



Radialistas x Torcedores: Um “jogo” conturbado¹

A relação entre o desempenho do time e a culpabilidade do radialismo esportivo

Daniel GOMES²

William John de Souza TAVARES³

Dario Brito ROCHA JR.⁴

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

Neste trabalho é abordado a relação entre a mídia radiofônica esportiva pernambucana e os torcedores. Será analisada a visão do público sobre a atuação da imprensa esportiva no estado e quais os principais fatores que levam eles a culpar a mídia por problemas relacionados aos três grandes clubes do futebol pernambucano (Náutico, Santa Cruz e Sport). Tanto os torcedores como os radialistas foram entrevistados, cada lado expondo sua opinião acerca da convivência entre eles.

Palavras-chave

Torcedores; radialismo; imprensa; futebol; campeonato pernambucano.

Introdução

A relação entre os torcedores pernambucanos e o radialismo esportivo é tão passional quanto o esporte em discussão: o futebol. Uma frase, um comentário, qualquer detalhe pode ser o estopim para uma discussão entre o público e a imprensa. De um lado a torcida reclama da parcialidade dos profissionais, que deixam transparecer suas opiniões em vez de apenas informar o fato. Para os torcedores, a consequência não se limita às cabines de transmissão. As críticas ou informações tendenciosas podem afetar o rendimento do clube dentro de campo. Já os radialistas alegam que certas vezes os torcedores deixam o lado emotivo falar mais alto e não conseguem compreender uma crítica sendo apenas um comentário opinativo e não uma perseguição.

Em meio a isso, radialistas e torcedores explicaram os motivos que levam a relação entre eles a ser certas vezes conturbada. Com isso, o artigo analisa quais as principais causas das críticas direcionadas ao radialismo esportivo pernambucano e qual e como os profissionais procuram lidar com a pressão do público, mostrando que as divergências ultrapassam até mesmo o esporte.

¹ Trabalho apresentado no IJ1 - XIV Intercom realizado no dia 14 a 16 de junho de 2012

² Estudante de Graduação do 6º semestre da Unicap, email: williamjst@hotmail.com

³ Estudante de Graduação do 6º semestre da Unicap, email: daanielgomes@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do curso de jornalismo da Unicap, email: dariobrito@gmail.com

A relação entre a imprensa esportiva e os torcedores percorre uma linha entre críticas e admiração. Jornalistas e radialistas que trabalham no meio esportivo possuem um reconhecimento certas vezes maior que profissionais de outras áreas. Mas do mesmo modo que recebem elogios, também estão sujeitos a comentários negativos. Lidar com a paixão dos torcedores é um desafio diário na produção de notícias da mídia esportiva. Por vezes é comum eles culparem os jornalistas por situações ruins que estejam acontecendo nos clubes.

Os exemplos concretos de fatos que serão estudados são histórias nos quais torcedores culpavam diretamente os radialistas esportivos de prejudicarem o trabalho dos clubes. Casos onde os profissionais tiveram equipamentos furtados ou depreciados, ou tiveram dificuldades no acesso e na realização do trabalho dentro dos clubes também serão observados.

Um dos motivos que foram decisivos na escolha do tema é a importância que ele terá na compreensão do relacionamento comunicacional entre radialistas e torcedores. Um estudo aprofundado sobre isso pode auxiliar tanto os radialistas a perceberem as críticas mais recorrentes, quanto para o público, que pode expor de maneira mais concreta, suas apreciações a respeito do radialismo pernambucano.

Com relação aos dados teóricos que fundamentarão o trabalho, o projeto entrevistou dois radialistas esportivos que comentarão a respeito desse comportamento crítico de parte dos torcedores e se existe alguma forma de tratar a comunicação para amenizar esse relacionamento por certas vezes conturbado, principalmente quando o torcedor coloca a culpa da má fase do clube na imprensa.

Finalizando o trabalho, a intenção é contribuir para uma análise a respeito do conteúdo comunicacional utilizado pelos torcedores de futebol. Nesse caso, entender o que se passa na mente do público quando vê seu clube de coração é criticado. Além disso, outra contribuição é observar de forma comunicacional como os radialistas lidam com a dificuldade de trabalhar numa área onde envolve tanta comoção e como eles recebem as críticas dos torcedores. Por fim, o propósito final seria analisar como o público lida com o jornalismo opinativo realizado nos debates esportivos e até onde um comentário pode ser considerado parcial ou tendencioso.

