



O jogo que se vê: ensaio introdutório à linguagem televisual do futebol¹

Marcio Telles da Silveira²

Alexandre Rocha da Silva³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

A presença no futebol na televisão é maciça. No Brasil, cerca de 400 partidas das duas principais divisões do Campeonato Brasileiro são transmitidas por ano. Surpreendentemente, a abordagem dada ao estudo do futebol na tevê não contempla uma questão básica: quais as escolhas estéticas e narrativas inerentes a esse programa de entretenimento assistido por milhões? Estudar o futebol de tal forma requer compreender a semiologia do futebol e a *identidade* que ele adquire ao aparecer na telinha. Este trabalho pretende levantar estas questões, através da exploração de conceitos-chave e da análise da final da Copa do Mundo de 2002.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão; Linguagem audiovisual; Jornalismo esportivo

TEXTO DO TRABALHO

O presente trabalho tem por objetivo iniciar a exploração da linguagem - narrativa e estética - utilizada pela televisão nas transmissões de partidas de futebol. Neste ensaio inicial, estruturarei meu pensamento em duas bases: primeiramente, explorarei algumas ideias que possibilitem compreender a dinâmica natural do futebol como uma linguagem em si, à parte de qualquer narrativa que possa ser emoldurada através da televisão. Este aspecto é interessante para o desenvolvimento do segundo momento do ensaio, no qual tentarei decifrar algumas características dessa linguagem.

Como exemplo, analisarei a final da Copa do Mundo de 2002, disputada no Japão entre as seleções do Brasil e da Alemanha. Será interessante começar o processo de decifração de alguns códigos das transmissões esportivas, cruzando elementos de análise fílmica e narrativa. Creio que o objetivo último de toda transmissão é

¹ Trabalho apresentado no IJ 4 – Comunicação Audiovisual do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Estudante de Graduação: 9º semestre do Curso de Jornalismo da FABICO-UFRGS, email: tellesdasilveira@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFRGS, email: ars@ufrgs.br



esclarecer, de forma mais fluente possível, o enredo que se desenvolve dentro das quatro linhas – daí o porquê de primeiro explorar a comunicação do futebol.

Futebol é comunicação?

No afã semiológico do final dos anos 1960, o cineasta italiano e entusiasta do futebol Pier Paolo Pasolini, construiu um modelo capaz de compreender os significados do futebol. Em seu sistema, PASOLINI (1971) diferenciava a *prosa* (o encadeamento lógico de uma jogada) da *poesia* (a jogada imponderável, que destrói e reorganiza o jogo). Exemplo de *prosa* seria o estilo italiano do *catenaccio* ('ferrolho'), sistema defensivo que, como o próprio nome diz, reduz o espaço do campo defensivo através do posicionamento disciplinado dos jogadores. A sequência lógica de uma jogada que parte do *catenaccio* seria uma roubada de bola no meio do campo, uma troca de passes visando às laterais, o cruzamento e a finalização. Do outro lado, a *poesia* é a jogada bonita, o futebol-arte, o inesperado: Robinho pedalando, Zinho encerando, Garrincha fintando. A manifestação da poesia durante uma partida surpreende ao quebrar a lógica dela. Pasolini, inspirado com o "futebol-arte" da seleção canarinha, limita a expressão poética do futebol ao drible e à finta, expressões individuais de inegável talento.

À primeira vista, é fácil concordar com Pasolini (ver CARVALHO, 2005). Mas uma análise mais atenta é capaz de perceber buracos em sua análise: a expressão individual não é a única forma de se atingir a *poesia* do futebol – quantas vezes já vimos verdadeiras "aulas" de futebol em jogadas estruturadas por todo a equipe?

