa, apenas para aprender. Em outra situação, um repórter quer "vender"[36] sua pauta na reunião, o que é possível no caso do Globo Esporte. Fato que dificilmente iria acontecer em uma reunião de um programa como o Jornal Nacional, por exemplo, pois a variedade e quantidade de repórteres que gostariam de participar seria tamanha que prolongaria em excesso o tempo de reunião.

No caso do programa esportivo em questão, participam da reunião de pauta geralmente o editor-chefe, um subeditor – se houver, os editores de matéria (os encarregados de montar os vídeos jornalísticos), o produtor que se relaciona com as praças[37] e o chefe de reportagem, que tem a função de coordenar o trabalho dos repórteres. É claro que, eventualmente, repórteres ou até mesmo diretores podem estar presentes.

---

[35] Em *O texto na TV, manual de telejornalismo*, Rio de Janeiro: Campus, 1999, Vera Íris Paternostro define pauta como previsão de assuntos de interesse jornalístico. E diz ainda: "É o roteiro dos temas que vão ser cobertos pela reportagem".

[36] "Vender a pauta" é um termo muito utilizado nas redações jornalísticas. É quando o jornalista tem uma idéia de uma reportagem a ser feita e tenta convencer a chefia a aprová-la na reunião de pauta, para assim realiza-la efetivamente.

[37] Praças ou afiliadas. Segundo Vera Íris Paternostro, in *O Texto na TV: manual de telejornalismo*, as afiliadas são emissoras de TV que retransmitem a programação da emissora principal, mas que podem produzir uma programação própria.

Na reunião, as pautas são aprovadas para em seguida serem produzidas. É quando, normalmente, o chefe de reportagem vai escalar uma dupla de repórteres, composta pelo repórter de vídeo, aquele que aparece na tela da TV, entrevistando, informando, e o repórter cinematográfico, ou como alguns chamam: *o camera-man*.

Mas antes de seguir a explicação, fui novamente interrompido. Desta vez, pelo botafoguense R.A.S., que indagou se o clube de maior torcida tem influência na escolha de matérias. Ou seja, uma pauta que fala do Flamengo – time que as pesquisas de opinião apontam com mais de 30 milhões de torcedores - leva vantagem na disputa por outra referente a um clube de menor torcida. Minha resposta é rápida: "Não deveria, mas tem influência. Não se pode esquecer que, no caso, Globo Esporte é um produto audiovisual que, por ser exibido numa TV comercial, busca audiência, principalmente por ser uma exigência dos patrocinadores". Apesar de não aprofundar no conteúdo, esse assunto será tratado novamente mais tarde com a participação do próprio editor-chefe do Globo Esporte.

Na externa, como chamamos a prática de reportagem de rua, repórter e repórter cinematográfico irão trazer as informações que acharem importantes – em áudio e vídeo – para a construção da matéria jornalística. Assim, cada pauta será realizada num trabalho de parceria. A partir daí, o repórter escreve o texto tendo como base às informações colhidas e as imagens captadas pelo *camera-man*. De escrito, o texto é gravado pelo repórter e vira áudio, é o que se define por *off*.

Com as informações registradas e, quase sempre decupadas[38], os editores montam a matéria jornalística para a TV, chamada também de VT (vídeo-tape), através de um sistema de edição computadorizada. A edição deverá ser aprovada pelo editor-chefe que, concomitantemente a montagem de cada VT, vai construindo a organização do telejornal[39] (Globo Esporte). Essa ordem de entrada de notícias a serem exibidas é feita pelo editor-chefe com ajuda de um coordenador, que se preocupa com a parte de logística do programa (como, por exemplo, se o número de matérias e o tempo total do programa estão corretos) e, às vezes, do próprio apresentador. Depois de tudo acertado, o apresentador tem a função de conduzir o Globo Esporte, chamando cada matéria, cada informação, com auxílio de uma numerosa equipe técnica, e gerenciado, ao vivo, pelo editor-chefe e pelo diretor de tv.

---

[38] Decupagem é o processo de seleção e escolha de cenas e áudios, realizado por profissionais de TV, com o intuito de facilitar a edição.

[39] Segundo Vera ìris Paternostro, in *O Texto na TV: manual de telejornalismo,* o termo Espelho é utilizado para chamar a relação e a ordem de entrada das matérias no telejornal. Como a própria palavra indica, reflete o programa.

É interessante deixar claro, que essa descrição parte apenas de uma rotina que se repete em mais de oitenta por cento dos casos, mas que – como foi dito anteriormente –, o noticiário pode mudar em pouco tempo. Por isso, é dever da emissora – sempre que possível - apresentar os telejornais, que lidam com a informação diária, no formato ao vivo, para que a notícia importante que acabou de acontecer possa ser repassada ao público durante a exibição do programa, mesmo que não tivesse sido planejada na reunião de pauta.

Ao final da exposição, exemplifico a oficina com a exibição de uma matéria que foi ao ar no Globo Esporte no dia 6 de junho de 2011, numa segunda-feira logo após uma partida do Campeonato Brasileiro, entre Flamengo e Corinthians. A matéria de mais de oito minutos, explorava a despedida dos gramados de um jogador do Flamengo, o meio-campo Petkovic, e tinha como "pano de fundo" a própria partida.

O tempo de exibição – oito minutos – e o excesso de valorização do jogador na narrativa do repórter Kiko Menezes chamaram a atenção de todo o grupo de alunos. A ponto de um deles, L. A.M.A., no decorrer do vídeo questionar se não havia exagero naquilo. E colocar uma dúvida sobre o trabalho dos profissionais de jornalismo. "Não é uma grande invenção tudo isso? Um exagero da mídia?" – perguntou. Minha resposta seguiu na linha da anterior: "É assim que uma TV comercial busca a audiência. A despedida do futebol de um grande jogador de um clube muito popular como o Flamengo acaba sendo explorada em um tempo não comum para as matérias diárias (normalmente, os VTs nos programas jornalísticos diários têm entre dois e três minutos)." Em seguida, expliquei também que em uma pesquisa de opinião não oficial realizada entre os torcedores do Flamengo, os mais jovens (abaixo dos 30 anos), o "gringo" - como é chamado carinhosamente pela imprensa e pelos torcedores o sérvio Petkovic - é considerado o maior ídolo dos últimos quinze anos, graças principalmente por ser o autor de um gol de falta que deu o título estadual ao rubro-negro numa final com o Vasco da Gama, nos minutos finais da partida, em 2001, e por ter participado efetivamente na conquista do último título brasileiro pelo Flamengo em 2009.

Por entre murmurios de torcedores, percebo uma reação espontânea no grupo, misto de satisfação e interesse. Após a aula teórica todos pareciam estar apreensivos para o próximo passo: a visita técnica às dependências da Tv Globo.

3.2 **Os bastidores do Globo Esporte**

Oficina feita, a atenção dedicada, as perguntas expostas, e até mesmo o não dito, por insegurança ou dúvidas, mostraram que o caminho a percorrer era grande, mas que – usando um termo bem “futebolês” – a bola já havia rolado na partida-pesquisa.

Era hora de acertar os detalhes da visita. Como dito anteriormente, é na reunião de pauta que são escolhidas as matérias a serem realizadas e noticiadas. E para quem assiste, saber como essas escolhas acontecem é muito interesse, pois é a parte inicial de uma engrenagem que só vai ser resolvida no outro dia, com a exibição do programa. Ficou acertado então que no dia seguinte à visita, eu e o grupo de alunos nos reuniríamos na Faculdade de Educação da Baixada Fluminense para assistirmos juntos o Globo Esporte do dia 26 de outubro, um dia após nossa visita-técnica.

Sobre a captação das imagens, recebi um e-mail do editor-chefe Afonso Garschagen explicando que não era permitida a gravação em vídeo de nada. E que se os alunos quisessem poderiam só tirar algumas fotos, em locais específicos. Novas diretrizes de uma reunião de diretoria que tinha acontecido há poucos dias. Mesmo lamentando, insisti sobre a captação da reunião de pauta, da importância de se ter este registro... e com o aval do diretor João Pedro Paes Leme veio a resposta: eu poderia gravar, somente com um gravador de mão, o áudio do encontro.

Agora, como levar oito alunos da FEBF, da Vila São Luis, em Duque de Caxias, para a Zona Sul do Rio, Jardim Botânico, Rua Von Martius, 22? Num primeiro momento se cogitou a solicitação da Kombi que presta serviço à tarde na UERJ, mas a visita seria feita pela manhã. Havia apenas o meu carro, um Fiat Uno, pequeno, em que caberia, além de mim - o motorista - mais quatro alunos. Precisava de outro carro. Foi quando outro aluno do mestrado, Vinícius Gentil, se prontificou a levar os outros quatro no seu carro. E como a viagem seria longa, pois o fluxo do trânsito na Linha Vermelha, sentido Baixada-Rio, pela manhã, é intenso, resolvi marcar às 8 horas na FEBF, mesmo tendo acertado a nossa entrada às dez e meia na TV Globo.

A vontade do grupo focal em conhecer as dependências da emissora era tanta que no dia, o aluno A.A.G.P. também se prontificou a ir de carro. Duas horas de engarrafamento depois, estacionamos os carros a uns cem metros da emissora. Bebemos algo em uma padaria

e as dez e quarenta estávamos passando pela roleta, sendo recebidos pela estagiária do Globo Universidade.

Pude perceber nos olhos de cada um que eles estavam esperando, ansiosos, orientação de onde ir primeiro, qual departamento visitar, quem iam encontrar pelos corredores. De elevador, fomos até o terceiro andar onde no departamento de esportes fomos recebidos pelo Afonso Garschagen e pelo Alex Escobar, editor-chefe e um dos apresentadores do Globo Esporte, respectivamente. Entre sorrisos e olhares curiosos voltados para a redação de esportes, onde outros profissionais trabalhavam, Afonso logo sugeriu que eles tirassem as fotos de início para que a visita-técnica não perdesse o foco depois. Passei de pesquisador a fotógrafo em segundos e registrei o encontro do grupo com o editor e com o Alex Escobar, este – pela simpatia e irreverência - ídolo declarado de muitos dos que estavam ali.

Após alguns *cliques*, Afonso foi mostrando a rotina de produção, que curiosamente seria explicada pelo meio, já que o pontapé inicial daquela edição já fora dado no dia anterior. Assim, Afonso mostrou ao grupo focal o espelho (termo já explicado na oficina) do Globo Esporte daquele dia, apontando as matérias que entrariam nos três blocos do programa. O editor-chefe explicou a importância deste planejamento, principalmente por se tratar de um programa que vai, ao vivo, ao ar, pois não só o conteúdo das matérias jornalísticas é planejado, como também é respeitado o tempo de programação estabelecido pela emissora e destinado ao programa Globo Esporte[40].

Da sala do Afonso, caminhamos até as ilhas de edição, locais onde os editores de texto e de imagem montam as matérias que são, na maioria, gravadas no Rio de Janeiro. As outras praças enviam seu material, geralmente, editado. Cabendo à equipe do Rio apenas um acabamento mais adequado, uma diminuição do tempo das matérias, uma inclusão de uma imagem de arquivo, por exemplo, ou ainda um texto de apresentação.

Na ilha, o editor Átila Santos contou que estava terminando uma edição de um vídeo-tape sobre o time misto que o Flamengo iria por em campo no jogo do dia seguinte e que depois da matéria ser aprovada pelo editor-chefe do programa, ele ainda iria acompanhar o noticiário esportivo através da internet numa espécie de plantão, para que o Globo Esporte não fosse furado, melhor, que não levasse um furo[41] da concorrência. Aqui é demonstrada

[40] Desta forma, o espelho funciona também como um regulador de quantidade de matérias a serem apresentadas como também seu tempo de exibição. Atualmente, o Globo Esporte tem cerca de 24 minutos de produção exibida em três blocos, entre matérias, vinhetas, apresentações, notas, etc.