“Algumas pessoas acreditam que futebol é questão de vida ou morte. Fico muito decepcionado com essa atitude. Eu posso assegurar que futebol é muito, muito mais importante”. A frase do treinador escocês Billy Shankly, durante um jogo do Campeonato Inglês, soa como um lema para alguns torcedores que colocam o esporte mais popular do



mundo no mais alto patamar de suas vidas. Problemas familiares, estresse no trabalho, contas para pagar, tudo isso se torna secundário quando o assunto é futebol. E se a conversa flui quando está sendo discutido qual o melhor time, quem é o melhor jogador ou que juiz rouba mais, não é de se assustar toda a atenção que a mídia dá na cobertura do esporte.

A pretensão da mídia esportiva é fornecer ao torcedor o melhor conteúdo jornalístico esportivo, deixando o público completamente informado sobre os fatos que envolvem o esporte. Entre os meios de comunicação que trabalham com a cobertura esportiva, o rádio é um dos meios mais tradicionais e que une uma gama maior de profissionais que trabalham no meio esportivo.

Entre os estados com mais tradição no futebol, Pernambuco se destaca tendo três grandes clubes: Náutico, Santa Cruz e Sport. Em Pernambuco, seis rádios transmitem partidas de futebol: Rádio Guarany, Rádio Capibaribe, Rádio Olinda, Rádio Jornal/CBN, Rádio Transamérica e Rádio Clube. Lidar com a cobertura de três equipes e fazer com que todas elas tenham o mesmo espaço são os desafios da imprensa esportiva pernambucana.

A problemática do trabalho visa compreender porque os torcedores se voltam aos profissionais do ramo esportivo e os consideram culpados por determinados fatos que ocorrem nos clubes. O que levam os torcedores a culparem os radialistas e como a imprensa tem o poder de manipular ou influenciar o esporte.

Por que os torcedores culpam a mídia radiofônica esportiva por problemas relacionados aos clubes de futebol?

Fundamentação Teórica e Metodologia de Pesquisa

Poucos esportes despertam tanta paixão no brasileiro como o futebol. Tratado certas vezes como uma religião, os torcedores dedicam boa parte do seu tempo em atividades que envolvem o esporte. A presença nas partidas, o ato de se tornar sócio do clube, a aquisição de produtos relacionados ao time. Os fãs do esporte são ávidos por tudo que seja relacionado com o futebol. Independente de sua condição social, eles se sentem parte de um grupo só, um elemento homogêneo daqueles que amam determinado clube. Segundo Redeker (2001), o esporte traz um sentimento de inclusão na sociedade para aqueles que se sentem excluídos, mudando o grau de importância deles graças ao desempenho de suas equipes.



“A hierarquia do esporte bretão dá-se de várias formas. Em relação a grande massa, o torcedor da equipe vitoriosa ou líder do campeonato está em superioridade em relação às equipes adversárias. Pelo menos nisso o “zé ninguém” é alguma coisa.”. (p.68)

A grande dificuldade encontrada pelos radialistas é conseguir realizar seu trabalho sem transparecer que está favorecendo ou prejudicando algum clube. Os torcedores costumam descontar na imprensa quando as equipes estão em má fase no campeonato ou quando ocorre algum problema interno. Para eles, a imprensa influencia o trabalho das equipes e pode tumultuar o ambiente quando noticia fatos inexistentes ou quando trata diferente algum clube diferente dos demais.

Casos onde os radialistas tiveram equipamentos depredados ou precisaram de escolta para deixar o estádio são exemplos onde a relação mídia x torcida chegou ao extremo. Para Reis (2005), há quatro tipos de violência no futebol: a violência simbólica, que seriam as piadas que os torcedores fazem com os adversários; a afetiva, em que as pessoas expressam seus sentimentos através de gestos ou atitudes; a racional que é realizada por mais de um torcedor que leva ao quarto tipo de violência e a real, que envolve agressões físicas. Um dos grandes motivadores que levam parte desses torcedores a atitudes agressivas é a desigualdade social existente no país.