"É curioso que ele [Pasolini], admirador da seleção brasileira de 1970, não tenha sido sensível à jogada do quarto gol na decisão daquela Copa: nove diferentes jogadores deram 28 toques na bola antes do chute final de Carlos Alberto Torres. (...) No limite, toda partida de futebol é uma peça ao mesmo tempo em prosa e poesia. De outro lado, *a fronteira entre prosa e poesia é oscilante*" (FRANCO JÚNIOR, 2007, p. 384-5, grifo meu)

Obviamente, também não podemos deixar de constatar que a "prosa pode ser bela, íntegra, articulada e fluente, ou burocrática e anódina, e a poesia, imprevista, fulgurante e eficaz, ou firula retórica sem nervo e sem alvo" (WISNIK, 2008, p. 14). Por exemplo, o jogador brasileiro Robinho é muito criticado pela imprensa desportiva por muitas vezes preferir a plástica de uma jogada à sua objetividade – o que, na linguagem futebolística, é dito "jogar para a torcida", em oposição à "jogar para a equipe", em busca do resultado.

Como Pasolini, CARVALHO (2005) também parte de Barthes para construir um sistema semiológico do futebol que comporte, igualmente, tanto a prosa quanto a poesia. Carvalho chega à mesma conclusão que o italiano sobre esses dois modos de



jogar futebol, porém o interessante de seu modelo é quando procura em Barthes argumentos para sedimentá-lo.

Entendendo a Língua como instituição social, convencionada, inatingível pelo indivíduo; e a Fala como expressão individual a partir das possibilidades disponibilizadas pela Língua, Carvalho conclui que, no futebol,

... a Língua corresponde às regras do jogo, que determinam o que é ou não possível. Como na Língua, o indivíduo não a cria ou modifica sozinho. A Língua-futebol é sistema de valores na medida em que uma regra só vale com relação à outra. A defesa, por exemplo, só existe em função do ataque. (...) Quanto à Fala, esta se refere ao que cada jogador faz a partir das possibilidades que lhe permite a regra. Ele as combina à sua maneira (...) Assim, o modo como cada jogador ou o time como um todo seleciona e combina as possibilidades dentro da regra são aspectos da Fala-futebol (CARVALHO, 2005, p. 18).

A metáfora linguística do futebol é muito interessante, e me parece a mais completa para lidar com os múltiplos discursos que o futebol é capaz de empreender. Infelizmente, a autora não desenvolve as consequências daquilo que propõe.

Quem o faz de forma empolgante é FRANCO JR. (2007). Trazendo elementos da neurobiologia, que indica ser a fala e a habilidade motora regidas pelos mesmos centros cerebrais, o autor propõe que pensemos o futebol como “linguagem ao mesmo tempo natural (correr, fugir, enganar, chutar e pegar) (...) e artificial (regra para organizar a representação moderna daqueles atos primordiais)” (p. 349). Assim, no futebol,

cada falante é coletivo (time) e seu discurso construído com material dos vários indivíduos (jogadores) que fazem parte de tal comunidade linguística e que, submetidos à gramática do jogo, desenvolvem roteiro predeterminado (tática), porém adaptável às intervenções do interlocutor (o time adversário). E tudo isso sob o olhar de muitíssimo outros indivíduos (torcedores), que vêem naquela troca de mensagens, na interatividade daqueles discursos, um sentido que os sensibiliza (FRANCO JR., 2007, p. 350).

Portanto, não é equivocado afirmar que existe sentido na movimentação dos jogadores em campo, e em todo aquilo que está em seu entorno. Toda partida de futebol *conta* uma história para além daquela que é contada na transmissão televisiva: uma história que se dá apenas em campo.

Talvez aquilo que eu entendo por beleza no futebol seja exatamente aquilo que seus detratores entendem por sua feiúra: o caráter esquemático que possui uma partida. Essas críticas, porém, atentam apenas à superfície: sem dúvida que toda partida é disputada em dois tempos de 45 minutos; envolve 22 jogadores e é arbitrada por um trio de juízes autoritários; e que a torcida reage a cada desenlace do jogo. Esta é apenas a estrutura sobre a qual se desenvolve a história de cada partida.