[41] Em *Dicionário de Comunicação*, Rio de Janeiro: Campus, 2001, os autores Carlos Alberto Rabaça e Gustavo

toda a preocupação pela busca de se dar a notícia em primeiro lugar, ou, no mínimo, ao mesmo tempo em que os programas de outras emissoras também estão colocando no ar.

De uma ilha para outra. Os editores Erick Gurgel e Camilo Ribeiro estavam finalizando o quadro "Cafezinho do Escobar", (como dito anteriormente, o apresentador do programa vai às ruas e bate um papo descontraído com os torcedores sobre os assuntos esportivos, principalmente sobre futebol) e mostraram para os alunos a preocupação deles na edição, com a escolha dos personagens entrevistados na rua, com o ritmo e com o corte das frases, e até com a parte gráfica e sonora. Um quadro que tem muita aceitação popular, segundo os editores, e que ficou demonstrada na ilha de edição com as gargalhadas de alguns membros do grupo durante a exibição interna do vídeo.

Neste momento, o editor-chefe que acompanhava o *tour* os convidou para assistir, de dentro do estúdio, a gravação do Globo Esporte que é gerado para as praças[42]. Mas antes havia tempo de fazer mais uma visita a outro local que chamava a atenção de todos os jovens: o departamento de arte da emissora.

Entramos na seção e apesar de não nos depararmos com nenhum Hans Donner (designer responsável por toda identidade visual da emissora) a tecnologia de máquinas e equipamentos chamou a atenção. Expliquei para o ilustrador Rodrigo Essinger, que no momento terminava uma arte indicando qual o esquema tático do time do Vasco, o objetivo da visita e ele se mostrou interessado. Relatou um pouco da sua experiência e contou o tipo de software e os recursos utilizados nas ilustrações. O mesmo fez o ilustrador Felipe Armindo, ao mostrar no computador a arte do "Baú do GE", um quadro especial que iria entrar no programa, em outro dia da semana.

Até aqui, apenas olhos atentos e nenhuma pergunta. Talvez pela minha insistência em dizer que a visita seria um pouco corrida e que as dúvidas poderiam ser tiradas em outro momento, para que a gente não atrapalhasse o andamento da rotina. Já no Estúdio, os alunos observaram o jogo de câmeras com que a também apresentadora Cristiane Dias tem que lidar na apresentação gravada do Globo Esporte, que vai para as emissoras afiliadas. Outra coisa

---

Guimarães Barbosa, definem Furo como "notícia importante publicada em primeira mão por um jornal ou qualquer outro meio de comunicação de massa".

[42] Neste momento, o grupo focal ficou sabendo que o programa Globo Esporte que é exibido na maioria de outros estados (com exceção de São Paulo, por exemplo), é gravado no Rio de Janeiro por volta do meio-dia, em seguida é gerado para estes estados para depois ser exibido no horário normal, igual ao Globo Esporte do Rio, que é ao vivo. É conhecido como o GE (Globo Esporte) da Rede.

que chamou a atenção foi o telão de *touch screen*[43], no qual Cristiane mudava imagens, aumentava e diminuía elementos gráficos. Para muitos, esta imagem passada na tv – quando assistiam de casa - era construída pelo departamento de arte e não num simples toque de dedos, como fez a apresentadora.

Depois das cabeças[44] gravadas, Cristiane gravou ainda as chamadas de programação do Globo Esporte da Rede e da TV Globo Internacional. Chamada de programação, segundo Vera Íris Paternostro, é a inserção na grade da emissora de um vídeo sobre os assuntos de destaque do telejornal para chamar a atenção do telespectador sobre o que verá no programa,

A seguir, foi a vez de Alex Escobar aparecer no estúdio para gravar a chamada de programação do Globo Esporte do Rio. E talvez esse tenha sido o momento de maior descontração do grupo. Com muita simpatia e dedicada atenção, Escobar deixou bem à vontade os estudantes, a ponto de um deles, R.A.S., perguntar sobre a o equipamento utilizado no estúdio para auxiliar a apresentação, o *teleprompter*[45]. Com a ajuda do assistente de estúdio Wagner Porto, Escobar mostrou o monitor no qual ficam as informações a serem apresentadas por ele ao longo do programa. E disse ainda que a sua forma de apresentação, leve, descontraída, se deve ao fato dele improvisar o texto a ser falado e não ficar lendo tudo que está escrito no *teleprompter*. Ao contrário, da apresentadora Cristiane Dias, que se sente mais segura com a leitura das informações.

Uma característica importante merece destaque sobre a funcionalidade do *teleprompter*. Ao ler o texto ou falar de improviso sobre os tópicos do texto, o apresentador está olhando diretamente para a câmera que se encontra embutida atrás do monitor por onde o texto é exposto. Sendo assim, o apresentador vai se expressar olhando diretamente para os olhos do telespectador que está em casa, dando uma sensação de domínio sobre aquilo que está sendo falado: uma das manobras de comunicação obtida com os avanços da tecnologia no meio televisivo.

Ficou acertado ainda que a exibição ao vivo do Globo Esporte do Rio seria assistida por nós de dentro do controle-mestre, ou *switcher*, sala onde o editor-chefe coordena todo o

---

[43] Touch Screen (também conhecido no Brasil como tela sensível ao toque) é um tipo de tela presente em diferentes equipamentos, sensível a toque e que por isso dispensa o uso de equipamentos como teclados e mouses. Fonte: http://www.tecmundo.com.br/177-o-que-e-touch-screen-.htm#ixzz1q3UGoEiL, acessadp em 20 de agosto de 2012.

[44] De acordo com Vera Iris Paternostro, in *O Texto na TV: manual de telejornalismo*, o termo *cabeça* é utilizado para definir o texto lido pelo apresentador e que dá o gancho para a entrada de cada matéria.

[45] Dispositivo que apresenta numa tela em letras grandes e a uma velocidade sincronizada com a ação, as palavras a serem ditas pelo locutor. Rabaça, Carlos Alberto; Barbosa, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

processo. Antes do horário de exibição, passamos por lá e conduzidos pelo diretor de tv, Wilson Fernandes, o Bola, os alunos aprenderam que as imagens originárias das câmeras dentro do estúdio são recebidas no controle-mestre e selecionadas, uma após a outra, contando uma história. No caso, ele é o responsável por escolher e direcionar o posicionamento das câmeras na apresentação do programa.

Wilson ainda falou que outros profissionais trabalham junto dele e do editor-chefe e citou o sonoplasta, técnico de áudio que faz a inserção de sons ao longo do programa, como também o papel do responsável pelo gerador de caracteres, que insere no vídeo algumas informações como nomes, profissões, idades...

E como faltavam ainda 20 minutos antes de o GE do Rio ir ao ar, propus a responsável pela orientação da visita, Amanda Barros, do Globo Universidade, um pulo com os estudantes na redação do Jornal Nacional. Receosa, ela pediu para que eu, por ter trabalhado com vários profissionais ali presentes, tomasse a iniciativa. Em cinco minutos então, depois de um pedido ao gerente de operações Luís Rabello, os alunos de Geografia da FEBF não só entraram na redação - aquela que aparece mostrada de cima sempre ao final do programa - como passearam por onde fica a bancada do JN, local que William Bonner e atualmente Patrícia Poeta apresentam o principal telejornal da emissora.

Após o turismo fora do nosso foco principal, nos dirigimos ao controle-mestre para ver a exibição do Globo Esporte. Espalhados em algumas poucas cadeiras que sobraram, degraus que existem no switcher ou em pé, encostados nos cantos das paredes, os alunos assistiram a logística de como um telejornal é colocado ao ar.

Sob o domínio técnico do diretor de tv Wilson Fernandes e a batuta do editor Afonso Garschagen, o grupo acompanhava o desenrolar tranqüilo do programa. Cabeça apresentada por Alex Escobar, vt contando a história do treino de um time..., intercalando imagens, chamadas e intervalos. Os alunos se mostravam mais à vontade, muitos riam baixinho no “silêncio combinado” da switcher. Os únicos que falavam muito eram o Afonso e o Wilson Bola, mas os futuros geógrafos nos murmurios me davam novas pistas, como se aquele momento já fosse algo do conhecimento deles. Deixei assim que meu ponto de vista circulasse solto, encontrando por instantes outros pontos de vistas que se apresentavam pra mim naquele espaço. Atitude conhecida pelo termo fenomenológico de *epoché*, ou suspensão do juízo.

> Ora, a posição paradoxal do cartógrafo corresponde à possibilidade de habitar a experiência sem estar amarrado a nenhum ponto de vista e, por isso, sua tarefa principal é dissolver o ponto de vista do observador sem, no entanto, anular a observação. É preciso que o cartógrafo faça a *époché* não só do eu empírico e sua atitude natural, mas também do Eu puro e transcendental que surge dessa primeira *époché*. (PASSOS; EIRADO, 2010, p.123)

Apropriando-me do método cartográfico, explico: Quando dei por mim, percebi que naquele instante não estava fazendo qualquer juízo de valor, como se esquecesse que talvez devesse observar mais e me confundir menos com o objeto de pesquisa. Ao me deixar levar, acompanhei o processo de dentro sem pensar no processo propriamente dito. Foi quando o caminhar aleatório interrompeu-se. Na exibição da matéria que falava do jogo que o Vasco da Gama iria fazer no dia seguinte, uma arte - chamada de tarja na rotina das redações de tv - foi inserida. Só que ao invés dela informar o adversário do time vascaíno, a arte mostrava a partida que o rival Flamengo iria jogar. Um erro simples do profissional que é responsável pelo gerador de caracteres, que inverteu a ordem das tarjas.

Com a matéria ainda no ar, a bronca do diretor de tv serviu para nos devolver à realidade. Estávamos ali para ver um programa ser colocado no ar, ao vivo, e com isso a possibilidade dele ser realizado com alguns erros está dentro do previsto, apesar de ninguém gostar. Uma experiência sem maiores danos, mas que foi bem comentada pelos alunos após o programa.

A apreensão só deu lugar de novo a descontração quando ao fim da matéria, na volta do apresentador Alex Escobar à tela, com muito jogo de cintura, ele mesmo brincou com o erro, dizendo para o público que aquilo que acabava de acontecer “era coisa que algum flamenguista tinha botado na tela”, trazendo de volta os sorrisos aos estudantes.

Depois de três blocos e trinta minutos ocupando a grade de programação da TV, o Globo Esporte se encerrava. Fomos convidados para participar da reunião de pauta do programa do dia seguinte. Último estágio da nossa visita.

Na sala de reunião, além de mim, dos estudantes de Geografia, do companheiro Vinicius Gentil e da representante do Globo Universidade, Amanda Barros, a equipe do Globo Esporte escalada para aquele encontro foi composta pelos editores Camilo Ribeiro, Fernando Gimenez e Ricardo Jácomo, o chefe de reportagem Ricardo Bereicoa e o pesquisador do CEDOC (Centro de Documentação da emissora) Duda Magalhães, além é claro do editor-chefe Afonso, que abriu a reunião explicando que normalmente participam mais profissionais da reunião de pauta, mas que para comportar bem todos os alunos da visita-

técnica, foram escolhidos apenas alguns editores. A reunião começou exatamente meia hora após o fim do GE, às 13 horas e 50 minutos.