Muitos torcedores também pensam que as grandes rádios nacionais e pernambucanas sempre tendem para um lado – leia-se tem predileção por um time – pois fazem parte de um sistema de comunicação. Podemos tomar como exemplo a Rádio JC/CBN do grupo JCPM. João Carlos Paes Mendonça, proprietário do grupo, é torcedor do Náutico, o que já fez a rádio sofrer um boicote de torcedores do Sport e até o Jornal do Commercio, também de prioridade do grupo, ter cerca de 15 cancelamentos de assinatura por causa de um anúncio comprado pelo Clube Náutico Capibaribe em uma parte do jornal que desejava um “Feliz Ano Novo” para os alvirrubros. O caso aconteceu em janeiro de 2011. No livro *Jornalismo Esportivo*, o autor Paulo Vinícius Coelho fala que o faturamento que uma equipe de rádio esportiva tem condiz muito mais com as pessoas consagradas que o fazem do que com o nome da empresa ou o sistema as quais pertencem.

Em São Paulo, o fenômeno do rádio nos anos 70 foi Osmar Santos. Em 1977, ele trocou a Rádio Globo pela Jovem Pan, em transação milionária. Passou a ser o locutor mais bem-remunerado do país e alavancou a audiência global antes quase inexistente no mercado paulista. (COELHO, 2004, p.29)



Hoje em Pernambuco, as duas rádios que possuem mais audiência no horário direcionado ao jornalismo esportivo são a Rádio Transamérica e a Rádio JC/CBN. Muito dessa audiência deve-se ao fato das rádios mandarem sempre um repórter cobrirem in loco o jogo de um clube pernambucano dentro ou fora do Estado.

As emissoras de rádio têm faturamento condizente com o que punham em prática. Em toda viagem de um grande clube, lá está o repórter acompanhando a delegação. (COELHO, 2004, p.29)

A Rádio Transamérica e a Rádio JC/CBN têm outra fórmula para o sucesso. O que atrai tantos ouvintes também é a presença de comentaristas que são considerados verdadeiras lendas vivas no jornalismo esportivo: Luiz Cavalcante e Ralph de Carvalho, respectivamente. O livro *Jornalismo Esportivo* também credencia o sucesso de várias rádios às aquisições desse tipo de profissionais, já tarimbados e com uma grande história no meio esportivo. Quem não conta com essa espécie de radialistas busca nomes que fizeram sucesso no futebol para serem comentaristas e angariarem mais audiência.

A Jovem Pan foi atrás de Romário, artilheiro do Brasil no mundial de 1994. E apostou em Zagallo, técnico da Seleção na Copa de 1998. A Jovem Pan foi tão ouvida quanto a Bandeirantes e a rádio Globo. (COELHO, 2004, p.30)

A questão essencial da recepção dos torcedores sobre as informações repassadas pelo emissor, no caso os radialistas esportivos, é de que forma a mensagem pode ser enviada para que não haja manipulação na notícia. Os torcedores acusam a mídia de divulgar fatos que possam induzir o público ou incitar determinado tipo de opinião. Isso é comumente visto em matérias que analisam a situação de um time na competição. Porém, cada indivíduo reage de um maneira às críticas e aos elogios dados ao seus clubes de coração. Para alguns, a crítica nada mais é que uma perseguição gratuita vinda de profissionais que torcem para outras equipes e que usam do poder da comunicação para influenciar a opinião pública. Já os elogios são vistos como “obrigações” dos profissionais. Para descobrir de que forma funciona essa captação que os torcedores fazem da informação, especificamente na mídia radiofônica, foi analisado o papel desempenhado pelo rádio com os diversos tipos de público e entender porque as pessoas ouviam determinado tipo de programa e não outro:

O primeiro processo consiste em partir de uma análise do conteúdo do programa, o que permite tirar conclusões acerca daquilo que os ouvintes extraem do conteúdo ou, pelo menos, eliminar algumas outras possibilidades. (LAZARSELD apud WOLF, 1999, p.55)

O passo seguinte deve ser o de identificar as características dos ouvintes. Perceber qual seria o público que acompanha o programa e como as diferenças de sexo, idade e grupo social influencia no processo de recepção.

Se um programa é escutado predominantemente por um grupo social, é possível compreender-se a natureza do seu atrativo. Suponhamos, por exemplo, o caso de duas comédias: se a audiência de uma é constituída por pessoas com um nível de escolaridade mais elevado do que o da audiência da outra, pode deduzir-se que a primeira comédia oferece um tipo de humor mais sofisticado[...] (IDEM,p.56)

Reconhecendo esses dois primeiros processos, a etapa final seria analisar como está a satisfação do ouvinte com relação aos programas e aos radialistas .Lazarsfeld(1940) cita algumas das formas que se pode fazer para analisar se o público está compreendendo a proposta real dos programas ou se alguma informação está chegando deturpada.