Da mesma forma, a televisão sofre do mesmo preconceito. MACHADO (2001, p.89), citando VILCHES, lembra que, em uma telessérie, “cada novo episódio repete um conjunto de elementos já conhecidos e que fazem parte do repertório do receptor, ao mesmo tempo em que introduz algumas variantes ou até elementos novos”.

Tal capacidade do futebol – assim como da televisão – em desenvolver um enredo original *apesar* da estrutura fechada fez com que FRANCO JR. o aproxima-se do teatro grego:

Na origem o teatro, criação da Grécia antiga, era representado em espaço aberto próximo ao público, como nos atuais estádios de futebol. Os gregos que se dirigiam a seus anfiteatros já conheciam as grandes linhas do roteiro da peça, baseada em mitos que circulavam de diversas formas na sua cultura. Os torcedores atuais vão aos estádios ignorando o resultado final da partida, mas as características individuais e coletivas dos protagonistas a que vão assistir não lhe são desconhecidas, seja por observação direta anterior, seja por meio de informações e comentários da imprensa. Mesmo sendo familiar a história a que assistiam, os gregos antigos não deixavam de se comover com o destino dos heróis. Mesmo estando habituados a acompanhar seu time, os torcedores modernos continuam a se emocionar com seus heróis. Tanto o teatro grego quanto o futebol criam forte identificação entre espectadores e heróis. A função do teatro era pedagógica, ensinava o espectador a relativizar todos os personagens, inclusive os heróis da sua cidade, do seu clã. O futebol faz isso à sua maneira, mostrando como o personagem exaltado hoje pode ser denegrado amanhã, e vice-versa. (...) Nos anfiteatros modernos dos estádios de futebol assiste-se a espetáculos cujos grandes temas – embora esquematizados e metaforizados de outra forma – são os mesmos da época clássica: valentia, habilidade, lealdade, amizade, amor, sorte (FRANCO JÚNIOR, 2007, p. 384-5).

Todas estas são pistas essenciais para desenvolver o futebol enquanto comunicação. Para transformar essa fala do futebol, que se dá ao vivo no gramado, em uma fala que esteja circunscrita na telinha, é preciso tratar, também, da televisão.

O futebol na televisão

KILPP (2003a, p. 160) apresenta a televisão como “uma indústria peculiar, de reciclagem de restos culturais – que seriam coletados na cultura mesma ou nos confins dos campos sociais (...) e transformados pela TV em produtos televisivos”. Para a autora, o discurso televisivo, que apenas *finje* veicular mundo real, oculta sua verdadeira aparência, “construída por procedimentos de ordem técnica e estética”.

Assim, os sentidos da mensagem televisiva não devem ser buscados somente no que é dito e mostrado, “mas principalmente nos *modos* de dizer, de mostrar, de interagir e de seduzir (ainda que eles permaneçam ocultos por uma notável opacidade)” (2003b, p. 162, grifo meu). Modos que, empregados, transfiguram o material em outra



singularidade – um programa de televisão, dotado de identidade própria, um objeto/sujeito que nasce, cresce e morre.

Esta identidade criada pela televisão – seja de um telejornal, reality show, novela ou da própria grade do canal – é aquilo que KILPP chama de *ethicidade*: “subjetividades virtuais (as durações, personas, objetos, fatos e acontecimentos que a televisão dá a ver como tais, mas que são, na verdade, construções televisivas), cujos sentidos identitários (éticos e estéticos) são agenciados num mix de molduras e moldurações de imagens” (2003b, p.33).

Essas moldurações – “procedimentos de ordem técnica e estética que realizam certas montagens no interior das molduras” (2003b, p.33) – são as ferramentas utilizadas pela televisão para criar essa identidade televisiva. São opções, escolhas, contingências, formas de (re)apresentar o mundo *real* – se é que ele existe, mas esta é outra discussão.