Num papo bem informal, Afonso começou perguntando sobre as matérias que estavam sendo preparadas ou as reportagens que seriam ainda feitas visando o Globo Esporte do dia 26 de outubro, quarta-feira. Entre elas estavam uma que falava sobre um jogo antigo entre Universidad do Chile e Flamengo; outra sobre a preparação do time do Vasco com o reforço do meio-campo Juninho para a partida que iria se realizar no dia seguinte; a matéria do jogo do Botafogo que iria acontecer na noite daquela terça-feira; uma matéria sobre a defesa do time do Fluminense; os gols dos jogos da Série B do Campeonato Brasileiro; outra sobre um quadro chamado: "Parceiros do RJ", no qual moradores do bairro de Campo Grande, Zona Oeste do Rio, fariam a matéria; além de uma reportagem sobre os Jogos Pan-Americanos, que estavam sendo disputados em Guadalajara, no México, mas que a Globo não estava transmitindo, fato que mereceu uma atenção especial do grupo focal[46].

Em algumas delas, os editores opinavam, davam dicas de como deveria ser feita ou como deveria ser editada. O chefe de reportagem Ricardo Bereicoa tomou a palavra e explicou para Afonso que algumas matérias para a quinta-feira também estavam sendo produzidas, como uma sobre capoeira adaptada para pessoas especiais e outra sobre o técnico do Vasco, Cristóvão Borges, que estava como interino devido ao afastamento médico de Ricardo Gomes. Matéria esta que chegou a ser discutida se valia a pena ser feita naquele momento, mas que ficou sem uma resposta imediata.

Afonso lembrou ainda da necessidade de se fazer a cobertura de um jogo da Copa Rio, entre América e Friburguense também a ser realizado na quinta-feira. Neste momento, o chefe de reportagem disse que iria ter que alugar um equipamento extra para fazer a matéria e questionou Afonso sobre a verba do GE para este caso. Afonso pensou e concordou com a possibilidade de aluguel. Como o debate causou uma certa surpresa na platéia que assistia, Bereicoa olhou para os alunos e disse: "É... vocês pensam que a Globo é rica, não é não.", para em seguida perguntar para o editor-chefe qual repórter escalava para fazer a reportagem.

Afonso Garschagen indagou se tinha alguma matéria das praças, mas como não percebeu a presença do produtor Roberto Aranha, responsável pelas matérias de outros estados, logo descartou a ideia. Mesmo assim, uma outra matéria sugerida já no final da

[46] Assunto que foi muito comentado e debatido no encontro com o grupo focal e o observador no momento em que assistiam ao programa sendo exibido no dia seguinte, na quarta-feira dia 26 de outubro, e que será melhor explorado no próximo subitem da dissertação.

reunião também mereceu ponderação. Seria um pedido para a praça de Porto Alegre e falava de uma gaúcha, jogadora de vôlei, que também era *miss* na cidade natal. Afonso mostrou preocupação, pois a transmissão das partidas do campeonato feminino de vôlei no Sul era de exclusividade da TV Pampa, uma afiliada da Rede TV, concorrente da Globo. O que gerou a afirmação do pesquisador Duda Magalhães: "Ahhh... tudo bem. Não é da Record. É mais fácil de resolver", deixando clara a briga pela audiência que hoje em dia travam a Tv Globo e a Rede Record.

A reunião terminou às 14 horas e 6 minutos, foi curta e objetiva. Entre agradecimentos, novas fotos e despedidas, partimos de volta a Duque de Caxias, e com a sorte de um trânsito livre chegamos antes das três e meia da tarde.

3.3 **Fazendo o dever de casa**

A terceira etapa do dispositivo era assistir ao programa Globo Esporte na FEBF, junto com o grupo de alunos, um dia a pós a visita técnica realizada, com a finalidade de perceber quais observações nasceriam da conversa informal do grupo focal durante a exibição do produto audiovisual.

Além disso, estava bem claro pra mim que eu encontraria uma mudança no olhar dos futuros geógrafos para com aquilo que seria visto no ar, pois eles – de maneira sutil e resumida – já entendiam um pouco da rotina de produção do programa esportivo. Uma intervenção bem definida do processo que estava desenvolvendo.

Caberia a mim, a partir de agora, poder perceber essas possíveis alterações, tentando encontrar nas palavras lançadas em debate uma expressão de reconhecimento, de nova compreensão por parte dos alunos. Pois, esse pequeno público, telespectador do Globo Esporte, acabou por adquirir informações a mais, detalhes do desenvolvimento telejornalístico que não tinham, diferente do restante da população que assiste ao programa; diferenciado-os deles mesmos; do que entendiam e viam há duas semanas na TV, antes da oficina de telejornalismo.

Foi como se o dispositivo do método empregado inventasse um novo; e esse novo, mais um outro. É assim formando uma série de dispositivos, intercalados, fazendo vizinhança, se abrindo e se descobrindo, como se quisesse acompanhar o processo, efeitos, as

potencialidades, a cada momento. Kastrup e Benevides de Barros falam em “dispositivos dentro de dispositivos, como na série bonecas-russas”, realmente é uma metáfora que cai bem.

E ainda citando Deleuze, as autoras dão uma boa pista para o observador atento a essa etapa do processo com relação à exposição de ideias e opiniões do grupo focal. “É preciso pegar as coisas para extrair delas as visibilidades..., é necessário rachar as palavras ou as frases para delas extrair os enunciados” (DELEUZE, 1995, p. 120).

Foi marcado um encontro às 12 horas e 30 minutos na FEBF, vinte minutos antes do início do programa. Com a ajuda do aluno R.A.S. conseguimos colocar a programação da TV Globo, ao vivo, na televisão da já conhecida sala 105. Enquanto esperávamos pela exibição do Globo Esporte, batemos um papo sobre a visita feita no dia anterior às dependências da emissora.

E numa roda formada pelas cadeiras, nos acomodamos na sala. - E ai? Gostaram? – perguntei.. Rapidamente, falas misturavam frases como “Bacana, muito bacana!”, “Foi legal!”, “Bom, bom, bom”, “Maneiro... gostei muito.”. Para em seguida comentarem alguns momentos específicos do passeio, como a gentileza de algumas pessoas na emissora. “Pô!, o Bola (o diretor de TV Wilson Fernandes) foi show! Teve a maior paciência com a gente na sala de controle”, afirmou R.A.S. Os apresentadores também receberam elogios. “O Escobar é muito bacana. Tirou fotos, explicou o esquema do estúdio” comentou G.D.S.P. O aluno A.A.G.P contou que logo quando chegaram à emissora, ele viu a repórter Fernanda Gentil saindo para uma reportagem.

Ainda deu tempo para ouvir outro diálogo antes do Globo Esporte entrar no ar. Sobre a rotina de produção da equipe de esportes, J.J.G comentou que achava que uma reunião de trabalho, que planejasse o programa, deveria durar mais tempo. “Uma hora, uma hora e meia... E que depois, se tivesse excesso de material, eles jogariam fora, ou não usariam naquele dia”. A resposta de R.A.S. foi imediata. “Acho que foi um dia fraco, por isso durou pouco. A terça-feira é um dia fraco de futebol normalmente...”. O que levou a uma lembrança do aluno L.A.M.A.: “Mas a reunião foi para definir o Globo Esporte de hoje, de quarta-feira.” . Mais uma vez, percebi que os futuros geógrafos já estavam diferentes do dia que os conheci, já estavam discutindo com propriedade a rotina de produção de um programa esportivo que há mais de trinta anos atrai uma audiência fiel.... Antes que pudesse refletir mais sobre isso, ouvi um pedido de silêncio. Era o GE entrando no ar.

Depois da vinheta de abertura, que durou 10 segundos, uma escalada[47] - como se fosse a manchete principal do telejornal esportivo - sobre o jogo do Flamengo daquela quarta-feira deu início ao Globo Esporte. A seguir, numa apresentação bem descontraída, Alex Escobar falava de um personagem muito curioso que tinha invadido o jogo do Botafogo pela Copa Sul-Americana: um cachorro. E a matéria que contou a história da derrota do time brasileiro para a equipe colombiana do Independente de Santa Fé por 4 a 1 e a conseqüente eliminação do alvinegro carioca da competição foi quase toda em cima deste fato inusitado.

O vt mostrou várias imagens do animal correndo em campo, "driblando" jogadores, assistentes, seguranças sob os aplausos dos torcedores no estádio, e ao som - inserido na edição - da música interpretada pelo cantor Bana Men, *Who Let The Dogs Out* (tradução: quem deixou os cachorros saírem?), que foi trilha do filme lançado no Brasil com o título de "Soltando os Cachorros".

Um início que arrancou gargalhadas dos alunos, e até de quem era torcedor do Botafogo, como R.A.S., que apesar de estar chateado com a derrota, se divertiu com a matéria. Quando começaram a mostrar os gols do time colombiano, os alunos esqueceram um pouco o senso crítico e vestiram os papéis de espectadores-torcedores. Falaram muitas piadas para R.A.S., entre elas de que o cachorro era botafoguense e que havia entrado em campo para tentar evitar uma goleada ainda maior.

Foi quando, numa retomada do objetivo da apreciação do programa, R.A.S. lembrou que na reunião de pauta do dia anterior ninguém poderia imaginar que um cachorro entraria em campo e que bagunçaria o jogo, fato este também comentado pelos demais participantes do grupo focal sob a explicação de que "no jornalismo tem que contar com o inesperado", explicou I.C.D.C.

A matéria desta partida entre Botafogo e Independente de Santa Fé durou cerca de 2 minutos e 50 segundos, um tempo considerável para um jogo em que o time carioca havia sido eliminado. E a explicação pode ser entendida ao final da reportagem quando o apresentador Alex Escobar fez um combinado com a audiência: "A gente lembra só do cachorro, esquece o resto". A montagem na notícia através da invasão canina, além de curiosa, foi uma maneira de aliviar a derrota do alvinegro carioca.

---

[47] Segundo Silvio Júlio Nassar em *1000 perguntas sobre Televisão*, Rio de Janeiro: Rio, 1984, p 105, a escalada "é uma palavra usada como sinônimo de manchetes. Surgiu na época de implantação do jornal em cadeia nacional, quando era dado o aviso para que todas as emissoras entrassem em rede".

O vt seguinte anunciava outro jogo, mas desta vez, um que ainda iria acontecer: na quarta-feira, à noite, entre Vasco da Gama e o time Aurora, da Bolívia. E também se percebeu uma mudança da matéria realizada pelo repórter Eric Faria e daquilo que foi pensado anteriormente na reunião de pauta. O outro vt mostrava apenas um depoimento do técnico do Corinthians, Tite, falando da preparação do time e que tem que se ter respeito sempre pelo adversário; no caso da próxima partida, o Avaí, de Santa Catarina.

O primeiro bloco que teve no total um pouco mais de 11 minutos exibiu ainda outras duas matérias. A primeira é um quadro fixo (que de tempos em tempos é realizado) chamado de "Parceiros do RJ". No programa de 26 de outubro, foi uma matéria sobre o time do Campo Grande, aparentemente realizada pelos moradores do bairro da Zona Oeste do Rio de Janeiro. Isso porque, apesar de ter algumas imagens mostrando o morador Felippe Nascimento entrevistando torcedores e jogadores, e recebendo o crédito de "Reportagem", há toda uma produção e roteirização planejada pelo jornalista responsável pelo quadro no programa esportivo, Rafael Pirrho. Os alunos de geografia assistiram a matéria sem muitas indagações, só afirmaram que este vt foi falado na reunião de pauta.