Pode perguntar-se diretamente às pessoas o que o programa significa para elas, isto é, porque o ouvem, e as suas respostas podem constituir um ponto de partida para pesquisas posteriores. (IBIDEM, p.57)

Os três processos citados vão dar o embasamento para que possa existir uma noção de como o público reage a mensagem transmitida pelos meios. Através dos processos, o emissor vai entender de que forma sua informação está sendo passada e em quais aspectos ele pode melhorar, para que haja uma melhora no conteúdo do programa e conseqüentemente melhorando os índices de audiência.

Os três processos de estudo do atrativo dos programas são estreitamente ligados. Uma análise do conteúdo não pode senão oferecer indicações sobre o que o programa pode significar para os ouvintes. Mas, aquilo que realmente acontece deve ser descoberto através de uma investigação direta dos ouvintes.Por outro lado, deve verificar-se todo o atrativo que foi reconstituído a partir da introspecção dos ouvintes. E isso só pode ser feito, pressupondo-se que certos tipos de público vão gostar do programa ou evitá-lo. (LAZARSFELD apud WOLF, 1999, p.93)

O público, por fim, vai dar o veredito se o trabalho dos radialistas está sendo feito de forma correta ou não. O fato dos torcedores serem parciais com relação aos seus times dificulta para o profissional, já que um trabalho que envolve lidar com a emoção diária dos torcedores vai a algum momento receber críticas. O importante é que os torcedores percebam que a convivência pacífica com a mídia pode melhorar não só a produção dos programas esportivos como o ambiente dos clubes do estado. Já os radialistas esperam que suas críticas não sejam levadas como perseguição, e sim como uma liberdade de expressão, algo necessário para a prática de um bom jornalismo.

A pesquisa utilizará no seu universo de pesquisa os radialistas esportivos pernambucanos e torcedores dos três grandes clubes de Pernambuco (Náutico, Santa Cruz e Sport). Na amostragem, serão entrevistados dois radialistas esportivos, um que trabalha na Rádio JC/CBN Recife e outro da Rádio Transamérica Recife, além de 60 torcedores dos três grandes clubes da capital pernambucana.

O grupo fará um questionário com os torcedores de idades e classes sociais diferentes sobre como eles avaliam a imprensa radiofônica esportiva pernambucana e o que eles queriam ver de mudança na forma de atuação dos profissionais. Já os radialistas serão entrevistados de forma individual e exclusiva, analisando a a opinião deles em relação a esse comportamento de alguns torcedores que culpam os profissionais por problemas relacionados aos clubes e como eles fazem para procurar evitar problemas com relação a críticas ao seu trabalho.

Análise dos dados

Entrevistado da Rádio Transamérica: Vítor Araújo⁵

A equipe da Rádio Transamérica é destoante de todas que fazem o jornalismo esportivo em Pernambuco. É a única que trouxe consigo a novidade de fazer um jornalismo com humor e tem até um personagem humorístico que fala mal de todos os times e tem a fama de maluco. Todas as resenhas esportivas, debates e transmissões de jogos têm outra linguagem, uma abordagem mais leve e mais divertida. Esse seguimento tem milhares de fãs no Estado e é uma moda no Sudeste do país.

Em números do IBOPE, a Transamérica se vê atrás da Rádio Clube e da Recife FM na maioria da sua programação. Em esportes, isso muda radicalmente. Os ouvintes são fãs da equipe esportiva e não da rádio em si, que ainda viu sua audiência aumentar depois que a equipe esportiva foi somada à grade de programação. A Transamérica Esportes compete todos os dias com a Rádio Jornal/CBN pela ponta do IBOPE.

É normal em uma rádio líder que os elogios e as críticas venham em grandes proporções, pois a porcentagem de ouvinte é muito maior. Os repórteres ficam propensos a serem criticados e casos de perseguição por parte dos torcedores não faltam.⁵

⁵ Entrevista conferida à equipe de pesquisa, no dia 20 de outubro de 2011, na redação da Transamérica Recife, durante 45 minutos.