Aqui vale uma observação.. Já não é de hoje que se constrói uma reportagem jornalística utilizando o recurso de se explorar a participação popular dentro do contexto em questão. Inclusive dando a oportunidade para o cidadão, o morador, fazer as entrevistas, perguntar aos envolvidos sobre questões importantes, como se este tipo de matéria passasse a mensagem de que, desta forma, a reportagem seria feita do morador para o morador, com a cara do morador, atendendo os anseios da localidade.

O outro vt que encerrou o bloco foi sobre os Jogos Pan-Americanos que estavam sendo realizados em Guadalajara, no México. Este sim, causou comentários interessantes por parte do grupo focal. A matéria realizada pelo repórter Édson Viana trazia no texto da cabeça do apresentador a informação importante de que o Brasil havia ganhado a sua milésima medalha da história dos Jogos Pan-Americanos, mas mesmo assim o vt foi bastante questionado. Isso porque – mesmo falando dos resultados vitoriosos no Brasil no dia anterior – a reportagem tratava mais sobre uma luta de exibição muito popular no México, o *telecatch,* do que outra coisa. Uma matéria de comportamento que arrancou observações dos alunos. "É uma matéria fria. Tirando os resultados, poderia entrar outro dia", afirmou J.J.G., para em

seguida ser completado por L.A.M.A. “É aquilo que você chamou na oficina de matéria de gaveta”[48], lembrou o aluno, dirigindo-se a mim.

Os comentários não pararam por aí. “Tá todo mundo reclamando da cobertura da TV Globo nesses Jogos. Eles não falam se o Brasil vai disputar medalhas porque não estão transmitindo”, definiu R.A.S., para depois concluir: “Se a Globo transmitisse seria diferente a matéria no Globo Esporte”. Realmente, uma das medidas tomadas pela direção de Jornalismo da emissora foi divulgar os resultados das competições, mesmo que não tivesse o direito de exibir em seus programas jornalísticos as imagens das provas. Mas também foi definido que em nenhum momento se iria dizer que o Brasil estaria disputando a medalha de ouro ou bronze, seja na natação, no futebol, no atletismo, no judô ou em qualquer outro esporte, coletivo ou individual. Isso porque se o fizesse, estaria indiretamente “convocando” o público da TV Globo a assistir os eventos dos Jogos Pan-Americanos de Guadalajara em outro canal de Tv Aberta[49] concorrente: a Rede Record. No contrato de transmissão dos Jogos, ficou estabelecido que para o grupo de emissoras que compõe a empresa Globo Comunicações e Participações S.A., somente os canais Sportv, da Globosat (Tv fechada), iriam transmitir o Pan no México. Um público, em sua grande maioria, bem diferente do que assiste a Tv Aberta.

No bloco seguinte, três matérias. Uma sobre a preparação do time do Fluminense para a partida contra o Ceará, pelo Campeonato Brasileiro; outra sobre um caso de doping no vôlei de praia, e uma sobre um grave acidente na motovelocidade, que causou a morte do piloto italiano Marco Simoncelli, durante o GP de Sepang, na Malásia. As imagens mostravam ele caindo durante a prova, o capacete saindo da cabeça, e ele sendo atropelado por outras motos que passavam. Uma cena forte que deixou em silêncio a sala de aula. Sob os olhares atentos e expressões sérias, uma observação partiu da única aluna do grupo. “Eu não consigo ver o corpo na hora da queda”, disse I.C.D.C., explicando que a moto e o piloto se misturaram na imagem, provocando ainda mais o impacto da notícia.

Antes que o último bloco fosse ao ar, o papo de torcedor já havia retornado à sala de aula. O vascaíno S.V.A.B e o rubro-negro G.D.S.P. debatiam sobre os jogos da quarta-feira à noite, cada um dizendo que seus times iriam vencer os confrontos pela Copa Sul-Americana. Foi quando, no momento em que fiz uma pergunta sobre quais eram os times de coração de

[48] Em *Dicionário de Comunicação*, Rio de Janeiro, Campus, 2001, os autores Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Guimarães Barbosa, definem “gaveta” como “a matéria jornalística atemporal, que pode ser guardada para a publicação conveniente”.

[49] Sistema de Tv que gera livremente o sinal dos conteúdos audiovisuais. Tv gratuita.

cada um dos componentes do grupo, percebi que ser torcedor ou não de um clube de futebol independe de gostar ou não de programas esportivos. Apesar de curtir o esporte e entender um pouco do que está acontecendo, pois acompanha o noticiário de um modo geral, J.J.G. afirmou não ter um clube pelo qual torce ferrenhamente, como os demais companheiros da sala. Disse simplesmente: “Eu torço muito pelo Brasil”.

Assim que voltou o Globo Esporte, G.D.S.P. alertou: “Agora é o Mengão!”, para depois dizer, com sinceridade, que pouco acreditava no sucesso da missão que o time do Flamengo tinha pela frente. No primeiro jogo, aqui no Brasil, o rubro-negro carioca foi goleado por 4 a 0 do Universidad do Chile, e nesta partida em solo chileno teria que no mínimo repetir o placar, desta vez a favor, para levar a decisão da vaga às quartas-de-final para a disputa de pênaltis. A matéria mostrava alguns depoimentos dos jogadores acreditando no êxito do time e para reforçar ainda mais, o Globo Esporte levou ao ar um quadro chamado “Baú do Esporte”, produzido pelo pesquisador Duda Magalhães, mostrando que no ano de 2000, o Flamengo conseguiu vencer o mesmo time chileno pelo placar de 4 a 0. Uma demonstração clara de incentivo, mas de incentivo ao torcedor rubro-negro ligar a tv na Globo, à noite, para acompanhar a transmissão, garantindo assim parte das audiência no horário. Tanto que ao final da matéria, a cabeça do apresentador Alex Escobar foi esta: “Vou te falar, primeiro que não tem nada impossível no futebol. Segundo que os caras já estão dando a classificação como certa (...) Sei não cara, de repente dá. Se eu fosse você assistiria hoje, depois de Fina Estampa, Flamengo e Universidad do Chile, Copa Sul-Americana...”. É como se agendasse a importância desta partida na rotina do público telespectador da Tv Globo.

O último vt do programa deste dia 26 foi sobre superação. Uma matéria especial de 3 minutos e 50 segundos sobre uma forma de capoeira adaptada para deficientes físicos, ou como agora são chamados na televisão com um termo “politicamente correto”, para pessoas especiais. Quando entrou a matéria, alguns lembraram que ela estava prevista para ser exibida na quinta-feira e não na quarta.

O drama da narrativa do personagem e uma música de fundo bem melódica procuraram sensibilizar quem estivesse assistindo. E de fato, os alunos permaneceram calados quase que cem por cento ao longo da matéria. Para ao final da reportagem, num suspiro meio que coletivo, dizerem: “Bom... é isso!”.

Ainda havia tempo para mais uma informação do apresentador Alex Escobar, antes das “letrinhas subirem”, um termo empregado por ele mesmo ao final da maioria dos programas para identificar para o público a hora em que os créditos finais são exibidos. Mas para a surpresa, não era uma notícia de última hora, que não havia dado tempo de falar ao longo do GE. Escobar usou os vinte segundos finais para mais uma vez chamar o telespectador para acompanhar à noite, o jogo entre Flamengo e Universidad do Chile, Copa Sul-Americana, transmissão da TV Globo. Um último apelo, demonstração de preocupação com a audiência do futebol naquela noite.

3.4 **A FEBF abre as portas**

A penúltima etapa do dispositivo foi à ida do editor-chefe do Globo Esporte, Afonso Garschagen, à Faculdade de Educação da Baixada Fluminense e isso aconteceu no dia 29 de novembro, uma terça-feira à tarde. Fui à emissora buscá-lo e chegamos à Faculdade por volta das 14 horas e 40 minutos. Os alunos já o esperavam apreensivos e fomos direto para uma sala de aula. A ideia era realizar o encontro como se fosse uma entrevista coletiva, onde quem quisesse fazer perguntas sobre o Globo Esporte, tirar dúvidas, mas sem obrigatoriedade.

A primeira pergunta veio de I.C.D.C. e foi sobre a imparcialidade. A aluna queria saber se quem trabalha no Globo Esporte age com imparcialidade no trato das matérias relacionadas com os times de futebol pelo qual torcem.

Garschagen explicou que todos tentam trabalhar com imparcialidade, mas sem se culpar por torcer por este ou aquele time de coração. Diz que normalmente escala um editor que torce para um time “A” para editar a matéria do time “B”, isso porque o que acontece na maioria das vezes é que o editor é mais crítico na edição da matéria do seu clube do que do rival; disse ainda que todos devem ter convicção no trabalho que estão realizando, inclusive ele, e deu um exemplo: “Hoje mesmo teve um exemplo disso. A domingo teve uma decisão do Torneio Otávio Pinto Guimarães, na categoria de juniores, e o Flamengo foi campeão em cima do Fluminense. Na reunião de ontem, a ideia era a matéria abrir o programa, no primeiro bloco, mas eu acabei optando por encerrar. E por quê? Não é porque torço pelo Flamengo... é porque a outra matéria, que a gente tinha pensado para fechar o programa não ficou tão boa. E o VT dos juniores estava bem bacana. Fiz com convicção, não tenho dúvidas sobre isso, não foi meu lado torcedor que falou mais alto”, contou Afonso Garschagen.

Pegando o gancho da pergunta anterior, L.A.M.A. indagou sobre a escolha dos assuntos das manchetes. O aluno disse acreditar que na maioria das vezes há mais destaque para o time de futebol do Flamengo do que de outros clubes do Rio de Janeiro na grande maioria das edições do Globo Esporte.

O editor-chefe disse que essa é uma preocupação dos editores do programa e da direção da emissora: tentar buscar o equilíbrio na porcentagem das matérias exibidas no Globo Esporte, no Rio, com relação aos quatro principais clubes: Flamengo, Vasco, Fluminense e Botafogo. Ele afirmou saber que o torcedor do Botafogo deve se sentir incomodado, pois entre os quatro clubes citados anteriormente é o que em números (quantidade de tempo) tem a menor exposição no ar, mas que tenta "equilibrar o jogo" sempre que possível.

Mesmo defendendo a ética no trabalho que realiza, assumiu que trabalha para uma TV comercial e que o que norteia a produção é a audiência. "O futebol internacional, por exemplo, dá audiência. Muita gente quer ver uma matéria melhor sobre o jogo do Messi, do Cristiano Ronaldo..., então ao invés da gente colocar na segunda-feira no Globo Esporte, já que os jogos lá fora também são no fim de semana, a gente fez a opção por colocar na terça, pois tem mais espaço, a gente pode dar mais valor ao material que a gente recebe por agências, ao invés de ficar curto na segunda, pois tem o campeonato brasileiro, e o público questionar. Não nego, sou norteado pela audiência. E se fosse com vocês? como vocês fariam se trabalhassem em uma emissora comercial? Se não tiver audiência, você perde espaço", completou Garschagen.

Outro assunto que surgiu foi sobre o papel do apresentador Alex Escobar. O aluno H.S.M. quis saber como surgiu a ideia de colocar o Escobar como apresentador do Globo Esporte, já que ele não se enquadra no perfil de um apresentador bonito – típico do telejornalismo brasileiro - já que é alto, magro, careca...

Afonso pensou muito e resolveu colocar o próprio Escobar na entrevista. Bipou o rádio do apresentador e replicou a pergunta do aluno. O apresentador aproveitou a ocasião e brincou, sendo ouvido por todos na sala, através do rádio de Garschagen: "Eu... feio? Você deve estar falando de outra pessoa. Ahhh. deve ser o Tande (ex-jogador de vôlei e outro apresentador da TV Globo). Dizem na rua quando me encontram que eu só estou na TV porque sou bonitão!", contou Escobar, arrancando risadas entre os alunos.

Em seguida, Afonso respondeu: “Estão vendo: esse é o Escobar. Ele é assim mesmo, brinca com tudo, com muito bom humor. E essa é uma tendência do Esporte, misturar jornalismo com entretenimento. E neste caso, o Escobar é a pessoa certa.”, se dizendo ainda que se sente orgulhoso por ter sido na sua gestão, frente ao programa, que o Escobar ganhou espaço como apresentador, que não houve a preocupação com o modelo estético, tão enraizado nos meios televisivos, e sim em fazer a comunicação funcionar. “O Escobar é um comunicador nato”, sentenciou o editor-chefe.

A informalidade do apresentador também foi lembrada por Garschagen. Segundo ele, na prática, se é necessário dar uma informação rápida no G.E. que não estava planejada, “é só passar a ideia dela para o Escobar pelo ponto de ouvido[50] que ele improvisa no ar e o público compreende”, disse, para completar em seguida com um exemplo já analisado anteriormente. “Ele vai para a rua com o “Cafezinho do Escobar” e se diverte, e diverte o público também. A musiquinha da careca dele foi espontânea... é claro que se a gente pensasse isso há uns dez anos seria ridículo, mas hoje colou, o público gosta”, explicou.

Ainda sobre o Escobar, o aluno R.A.S. lembrou que já o conhecia desde quando ele apresentava um programa numa rádio e que ele assume no ar que torce pelo América do Rio. Sobre este fato, Afonso deu sua opinião: “Talvez por ele ser América mesmo, os outros torcedores não reclamam nem questionam, pois é um clube querido por todos e porque não vem decidindo nada ultimamente. Já ouvi dizer que o público gostaria que os apresentadores e repórteres abrissem seu time de coração. Eu particularmente não aprovo, pois o torcedor é muito apaixonado e na hora que perde, a racionalidade vai para o ralo e pode perder também a cabeça. Não estamos preparados para isso. Temos que pensar na segurança dos profissionais que vão às ruas, aos estádios”.

H.S.M. fez nova pergunta. Desta vez quis saber qual o dia da semana o Globo Esporte tem maior audiência. Afonso respondeu que normalmente é a segunda-feira, devido ao número de eventos esportivos que acontecem no final de semana, mas que isso não é uma regra, pois vai depender também muito dos resultados dos jogos dos times cariocas, além de outros fatores. “Todo mundo ganhou? Choveu neste dia? É feriado? O que está acontecendo no Rio, fora esportes, tem uma notícia bombástica? No dia em que o RJTV 1ª edição noticiou “a tomada do morro do Alemão” não se falava de esportes, nem teve Globo Esporte direito. Outra coisa: tem terça-feira que a audiência é inexplicável, mas que na segunda”, contou,

[50] Sistema de comunicação entre o editor-chefe ou diretor do programa e o apresentador

afirmando ainda que a TV Record e o SBT (Sistema Brasileiro de Telecomunicações) disputam o segundo lugar no horário em que o programa está no ar.

Então foi a vez de uma pergunta mais técnica. S.V.A.B. indagou sobre quanto tempo demorava para se fechar uma edição do Globo Esporte. O editor-chefe Afonso fez algumas contas, calculando o tempo da reunião de pauta, o tempo médio de uma reportagem na rua, o tempo em que o repórter demora em escrever a matéria e o tempo de edição da mesma. “Acho que umas 15, 16 horas diárias..., mas vai variar muito. Tem matéria que começa a ser feita hoje e só vai terminar na semana seguinte. Olha, não tenho uma resposta cravada para isso”, explicou com sinceridade.

Outra pergunta relacionada com a produção foi feita por G.D.S.P.. O aluno lembrou que na reunião de pauta que assistiu na emissora, havia uma matéria sobre capoeira que poderia ser colocada em qualquer dia na semana. “É isso que vocês chamam de matéria de gaveta?”, perguntou.

Afonso explicou que sim, mas que normalmente essas matérias de gaveta são feitas para serem exibidas mais no final do ano, quando o esporte dá uma baixa no que diz respeito às competições. “Já estamos produzindo matérias de gaveta, sobre as retrospectivas dos times cariocas no ano... sobre um colecionador de camisas..., quando acabar o campeonato tem que ter assunto ainda para colocar no ar”.

Depois de quase uma hora de papo, um último questionamento. O aluno J.J.G. perguntou sobre a importância do ídolo esportivo e se o Globo Esporte criava ídolos. A resposta de Afonso Garschagen foi direta. “Existe uma pesquisa que foi encomendada para que a gente entendesse o telespectador do programa e que apontava que nada melhor do que um ídolo para atrair gente aos estádios, público na TV. Um ídolo é sempre importante, não só no futebol. O Cesar Cielo, por exemplo, é um ídolo da natação. Os clubes devem investir em ídolos, o Botafogo investe no Loco Abreu[51], no futebol. A gente também investe. O Globo Esporte não cria ídolos, eu penso que ajuda a potencializá-los”.

Afonso se dá por satisfeito e sorri. Em retribuição, os alunos aplaudiram a gentileza da visita. Depois de agradecimentos e cumprimentos afetuosos de todos os lados, começo a pensar sobre o que ficou de interessante depois dessas etapas, o que surgiu e o que se escondeu depois deste dispositivo. Na etnografia proposta, cabe não definir melhor somente

[51] Durante os anos de 2010 e 2011, o atacante uruguaio Loco Abreu se firmou como ídolo da torcida alvinegra do Rio de Janeiro, inclusive por conquistar o título de campeão carioca na primeira oportunidade (2011).

quem são os elementos do grupo a ser analisado, ou o que pensam apenas, mas ainda como eles podem se modificar através de novas experiências Talvez as entrevistas nos mostrem isso.

4 **DIÁLOGOS**

Ao longo do processo percebi a importância de realizar não só as entrevistas[52] com os alunos como também com o editor Afonso Garschagen, já que a experiência de participar desta dinâmica, onde conversaria com um grupo de telespectadores, tanto na emissora quanto fora dela, tirando suas dúvidas, foi para ele inovadora. “Foi uma experiência inédita, nunca tinha tido esse contato com o público, reduzido ou não, eu nunca tive um contato como esse em formato de pesquisa e que, potenciais telespectadores, assistissem *in loco* como é feito o programa, como é a emissora por dentro, depois assistissem novamente o programa em casa, e depois tivessem um contato comigo para falar sobre o mesmo programa, dar suas impressões e suas curiosidades acerca do trabalho que é feito”, explicou Garschagen.

Desta forma, estarei intercalando algumas respostas do editor-chefe com as do grupo focal, sempre procurando estabelecer uma coerência narrativa diante dos assuntos, que também serão analisados sob à ótica dos autores já citados nos capítulos anteriores. Lembrando ainda que o grupo focal é composto por sete alunos e uma aluna do curso de Geografia da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, que têm, a maioria, entre 19 e 22 anos (à época da entrevista), e que moram na região periférica do Rio de Janeiro, ou em Duque de Caxias mesmo, ou em bairros como Guadalupe, Irajá, ou ainda em outros municípios da Baixada Fluminense, como Belford Roxo.

A primeira questão parte do interesse inicial pelo futebol e a escolha clubística que cada um teve na infância ou adolescência. Todos os oito participantes do grupo focal se disseram influenciados pela família (pais, tios, irmãos) e/ou pelas vitórias e conquistas do time escolhido, no momento da escolha. “Foi herança do meu pai.”, disse o botafoguense R.A.S.; “Influencia da família. Lá todo mundo torce para o Flamengo, então foi algo natural.”, explicou H.S.M.; “Influencia do meu avô, do meu pai, que era da época do Zico”, contou o rubro-negro G.D.S.P., para em seguida completar: “Depois veio aquele gol do Petkovic[53] e aí foi. O meio de comunicação é importante nisso. A mídia influenciou muito, o gol do Petkovic ajudou, eu já era flamenguista, mas o que me firmou, na mídia, foi o gol do Pet.”.

[52] As entrevistas foram feitas no período entre março de 2012 a junho de 2012.
[53] Em 2001, o Flamengo sagrou-se tricampeão carioca ao derrotar o Vasco da Gama por 3 a 1. O terceiro gol do rubro-negro foi marcado pelo sérvio Petkovic, de falta, aos 43 minutos do segundo tempo.

A constatação de G.D.S.P. não é um caso isolado. Outros alunos também têm consciência da força dos meios de comunicação. Para a vascaína I.C.D.C., apesar de ter um pai torcedor do Flamengo e uma mãe botafoguense, falou mais alto o que ela assistia: as vitórias do Vasco. “Eu nasci na década de glória do Vasco, 90, os meios de comunicação podem ter me influenciado”. Já para o flamenguista, A.A.G.P. foi algo natural: “Quando escolhi, o time estava ganhando muitos estaduais, o pai e a mãe são flamenguistas... e, normalmente, a Rede Globo passa a maior parte dos jogos do Flamengo... isso também influenciou”. É como houvesse uma conivência por parte do torcedor que aceita ser influenciado, que se permite ser induzido pela grande mídia. Então, a produção maquínica de subjetividade não consiste só da ingerência na formação de gostos, produtos, afetos, como também na moldagem destes indivíduos que agora passam a aceitar tal condução. A televisão faz muito bem isso. Para muitos, é o único meio de diversão, e se apropria disso para anestesiá-los; para outros, é um meio de passar um tempo ocioso sem pensar criticamente em algo, como um descanso, mas feito em parceria. Se fóssemos personificar a tv, seria: eu assisto você, te dou audiência, te deixo me influenciar e você me diverte.

E mesmo em um grupo focal pequeno, restrito, há comportamentos que chamam a atenção. No primeiro deles, apesar de reconhecer a influência familiar na escolha do time de coração, os dois alunos que torcem para o Botafogo se dizem torcedores do alvinegro carioca para romper com a maioria. “Sou a favor do oprimido, do menos favorecido, de quem tem menos chance... e como eu vi que os outros clubes tinham mais espaço na mídia, fui do contra e passei a torcer pelo Botafogo”, explicou R.A.S..Uma posição singular, próxima a de L.A.M.A. “Com o tempo, fui me identificando com o jeito de ser Botafogo, que é fugir aos padrões, é ter personalidade. Tem uma coisa mística mesmo de ser supersticioso, de não remar com a maré, de não aderir a uma massa que escolhe ser Flamengo.” Apesar da escolha dos dois ser diversa da grande parte dos torcedores do Brasil[54], ainda sim, a opção está dentro de uma conjunção estabelecida de times de futebol, inclusive dentro de um grupo seleto de clubes, já que o Botafogo juntamente com Fluminense, Vasco e Flamengo fazem parte dos clubes do Rio de Janeiro “considerados grandes” pela imprensa.

Mas foi no depoimento de J.J.G. que ficou claro que, mesmo em meio a existência de uma produção de subjetividade maquínica de escala, há a possibilidade de

[54] Em pesquisa feita pelo Ibope/Lance o Flamengo possui cerca de 33,2 milhões de torcedores ou simpatizantes. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/minuto/Flamengo-torcida-mundo-acordo-levantamento_0_771522910.html>. Acesso em: 21 jan. 2013.

singularização.“Não torço para nenhum time por opção. No inicio até torci para alguns times que minha família torcia, Vasco... Flamengo...mas depois desisti. Desisti porque acho que era melhor ser mais imparcial, sem se associar a alguma agremiação.”, relatou J.J.G., deixando claro que apesar de não torcer por um time específico, gosta muito de esportes. “Eu gosto muito do espetáculo, do bom jogo, da disputa. Até olimpíadas na neve eu vejo.”