"O jornalista esportivo não pode ter o interesse de prejudicar algum clube. Porque a partir do momento em que um dos clubes sucumbe, é menos um local de trabalho. Não vejo nenhuma razão para alguém que trabalhe com futebol torcer contra algum clube", diz Vitor Araújo, de 22 anos, repórter e narrador da Rádio Transamérica há três anos.

Também estudante de jornalismo, Vitor foi alvo de uma perseguição que ficará marcada no cenário esportivo pernambucano. No Campeonato Pernambucano de 2011, no jogo entre Náutico e Vitória, nos Aflitos, pelo Campeonato Pernambucano, o jogador Nando, do Vitória, fez um gol e provocou a torcida alvirrubra. Depois do jogo, o atleta saiu escoltado pela Polícia Militar, já que a estrutura do estádio do Náutico obriga a quem sair do campo, passar por dentro da torcida. Nesse meio-tempo, objetos foram atirados no jogador.

Uma sandália e um rádio passaram perto da cabeça de Nando. E Vitor, que estava ao vivo, relatou o episódio.

“Vi que estavam no chão o rádio e a sandália. Como nós temos uma equipe muito divertida, o meu amigo Anderson Gomes perguntou pelo rádio e eu disse que estava perto do meu pé. Ele mandou levar pra ele, pois ele precisava de um rádio novo. Eu falei ‘vou levar’, só que nessa hora o delegado do jogo estava recolhendo a sandália e deu um grito mandando eu não tocar no rádio, que ele ia pegar. Então eu acabei cometendo um erro, que foi uma inadequação vocabular. Eu disse ‘vou entregar ao delegado’, mas eu nem cheguei a tocar no rádio, então aí aconteceu tudo”(Em entrevista à equipe de pesquisa)

O “tudo” ao que Vitor se referiu foi à atitude voraz de mais de 400 torcedores que estavam ouvindo a rádio dentro do estádio e tiveram medo de que o clube perdesse o mando de campo pelos objetos atirados por próprios membros da torcida. Os torcedores que estavam nas sociais dos Aflitos não se retiraram do campo e gritavam contra ele, que estava no seu segundo ano trabalhando com rádio esportiva.

“Eles ficaram nas sociais gritando: ‘Uh, vai morrer’. Foi horrível e eu não fiz nada. Pra quem não viu o episódio e só ouviu, pareceu outra coisa. Fiquei de costas pra eles para que nada acontecesse, mas meus companheiros tiveram que correr para não apanharem. Como na nossa rádio todo mundo é conhecido por usar camisas laranjas, qualquer um que estava de laranja teve que correr dos torcedores. Até o motorista da rádio”. “Familiares e amigos me ligaram e perguntaram o que estavam acontecendo. Amigos da imprensa tentaram me acalmar e me deram um suporte muito grande para que tudo corresse bem. Eram 400 torcedores dizendo que eu ia morrer e o Batalhão de Choque teve que fazer um corredor para que eu pudesse passar pelas sociais. Eu estava apresentando o pós-jogo e fiquei no ar até o fim recebendo mil ligações. Quem conta um conto, aumenta um ponto e eu saí do estádio de uma forma maluca,



pois do lado de fora ainda tinha torcedor me esperando. No fim, eu tive que sair do estádio agachado dentro de um carro com vidro fumê. Sofri retaliações e fui muito xingado, mas graças a Deus, nunca fui agredido".

Entrevistado Rádio Jornal / CBN Recife: Andre Luís Cabral⁶

Não há como medir a intensidade que uma notícia pode interferir no público. Uma frase pode ser o estopim de uma revolta generalizada dos torcedores. Por isso, os profissionais devem aprimorar sempre a cobertura das notícias e evitar informações que estimulem as críticas. O radialista AndreLuis Cabral comenta a importância de uma boa apuração e qual a relação das críticas dos torcedores mais antigos com os da nova geração.

“O torcedor de hoje tem mais acesso as informações do que os de antigamente, que tinham o rádio quase como único meio de informação dos clubes. Isso exige um trabalho melhor de apuração do repórter. Uma notícia bem apurada não deixa espaço para furos e evita que o torcedor se revolte com o profissional”.