> Deve-se admitir que cada indivíduo, cada grupo social veicula seu próprio sistema de modelização da subjetividade, quer dizer, uma certa cartografia feita de demarcações cognitivas, mas também míticas, rituais, sintomátológicas, a partir da qual ele se posiciona em relação aos seus afetos, suas angústias e tenta gerir suas inibições e suas pulsões. (GUATTARI, 1992, p.21-22)

Assim se coloca como um elemento contrário, em parte, da orquestração simbólica que os grandes meios de comunicação impõem. Quando J.J.G. admite não ter um time para torcer, não achar interessante isso, ele está promovendo uma desterritorialização, tal como um nômade, um esquizo, que não aceita a dialética da oposição. “O nômade, a exempo do esquizo, é o desterritorializado por excelência, aquele que foge e faz tudo fugir. Ele faz da própria desterritorialização um território subjetivo” (PELBART, 2003, p.20). Mas apesar de atualmente se posicionar como um não torcedor, J.J.G. afirmou também que já teve que mentir para não se sentir excluído.“Era estranho para os outros eu dizer que não torcia para nenhum time, aí eu dizia que torcia para um time lá de fora, o Manchester, na Inglaterra, o Real Madrid, na Espanha.”, contou. Uma situação que nos faz lembrar o conceito de “espiral do silêncio”, apontado no capítulo 2 desta dissertação.

Um outro assunto debatido nas entrevistas foi com relação ao acompanhamento do Globo Esporte por parte do grupo focal. Todos se disseram público cativo do programa, e que só não assistem com mais frequência devido a compromissos de trabalho e estudo. E dois pontos chamaram a atenção entre as respostas obtidas. O primeiro vem carregado de críticas e é sobre a escolha dos assuntos divulgados no programa. Para eles o Flamengo, por ser o clube de maior torcida, leva vantagem. “Desde o ensino médio, passei a perceber isso. Tive um professor que era socialista e que dizia que a Globo incentivou na década de 80 o crescimento do Corinthians e do Flamengo no nordeste”, relatou H.S.M., lembrando que o acadêmico ainda “batia” muito no poder da emissora, sempre atrelada aos grandes grupos capitalistas.

A explicação passa então a ser mercadológica. “Eles martelam mais o Flamengo porque a torcida é maior. Tenho um amigo jornaleiro que diz que quando o Flamengo ganha

um campeonato, vende tudo.” Disse sorrindo o rubro-negro G.D.S.P., que encontra coro em outras vozes: “Sempre vi que o Flamengo por ter mais torcida sempre teve e vai ter mais destaque no esporte, positiva ou negativamente”, definiu R.A.S. E ainda como fala a vascaína I.C.D.C.: “A torcida reclamava que algumas matérias de outros clubes eram maiores e ai eu passei a notar isso. Mas entendo que isso é normal. O espaço vai ser maior para o público que tiver mais audiência. Não acho que seja tendencioso”.

Quando entrevistado, Afonso Garschagen foi taxativo: “O que norteia a linha editorial, primeiramente, não é a audiência. Em outros tempos, a audiência era muito mais massacrante da TV Globo, se a gente fosse olhar para esse prisma, há vinte anos, era para se manter o que estava sendo feito. Não, isso foi mudado. Se a gente se importa com a audiência, é claro, somos uma empresa comercial, jornalística, mas tem seus anunciantes. A parte comercial é importante, mas não é audiência que norteia a parte editorial, posso te afirmar”.

Mas nem sempre a resposta sobre esta questão foi bem aceita e o fato do G.E.“tender” para o Flamengo é objeto de reclamação. “As matérias que relacionavam Vasco e Flamengo, a meu ver muitas das vezes são tendenciosas. O Flamengo é colocado "na frente" do Vasco sempre. Até mesmo na história do vice do Vasco”, reclamou S.V.A.B., vascaíno, que diz que o próprio editor-chefe do Globo Esporte é tendencioso. “As pessoas podem até tentar fazer um programa que não seja, mas é uma coisa que sempre vai existir, porque todos tem suas preferências. O próprio Afonso pode não admitir, mas o próprio é tendencioso, sim. Mas acredito que muitas das vezes o tamanho e tempo das matérias dos times se relacionam com a quantidade de torcida do mesmo. A audiência do programa é com certeza o principal fato a ser levado em conta”.

O lado altamente positivo para todos com relação ao programa se refere não só no formato de apresentação como também na escolha do apresentador do Globo Esporte do Rio de Janeiro. E o fato deles terem tido a oportunidade de conhecer o apresentador Alex Escobar, só reforçou o conceito. “O Escobar é o que ele é na televisão. Ele é super simpático. Ele deixa o programa mais engraçado. O GE tem essa cara mais descontraída, informal”, disse A.A.G.P. . O aluno R.A.S. quase que repete as palavras do colega: “O Escobar é a mesma coisa, na frente das câmeras ou não. A autenticidade dele dá credibilidade para ele. O público não encara ele como um apresentador, mas como um amigo de rua”. A conclusão de R.A.S. sobre a empatia que o apresentador tem com o público, num processo de coexistência que se repete quase que diariamente, faz menção à análise de Félix Guattari sobre os ritornelos existenciais

no consumo televisivo. Para o autor, vários são os componentes de subjetivação que atravessam o telespectador diante do foco luminoso do aparelho de tv. “Isso se deve a essa ritornelização que me fixa diante da tela, constituída, assim, como nó existencial projetivo. Sou o que está diante de mim. Minha identidade se tornou o speaker, o personagem que fala na televisão” (GUATTARI, 1992, p.28-29).

O papel de Alex Escobar, seja apresentando o programa, seja indo às ruas nas reportagens externas ou para a produção do quadro “Cafezinho com o Escobar” colabora para o pensamento mais contemporãneo do noticiário jornalístico, voltado para unir “entretenimento” e “informação”. Com Escobar, o astral sério e compenetrado sai de cena para dar espaço a um espírito mais informal, mais próximo do cotidiano do publico que o assiste. E por mais que o editor-chefe não tenha afirmado, a escolha do apresentador transparece uma necessidade atual, de satisfação do próprio público do programa. É só “ler nas entrelinhas” o depoimento de Afonso.

> *O Escobar é um grande comunicador, é um cara carismático, entende de esporte, consome esporte. Ele transparece essa simpatia no ar, ele se comunica muito bem com as pessoas. É um sujeito tranquilo, simpático, todo mundo gosta dele (...), porque ele transmite isso, parceiro, carioca, um grande amigão, cariocão de Bangu... tem essa levada do carioca, é bem aceito, ele é perfeito para essa pegada de esporte como entretenimento. Ele se comunica bem com os aficionados por futebol e mesmo aqueles que não conhecem tanto. Quando vai pra rua é bem recebido pelas senhoras, pelas velhinhas... A gente conseguiu unir um profundo conhecedor de futebol com essa leveza de uma TV aberta. [...] Ele tá entrando na casa das pessoas na hora do almoço para falar com crianças, mulheres... enfim, ele tem que ter uma linguagem universal que atende a todo mundo.*[55]

Para Afonso, a chegada de Escobar à frente do Globo Esporte se deve a uma mudança de pensamento que o programa vem passando há quase uma década: “Houve uma evolução natural de linguagem, ao longo desses anos, e logicamente eu contribuí e participei dessa evolução. O Globo Esporte tinha uma linguagem muito atrelada ao jornalismo, isso sem juízo de valor, jornalismo esportivo, a gente simplesmente passava a informação, isso não quer dizer que era bom ou ruim, certo ou errado, apenas era um formato que talvez com o tempo estivesse um pouco desgastado”, contou o editor, explicando ainda que a mudança veio através de uma percepção da sociedade: “Nesse mundo tão clipado [...], em que cada um é produtor de vídeo, de conteúdo. Tantos e tantos jovens não produzem seus próprios vídeos? Cada vez mais a força da Tv fechada... isso também influencia na Tv aberta e na forma como a gente vê o esporte. O esporte passou a ser visto na TV Globo não só como jornalismo

[55] Depoimento de Afonso Garschagen, editor-chefe, do Globo Esporte, em entrevista concedida em março de 2012.

esportivo, mas como também uma grande parcela de entretenimento. Isso foi uma grande virada".

Essa leveza que a editoria de esporte, dentro da Tv Globo, prega, o aproxima e muito dos produtos de entretenimento realizados em outros setores da emissora como a linha de shows e a produção de programas de variedades. O Globo Esporte então passa a não ter obrigações e comprometimento com as notícias mais tensas e complexas que o esporte pode acabar por produzir, já que seus personagens são, claro, homens e mulheres, e como tal podem estar envolvidos em notícias de polícia, de política... deixando assim para essas editorias a cobertura.

Mas existe uma característica apresentada no noticiário esportivo, muitas das vezes de forma subliminar, que foi levantada pelo aluno J.J.G. e que merece uma pequena discussão a respeito. Segundo ele, algumas matérias do Globo Esporte, em sua essência, passam, entre outras coisas, valores dignos para a formação do caráter do ser humano. "O Globo Esporte me passa que o esporte era sinônimo de felicidade, saúde, alegria..., e os valores que o esporte passa: lealdade, companheirismo entre os esportes coletivos... eu peguei muito isso", afirmou J.J.G..

> *Se eu vejo uma imagem que foi colocada em uma matéria que dá valor a uma agressão, eu tiro. Eu nunca vou privilegiar uma bandeira de torcida organizada que faça menção à violência, por exemplo. São princípios que estão presentes o tempo todo, na esportividade, amizade, companheirismo, adversário como oponente nunca como inimigo, faz parte dos preceitos do esporte, e estão ligados ao GE.*[56]

Sua produção de subjetividade consegue, juntamente com a "compra" do noticiário esportivo pelo público-alvo despertar valores morais que andam em falta na atualidade. Se formos usar algum conceito já discutido, talvez a questão da ecologia moral e social levantada por Guattari passe por aqui, no que diz respeito a possibilidade de mudança nas relações sociais. Para o autor, não é possível apenas realizar estas transformações do lado de fora, se opondo uniteralmente à máquina capitalista.

Dentro desse universo de valores morais e estratégias mercadológicas, apresenta-se o ídolo esportivo como personagem principal da questão. J.J.G. diz que quando a mídia diz que o jogador é bom e insiste com isso, "a gente começa a pensar que ele é bom mesmo". Para

[56] Depoimento de Afonso Garschagen, editor-chefe, do Globo Esporte, em entrevista concedida em março de 2012.

H.S.M., a mídia tem papel fundamental na construção do ídolo e cita Romário como um exemplo na sua vida. “Lembro que o Romário era o principal ídolo em 95, foi bem marcante, a mídia foi bem marcante também. Achava ele um ídolo, eu não me lembro da Copa de 94, mas sei que ele foi um dos melhores para conquista do título. Eu lembro: eu queria ser o Romário, tinha a camisa dele. Ele tinha toda uma mística em cima dele (...). Romário era o cara, aquele marra dele... a mídia sempre martelou muito em cima disso”, contou H.S.M. apontando para a relação torcedor-ídolo, fortemente influenciada pelo discurso dos meios de comunicação.

> A linguagem não é informativa nem comunicativa, não é comunicação de informação, mas – o que é bastante diferente – transmissão de palavras de ordem, seja de um enunciado a um outro, seja no interior de cada enunciado, uma vez que um enunciado realiza um ato e que o ato se realiza no enunciado. (DELEUZE; GUATTARI, 1995, p.17)

Uma palavra de ordem, o ídolo agora faz parte de nossa vida, até dentro de casa. A identificação com o jogador de futebol fica ainda mais forte no depoimento de G.D.S.P., que numa brincadeira de criança se escala ao lado de jogadores consagrados, no futebol brasileiro e no cenário mundial. “Tive camisa do Zidane, do Real Madrid. Quando ia montar time no videogame: o ataque era eu e o Romário, o meio-campo era Petkovic e Zidane. Tu sonha com isso, né?”, explicou.