Quando o clube não passar por uma boa fase, as manchetes do rádio são prato cheio das críticas dos torcedores e uma das grandes dificuldades do torcedor é compreender o jornalismo opinativo. O fato de um cronista expor uma opinião contrária a do torcedor ou que contenha alguma crítica a determinado clube não deve ser levado como perseguição. Assim, o torcedor teria uma tendência a superestimar as críticas, reconhecendo um elogio, por exemplo, como obrigação do profissional.

“Há dez rodadas para o fim do campeonato da série B eu falei na rádio que o Sport não ia subir. Recebi críticas de torcedores e até de colegas de profissão. O público pensa que isso é torcer contra, mas eu prefiro dar uma opinião, mesmo que seja criticando o clube, em vez de ficar em cima do muro e agradar a todos”.⁶

Cabral também considera que o radialista precisa entender a paixão do torcedor e tentar usar as reclamações para aprimorar seu trabalho. Nem todas as críticas são sem fundamento e injustas. Porém, o público não pode justificar um erro prejudicando a vida pessoal do cronista ou praticando de violência física.

⁶ Entrevista conferida à equipe de pesquisa, no dia 25 de outubro de 2011, na redação da CBN/Recife, durante 40 minutos.



“Já entrei num estádio e fui xingado das piores coisas do mundo, porém nunca revidei de nenhuma forma. Isso acontece porque o torcedor trata o futebol como se fosse a mãe dele, ninguém pode falar mal. Ele aceita que falem mal da sua cidade, do seu estado, do seu país, mas nunca do seu time. O que não pode acontecer é partir para a agressão ou envolver a vida pessoal do cronista com o seu trabalho”.

Entrevistas com torcedores

O grupo realizou um questionário no qual foram entrevistados de forma individual 50 torcedores dos três grandes clubes do estado para analisar como eles avaliam o radialismo esportivo e seus profissionais. O objetivo era chegar a explicação do porque de parte dos torcedores culparem a mídia por determinados problemas relacionados aos clubes.

Entre as rádios mais ouvidas pelos entrevistados, se destacaram a Rádio Transamérica, ouvida por 58% dos entrevistados e a Rádio Jornal / CBN, acompanhada por 40% dos entrevistados, com 2% dos torcedores ouvidos optando por outras rádios. Segundo a pesquisa, o motivo da supremacia dessas duas rádios no estado é devido a qualidade dos profissionais e o espaço que as rádios cedem para a discussão futebolística.

A primeira hipótese a ser estudada foi se os torcedores consideravam a mídia radiofônica esportiva pernambucana um meio voltado apenas para gerar lucro, independente da qualidade da informação. A maioria dos entrevistados (62%) acredita que as empresas influenciam no modo de trabalhar dos profissionais e 38% dos torcedores consideram que o profissional não é manipulado pelos meios.

Com relação ao profissionalismo dos radialistas esportivos pernambucanos, os torcedores avaliaram o grau de imparcialidade nas transmissões e nos comentários dos profissionais. Cerca de 60% dos entrevistados acreditam que os profissionais do rádio esportivo conseguem noticiar os fatos de uma forma que não valorize ou menospreze determinado clube. Entre os profissionais considerados mais imparciais, o radialista da transamérica Cabral Neto foi considerado o mais “neutro” entre os cronistas. Já seu colega de equipe, o comentarista Carlyle Paes Barreto foi considerado o jornalista que mais deixa o seu “lado torcedor” transparecer no trabalho esportivo.

Os programas e debates esportivos feitos pela rádio transamérica e pela Rádio Jornal/CBN também foram analisados pelos torcedores, com uma avaliação considerada “boa” por 58% dos entrevistados, com apenas 21% considerando regular/ruim. Os critérios

mais elogiados pelo público foram o espaço aberto para a participação dos torcedores, através das ligações, e a boa escolha dos convidados que participam do debate.

Nesses debates analisados, outro ponto que o trabalho procurou estudar foi a compreensão que o torcedor tem acerca do jornalismo opinativo. Cerca de 60% dos entrevistados consideraram bom/ótimo os comentários opinativos feitos pelos radialistas, contra 40% que consideraram regular. Uma das queixas mais frequentes foi com relação às opiniões consideradas “em cima do muro”, expressão usada para designar alguém que não se posiciona sobre determinado assunto.