No depoimemto da aluna I.D.C.D., a palavra de ordem fica mais clara ainda quando a televisão “vende” um produto novo, uma ideia nova, ou melhor, algo que o bem comum estava produzindo e que, numa visão de fatia de mercado, foi absorvido pela mídia. No caso do Globo Esporte, um esporte até então renegado como era o caso do jiu-jitsu encontrou uma nova roupagem num mix de artes marciais. “Ninguém acompanhava o UFC[57] e agora tem tanto na mídia que o que tem agora é fã de luta. Um ano atrás você não via ninguém acompanhando luta, foi a mídia q fez isso”, disse I.D.C.D.

Mas como todo processo de cima para baixo pode promover uma reação, minoritária sim, mas que marca seu espaço, que desterritorializa, ainda que timidamente, G.D.S.P, entende também que às vezes há um excesso na produção midiática pela busca “desenfreada” por ídolos ou heróis. “Acho que quando comparavam o Felipe (meio-campo, que acertou com o Fluminense para a temporada de 2013), que jogava no Flamengo, com os dribles do

[57] O Ultimate Fighting Championship (UFC) é a maior organização de artes marciais mistas do mundo. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ultimate_Fighting_Championship>. Acesso em: 22 jan. 2013.

Garrincha, havia um certo exagero". A análise fria do aluno mostra que o receptor, do outro lado da tela, não é simplesmente passivo. Ele consegue perceber, muitas vezes, o que é próximo da verdade ou não, o que é aceitável e o que lhe está sendo imposto.

A negativa consciente de parte do grupo focal com relação às "palavras de ordem" - supostamente colocadas como entretenimento e diversão, através do noticiário esportivo, no caso do Globo Esporte – podem ser vistas como atitudes singulares, focos de resistências, de singularização.

Sobre a importância de terem participado das etapas do dispositivo, os alunos contaram que aprenderam muito com o que viram na oficina e na emissora, desde a rotina de trabalho até mesmo no preparo pessoal dos profissionais da emissora. Para A.A.G.P., um mundo novo foi mostrado: "Passei a pensar na estrutura da Globo, como se lá dentro fosse uma cidade diferente, com pessoas de alto nível, com muita estrutura, e do lá de fora, um Rio de Janeiro com pessoas diferentes daquelas pessoas que a gente vive em Caxias", definiu, deixando claro ter recebido um choque por ver realidades diferentes. A seriedade de quem trabalha no programa também foi realçada: "Percebi que tudo lá é muito sério. Quando dá errado, a bronca come solta. E vi também que eles tentam ser simples e objetivos, sem perder o conteúdo. Isso é uma lição para a vida", relatou R.A.S.

Para o jovem S.V.A.B., cada etapa realizada foi mais que um aprendizado recebido ou uma curiosidade enfim desvendada, foi a possibilidade de rever antigos ideais e sonhos, esquecidos pela atual carreira acadêmica a ser seguida. "Sempre tive um sonho de trabalhar nessa área. Queria prestar vestibular para Jornalismo, mas o caminho no final foi outro. Mas continuo pensando sim, em algum momento da vida voltar com o sonho. Não sei se será fazendo uma pós sobre isso, fazer uma outra faculdade mais para frente. Penso que caso tivesse alguma oportunidade nesse ramo,com certeza não o largaria mais, com algum estágio ou algo do tipo. Mas como sei que é difícil, vou dando atenção para a minha Geografia sendo um 'jornalista' frustrado.", desabafou.

Para o editor-chefe do Globo Esporte, Afonso Garschagen, a experiência foi super válida, interessante do ponto de vista de conhecer um pouco melhor o público do programa, como se fosse uma imersão etnográfica, mesmo que não tão aprofundada. Para ele, mesmo sabendo que não se pode levar tudo que passou como um mapa de atitudes totalmente reais - já que os alunos sabiam que estavam diante do editor-chefe e talvez isso inibisse essa ou aquela indagação ou crítica – a realização do processo trouxe à luz um aspecto prático da

rotina profissional de quem trabalha com Globo Esporte e que visa se comunicar com o público. “O que me chamou a atenção é perceber que o que a gente passa para as pessoas é muito mais a sensação da notícia. Normalmente eles não pegam detalhes. Às vezes a gente fica aqui super preocupado com o acabamento, com a edição [...], o público médio, que não é jornalista, só lembra do todo, não lembram das particularidades da reportagem, dos detalhes criados. Eles ficam com a sensação de uma história bem contada, de um caso engraçado, eles guardam o todo, mas as minúcias de uma decisão editorial, eles não tem essa percepção”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se fosse buscar na história da humanidade a inclusão do esporte enquanto fenômeno sócio-cultural descobriria seu início na realização dos Jogos Olímpicos da Antiguidade, na Grécia, no século VIII antes do ano cristão. Ou séculos mais tarde, nas lutas entre escravos e prisioneiros de guerra nas arenas públicas da Roma Antiga. Tendo o Coliseu como palco, os gladiadores brindavam o público com um espetáculo, muitas das vezes, grotesco e desumano, e, sob as ordens de representantes do Império Romano, davam aos habitantes locais um tipo de entretenimento, parte da política "pão e circo", que buscava abafar as reinvidicações sociais.

Também da Grécia, vem a lenda do corredor e mensageiro Pheidippides[58] que, depois de ter corrido da cidade de Maratona a Atenas para avisar que o exército grego tinha sido vitorioso na batalha contra os persas, caiu morto. Em sua homenagem, na primeira edição dos Jogos Olímpicos da Era Moderna, em 1896, em Atenas, foi criada uma prova com 40 quilômetros[59]. Aqui cabe também dizer que, se essas batalhas se pareciam como disputas e jogos, Pheidippides foi o primeiro comunicador nesta área.

Assim, o esporte sempre foi marcando espaço nas relações humanas, principalmente após a 1ª Guerra Mundial, no ínicio do século passado. Inclusive com a realização das Copas do Mundo de Futebol[60] e através da força política que a Fifa *(Fédération Internationale de Football Association*) passou a ter na relação entre países e entidades esportivas.

É claro que o Brasil, país pentacampeão mundial de futebol, país-sede tanto da próxima Copa, em 2014, quanto dos Jogos Olímpicos, em 2016, traz na sua formação cultural aspectos únicos voltados para a prática do esporte. Seja pelas características da natureza, temperatura quente ou amena, seja através da ingerência do Estado, que procurou difundir o futebol a seu favor no periodo da ditadura militar ou ainda, através principalmente da mídia, que conseguiu enxergar, a meu ver tardiamente, o futebol como um instrumento de comunicação de massa, altamente mercadológico.

---

[58] Na realidade, a lenda conta que Pheidippides correu em dias anteriores ao acontecimento muito mais do que o trajeto da maratona atual, já que ele teve que ir correndo também até a cidade de Esparta, Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Pheidippides>. Acesso em: 27 jan. 2013.

[59] Em 1924, fixou-se em 42.195 metros, a verdadeira distância entre as duas cidades, Disponível em: <http://www.dec.ufcg.edu.br/biografias/Fidpede0.html>. Acesso em: 27 jan. 2013.

[60] A Fifa possui atualmente 204 filiados, a Organização das Nações Unidas (ONU) possui 191, Disponível em: <http://mundoestranho.abril.com.br/materia/e-verdade-que-a-fifa-tem-mais-filiados-que-a-onu>. Acesso em: 28 jan. 2013.

Ao fazer do programa esportivo – o Globo Esporte - uma análise sob o ponto de vista filosófico, atravessei cada matéria jornalística, cada reportagem, cada quadro exibido ou até mesmo a apresentação, com conceitos até então não utilizados, como abordagem metodológica nesta área. E foi a filosofia que abriu janelas, proporcionando a visão de um novo olhar, de um horizonte a ser mapaeado.

Principalmente a filosofia apresentada por Gilles Deleuze e Félix Guattari que me afetou como uma caixa ressonância ao observar o produto audiovisual como um produtor de subjetividade. Desde a produção e exibição da vinheta do programa até a chamada para um jogo noturno, no encerramento do Globo Esporte, percebi uma territorialização estabelecida pela emissora que há anos utiliza aspectos visuais e auditivos para se estabelecer diante do público.

Um poder também de "agendamento" do tempo vivido da audiência. E mesmo sendo uma editoria mais *"light"*, como frisou nas entrelinhas a escritora Fábia Dejavite, o departamento de esporte das emissoras vem monitorando o que assistir na TV, fazendo simples jogos virarem "o último espetáculo da Terra".

Quando se fala em produção capitalista e do poder que o CMI (Capitalismo Mundial Integrado) possui, se fala também da absorção de uma produção de natureza diversa. Absorção que vem direcionada em sentido vertical também, como produção de subjetividade, ou apropriação dos meios de subjetivação já existentes. É a produção que nasce no meio da população, através de seus costumes, aprendizado próprio de vida, sensibilidades e vocações. Assim também faz o Globo Esporte, com quadros, por exemplo, do "Cafezinho do Escobar". Ele absorve em benefício próprio o que de diferente e inovador surge por entre bares, ruas e estádios. É o trabalho imaterial, termo apontado por Lazzarato e Negri com muita clareza, que o torcedor cede, sem receber, em troca, qualquer benefício.

Um controle que atravessa todo o sistema. Pude também perceber isso quando analisei a reportagem que mostrava um jogador sendo acompanhado por várias câmeras durante uma partida de futebol. Como foi dito no decorrer do capítulo 2, neste caso há uma questão de atender a uma necessidade de atrair mais audiência, só que não devemos fechar os olhos para o aspecto de condução da história a ser contada por parte do repórter ou editor, além do que o próprio controle dos atos deste ou daquele profissional do esporte.

Podemos ver também que há uma relação muito forte entre o atleta e o público, tendo a televisão como mediadora deste processo. A formação do ídolo esportivo, de um herói que

Campbell trata tão bem seus escritos, é muitas das vezes auxiliada pelos meios de comunicação. O ídolo tem que ser aceito pelo torcedor como tal e para que isso aconteça é levado em conta um misto de características: emotivas, de personalidade ou de atitudes altruístas. Além é claro do seu desempenho dentro dos campos, ginásios, piscinas ou quadras. Este é o *devir-ídolo* que o torcedor traz consigo deste a infância.

Este posicionamento singular, do torcedor-telespectador permite apontar aquilo que Antônio Negri e Michael Hardt definem como focos de resistência da Multidão. Assim, vimos que parte do público que assiste ao Globo Esporte tem uma consciência e uma atitude de contra poder, que singulariza continuamente no bojo da produção maquinica de subjetividade de massa.

A dissertação, através do seu mecanismo de pesquisa, também trouxe novos aspectos, até mesmo apresentados pelo editor-chefe do programa. Em entrevista, Afonso Garschagen, que comanda o Globo Esporte há quatro anos, deixou claro que o esporte, dentro da emissora, vem sendo tratado também como entretenimento, o que se pode observar desde a produção de conteúdo veiculado até na maneira em que o apresentador Alex Escobar se posiciona diante das câmeras e, principalmente, quando vai às ruas. Na década de 80, por exemplo, seria inadmissível, em qualquer programa da TV Globo, que seu apresentador fosse chamado de "careca" pelo público e que isso fosse colocado ao ar. Para se ter uma ideia da mudança, o "Ah, Ah, Ah... é a careca do Escobar!", cantado pelos torcedores virou bordão em vários momentos em que o apresentador esteve à frente do Globo Esporte. E utilizando as argumentações de Arouchi e Aguiar, definimos o programa esportivo, objeto de análise, como um gênero híbrido, um jornalismo de *Infotenimento*.