Partindo para o princípio geral da pesquisa, os torcedores foram questionados se consideram que a mídia radiofônica esportiva pernambucana pode influenciar negativamente no trabalho dos clubes e dos atletas. A crítica maior vem dos torcedores entre 18 a 30 anos (65% das críticas foram feitas por pessoas dessa faixa etária). As redes sociais são os principais lugares onde eles expressam sua insatisfação. O advento da internet trouxe um maior acesso a informação, fazendo os torcedores acompanharem mais de perto a rotina de seus clubes, exigindo um conhecimento melhor dos profissionais que trabalham na área.

Uma das principais reclamações desses torcedores é a forma como os profissionais tratam as notícias onde há crítica para algum clube. De acordo com os entrevistados, as notícias que mostram um problema pelo qual passa o clube ganha uma repercussão maior na mão dos radialistas em vez das informações que enfatizam as qualidades do time. Isso revolta os torcedores, que enxergam na mídia um meio tumultuador e prejudicial ao trabalho dos times.

Porém, uma das hipóteses levantadas pelo grupo não se mostrou concreta a partir dessa pesquisa. Foi colocado que quanto menor for a classe social do torcedor, maior seria o número de reclamações. Entretanto, os torcedores que criticaram o trabalho do radialismo esportivo são, em sua maioria, das classes A e B. Dos torcedores que consideraram o trabalho dos radialistas regular/ruim, cerca de 64% era de classe média e classe média alta.

Na pergunta final da pesquisa, o torcedor foi questionado sobre qual mudança gostaria de ver no radialismo esportivo pernambucano. A maioria dos entrevistados (72%) gostaria de ver profissionais mais novos na área esportiva e 20% queria que houvesse mais tempo para os programas esportivos.



Conclusões

Após a aplicação do questionário dos torcedores e as entrevistas feitas com os jornalistas, pode se chegar a uma conclusão dos fatores que levam a imprensa radiofônica esportiva pernambucana receber um grau de culpabilidade por problemas relacionados aos clubes da capital.

Em primeiro lugar, os torcedores consideram que a mídia radiofônica em especial possui um alto grau de influência na opinião tanto dos próprios torcedores quanto dos atletas. Por ser um veículo de comunicação que possui um espaço para debate maior com relação a televisão e o jornal, eles acreditam que um comentário crítico ou uma notícia que relate um problema do clube pode desestabilizar o time. Além disso, a mídia também pode jogar os torcedores contra atletas, dirigentes ou qualquer funcionário da equipe, o que pode resultar em um clima desagradável dentro do clube e refletindo na campanha do time no campeonato.

Essa insatisfação com os radialistas leva a alguns exemplos já citados no trabalho segundo qual o torcedor se revolta e tenta intimidar os profissionais, seja através de xingamentos ou até o uso da força física. Os torcedores esperam dos profissionais esportivos uma cumplicidade com as equipes, porém o fato do futebol ser um quase uma religião para alguns torcedores os impede de entender criticar o clube não é desrespeitar a instituição.

A imparcialidade exigida pelo público esbarra na desconfiança que o próprio público possui. Alguns radialistas não conseguiram esconder que na juventude torciam por algum clube, o que reflete numa incredibilidade por parte de alguns torcedores. O fato de um profissional ter torcido por um clube leva o torcida a sempre pensar que ele vai favorecer a equipe de coração ao invés de focar na neutralidade. E nessa disputa entre torcida e imprensa, o diferencial continua a serem os clubes. São as equipes que ditam os elogios ou as críticas, afinal sem eles não existiria nem discussão.

Referências Bibliográficas

REDEKER, Robert. O ópio do povo. Revista Carta Capital, São Paulo, n. 153, p. 68, 2001.

MARCONDES Filho, Ciro. Quem manipula quem? Poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1999.



BUCCI, Eugênio. Sobre Ética e Imprensa. São Paulo: Companhia das letras, 2000.

COELHO, Paulo Vinícius. Jornalismo Esportivo. São Paulo: Contexto, 2003.

REIS, H. H. (2005). Espetáculo futebolístico e violência: uma complexa relação. In: Daolio, J. (org). Futebol, cultura e sociedade. Campinas – SP: Autores Associados.

MCQUAIL, D. 1975 *Communication*, Longman, Londres. 1977 «The Influence and Effects of Mass Media», in Curran L-Gurevitch M-Woolacott J. (eds.), *Mass Communication and Society*

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação* Lisboa: Editorial Presença, 1999