O dispositivo elaborado também foi importante para que se pudesse entender melhor a relação do torcedor com o programa. Os alunos do grupo focal destacaram a visita técnica à emissora e, em um segundo momento, nas entrevistas individuais deram provas de que apesar de entenderem a força do meio de comunicação televisivo, contrariavam as respostas dadas pelo editor-chefe Afonso Garschagen. Para, a maioria deles, há uma tendência do Globo Esporte em divulgar notícias vinculadas aos clubes de maior torcida, sempre buscando a audiência.

Nas entrevistas, pôde-se observar ainda outros pontos de fuga interessantes, como a crítica feita por um dos alunos com relação a uma possível "forçada de barra", um exagero do Globo Esporte, que tentou comparar um bom jogador da atualidade a outro, do passado,

considerado por muitos como um extra-série, craque, ídolo. Ou ainda, quando outro aluno, mesmo diante de toda a produção audiovisual esportiva que sistematicamente insiste na paixão clubística, afirmou não ter um time para torcer, por não achar interessante.

Assim, fica claro que a produção maquinica de subjetividade – com o exemplo do programa Globo Esporte – é sempre acompanhada por movimentos de subjetivação singularizados, “fugindo ao controle”.

Com esta dissertação, entendo contribuir para a abertura de um novo leque de análises teóricas com relação à produção esportiva na televisão, e em outros meios, principalmente por ofertar um mapa teórico-prático a ser cartografado, sem a força opressora e delimitadora, e sim, com uma perspectiva desviante, carregada de olhares múltiplos, de vozes que se completam para serem ouvidas.

Sim, é apenas um caminho e outros ainda se abrirão, em futuras pesquisas.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Leonel de Azevedo. *Imprensa Sensacionalista:* o entretenimento e a lógica da sensação. Artigo apresentado no 31º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, RN, 2008 e no I Colóquio Brasil-Portugal de Ciências da Comunicação.

ANDRÉ, M. E. D.A. A. Metodologia da pesquisa educacional. In: CASARIN, Helen; CASARIN, Samuel. *Pesquisa Científica*: da teoria à prática, Paraná: IBPEX, 2011. p. 35-45.

AROUCHI, José Carlos. *Gêneros e formatos na televisão brasileira.* São Paulo: Summus, 2004. p.139.

AUTOUN, Henrique. *As dobras do poder*. Disponível em: <http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/hantoun11.pdf. 2011>. Acesso em: 24 jun. 2011.

BAKHTIN, Mikhail. Questões de literatura e de estética. In: PONZIO, Augusto. *A Revolução Bakhtiana*. São Paulo: Contexto, 2008. p.161-168.

BARBEIRO, Heródoto ; RANGEL, Patrícia. *Manual do jornalismo esportivo*. São Paulo: Contexto, 2006.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão.* Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.

CAMPBELL, Joseph. *O Herói de mil faces.* São Paulo: Cultrix, 1995.

THORPE, William Homan.Learning and Instinct in Animais, Methuen and Co. In: DELEUZE, Gilles ; GUATTARI, Felix. *Mil Platôs, Capitalismo e Esquizofrenia*, *Volume 4*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995. p 112.

COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo esportivo*. São Paulo: Contexto, 2004.

DEJAVITE, Fabia Angélica. *Infotenimento.* São Paulo: Paulinas, 2006.

DELEUZE, Gilles. *Conversações.* Tradução de Peter Pál Perbart. São Paulo: Editora 34, 2000.

_____. *Foucault.* São Paulo: Brasiliense, 2005.

DELEUZE, Giles; GUATTARI, Félix. *O que é a filosofia?* Rio de Janeiro: Ed. 34, 1997.

_____. *Mil Platôs, Capitalismo e Esquizofrenia*, *Volume 1*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

_____. *Mil Platôs, Capitalismo e Esquizofrenia*, *Volume 2*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

DELEUZE, Giles; GUATTARI, Félix. *Mil Platôs, Capitalismo e Esquizofrenia*, *Volume 3*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

DELEUZE, Giles; GUATTARI, Félix. *Mil Platôs, Capitalismo e Esquizofrenia, Volume 4*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2005.

_____. *Mil Platôs, Capitalismo e Esquizofrenia, Volume 5*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2000.

DURAND, G. Sobre a exploração do imaginário, seu vocabulário, métodos e aplicações transdisciplinares: mito, mitanálise e mitocrítica. In: RUBIO, K. *O imaginário esportivo contemporâneo:* o atleta e o mito do herói. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.p.47-57

EDUCAÇÃO PÚBLICA. Site sobre educação. Disponível em <http://www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/historia/0013.html>. Acesso em: jan. 2013.

FOUCAULT, Michael. *Vigiar e Punir:* nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 1987.

_____. Microfísica do Poder. In: PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia ; DA ESCÓSSIA, Liliana (Org.). *Pistas do método da cartografia.* Porto Alegre: Sulina, 2010. p.76-91

GALVÃO, Alexander Patez; SILVA Gerardo; COCCO, Giuseppe. *Capitalismo Cognitivo, trabalho, redes e inovação.* Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

GASPARI, Elio. *A ditadura derrotada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

GLOBO ESPORTE. Site oficial do programa. Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-238743,00.html>. Acesso em: maio 2012.

GORITO, Andréia. *Jornalismo esportivo e audiência feminina:* a recepção do programa Globo Esporte e os sentidos produzidos por universitárias do Município de Cabo Frio (RJ). 2008. 106 f. Dissertação (Mestrado) – Univesidade do Estado do Rio de Janeiro, 2008.

GUATTARI, Félix. *As Três Ecologias.* Campinas: Papirus, 1990.

_____. *Caosmose.* São Paulo: Ed. 34, 1992.

_____. *Micropolítica* – Cartografias do Desejo. Petrópolis: Vozes, 1985.

HAESBAERT, Rogério; BRUCE, Glauco. A desterritorialização na obra de Deleuze e Guattari, do Departamento de Geografia da Universidade Federal Fluminense. *GEOgraphia,* Rio de Janeiro,v. 4, n.7, p 7-22, 2002.

HELAL, Ronaldo. *Idolatria e malandragem:* a cultura brasileira na biografia de Romário. Disponível em: <http://comunicacaoeesporte.files.wordpress.com/2010/10/idolatria-e-malandragem-a-cultura-brasileira-de-romario1.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2013.

HELAL, Ronaldo. *Mídia, Construção da Derrota e o Mito do Herói*. Disponível em: <http://comunicacaoeesporte.files.wordpress.com/2010/10/mc3addia-e-idolatria-pdf-artigo-ronaldo-helal.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2013.

HELAL, Ronaldo. *Passes e Impasses:* futebol e cultura de massa no Brasil. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

HELAL, Ronaldo; SOARES, Antonio Jorge; LOVISOLO, Hugo. *A invenção do país do futebol.* Mídia, raça e idolotria. 2 ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

JAPIASSU, Hilton ; MARCONDES, Danilo. *Dicionário Básico de Filosofia.* São Paulo: J. Zahar, 1996.

LANCENET. Site sobre noticiário esportivo. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/minuto/Flamengo-torcida-mundo-acordo-levantamento_0_771522910.html>. Acesso em: janeiro 2013.

LAZZARATO, Maurizio ; NEGRI, Antonio. *Trabalho Imaterial:*formas de vida e produção de subjetividade. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LINS, Consuelo; BRUNO, Fernanda. Práticas artísticas e estéticas da vigilância. In BRUNO, Fernanda; KANASHIRO, Marta; FIRMINO, Rodrigo (Org.). *Vigilância e Visibilidade:* espaço, tecnologia e identificação, Porto Alegre: Sulina, 2010. p. 211-222.

LINS, Daniel, BOURDIEU, Pierre, ROLNIK, Suely, WACQUANT, Loïc. *Cultura e subjetividade:* saberes nômades. Campinas: Papirus, 2006.

MATTOS, Sérgio. *História da Televisão Brasileira*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MARTINEZ, André. *Todas as Copas do Mundo.* São Paulo: Ícone, 2010.

MELOTECA. Site sobre termos e conceitos musicais. Disponível em <http://www.meloteca.com/dicionario-musica.htm>. Acesso em: junho 2011.

MEMÓRIA GLOBO. Área que conta a história de quase 50 anos da Rede Globo. Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-238743,00.html>. Acesso em: maio 2012.

MORIN, Edgar. As estrelas do cinema. Lisboa: Horizonte, 1980.

NASSAR, Silvio Júlio. *1000 perguntas sobre Televisão,* Rio de Janeiro: Rio, 1984.

NEGRI, Antônio. *Exílio*. São Paulo: Iluminuras, 2001 apud PERBART, Peter Pál, *Vida Capital:* Ensaio de Biopolítica. São Paulo: Iluminuras, 2003. p. 27

NEGRI, Antônio ; HARDT, Michael. *Império.* Rio de Janeiro: Record, 2001.

NEGRI, Antônio ; HARDT, Michael. *Multidão*. Rio de Janeiro: Record, 2004.

OBICI, Giuliano. *A condição da escuta*. Rio de Janeiro: 7 letras, 2006.

O GLOBO. Site do Jornal O Globo. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/eu-reporter/>, Acesso em: jan. 2013.

PALMEIRAS. Site sobre o clube Palmeiras. Disponível em: <http://www.palmeiras.com.br/conteudo/?categoria=Nossa%20Hist%F3ria&menu=Hist%F3ria>. Acesso em: jan. 2013.

PASSOS, Eduardo; EIRADO, André do. Cartografia como dissolução do ponto de vista do observador. In: PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia ; DA ESCÓSSIA, Liliana (Org.). *Pistas do método da cartografia.* Porto Alegre: Sulina, 2010. p. 109-130.

PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia ; DA ESCÓSSIA, Liliana (Org.). *Pistas do método da cartografia.* Porto Alegre: Sulina, 2010.

PATERNOSTRO, Vera Íris. *O texto na TV, manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

PELBART, Peter Pál. *Vida Capital, Ensaio de Biopolítica.* Disponível em: <http://brazil.indymedia.org/content/2005/02/309085.shtml>. Acesso em: jan. 2013.

RABAÇA, Carlos Alberto ; BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação.* Rio de Janeiro: Campus, 2001.

RANCIÈRE, Jacques. *A partilha do sensível*. São Paulo: Ed. 34, 2005.

REZENDE, Guilherme Jorge. *Telejornalismo no Brasil.* São Paulo: Summus, 2000.

RUBIO, K. *O imaginário esportivo contemporâneo:* o atleta e o mito do herói. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.

SODRÉ, Muniz. *O Monopólio da Fala.* 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

TECMUNDO. Site de Tecnologia. Disponível em: < http//www.tecmundo.com.br/177-o-que-e-touch-screen-.htm#ixzz1q3UGoEiL>. Acesso em: ago. 2012.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias de Jornalismo*. *Vol. 1*. Florianópolis: Insular, 2004.

VASCONCELLOS, Jorge. A ontologia do Devir de G. Deleuze . *Revista de filosofia do Mestrado Acadêmico* em Filosofia da UECE, Fortaleza, p.137-167, 2005. Disponível em: <http://www.uece.br/kalagatos/dmdocuments/V2N4-A-ontologia-do-devir-de-Gilles-Deleuze.pdf>. Acesso em: jun. 2011.