Evocando outro texto de Kilpp (2004), em que a autora discute a programação televisiva, são elencados indícios que permitam concluir que qualquer programa, qualquer que seja sua origem, torna-se tipicamente televisivo quando veiculado na TV. Ou seja, o futebol-televisado (objeto deste estudo) é diferente do futebol-jogado devido à *própria* televisão.

Portanto, o objetivo último deste trabalho é apreender como se dá essa transformação daquilo que FRANCO JR. chama de “metáfora linguística do futebol” naquilo que identifico como *linguagem televisual do futebol*, através de modos discursivos empregados pela televisão que, ao mesmo tempo, oculta os procedimentos que transformam o futebol na televisão em produto cultural – ainda que finja que não o faça.

A percepção de que o futebol na televisão é *mais* do que é o mero relatar dos fatos é sentida por muitos, mas ignorada por quase todos: entre compreender o futebol na esfera televisiva como entretenimento ou apegar-se a uma defesa do corporativismo jornalístico, prefere-se o último. A questão tão comumente colocada em monografias sobre o tema – se o futebol na televisão é jornalismo ou entretenimento (ver SILVA SOUSA, por exemplo) – não é sequer considerada no presente artigo: na tevê, futebol é entretenimento⁴.

⁴ Ainda assim, admito que exista diferença entre o objeto deste estudo (a transmissão de uma partida) e os telejornais esportivos que abundam na programação de certos canais. Todavia, considero reportagens inseridas no “show do intervalo” (termo popularizado pela Rede Globo) como parte integrante deste espetáculo de entretenimento que é a



Considera-se para tanto, não apenas características intrinsecamente esportivas – que por si só já ajudam a explicar muito do sucesso televisivo do futebol –, mas também estratégias comerciais empregadas pela televisão. São da primeira esfera: a periodicidade de certa competição (normalmente semanal), a necessidade de se acumular conhecimento prévio sobre o espetáculo, o “gancho” que atrai para a partida seguinte, o esquema teleológico da temporada futebolística, que transforma as partidas finais (ou serão “capítulos”?) nas mais eletrizantes, são todas questões obviamente muito bem exploradas pela televisão.

Quanto à segunda esfera (o âmbito econômico) quero chamar a atenção ao modelo industrial sob o qual opera a televisão, utilizando as mesmas prerrogativas da produção em série que já vigorava em outras esferas industriais, onde a repetição de um mesmo protótipo é praticada à exaustão – ou, ao menos, até que se esgote o potencial comercial deste e se parta para outro. Nenhuma novidade nisso: “a necessidade de alimentar com material audiovisual uma programação ininterrupta teria exigido da televisão a adoção de modelos de produção em larga escala” (MACHADO, 2001, p.86). É essa a explicação comercial para a criação de programas seriados, como novelas e telejornais, e sua estruturação em uma grade de programação mais ou menos fixa.

Questão que também perpassa a ostensiva presença do futebol na televisão, um *programa de entretenimento* para o qual o custo de produção é baixíssimo se comparado ao de uma telenovela, por exemplo. Além disso, o fator humano nas transmissões desportivas é mais barato (menos “estrelado”, salvo raras exceções) e consideravelmente menor do que de qualquer outra produção televisiva – incluído aí o telejornal.

No fantástico livro de DAVID CONN, “The Football Business” (1997), o então diretor de futebol da ITV/Channel 3, Jeff Farmer, declara sobre as transmissões: “Tem audiência garantida... É um grande esporte, muito televisivo, e tem vários fãs de carteirinha que sempre gostarão de ver seus clubes. Eis o porquê de ser um troféu tão cobiçado pela televisão” (p.20, tradução minha).

Em outras palavras, para muitos operadores, os torcedores são viciados em futebol, e o assistirão em qualquer canal, pagando qualquer preço e sob qualquer

transmissão de futebol. Em último: não concordo e não acho interessante questionar se é ou não é jornalismo o que se faz com o esporte hoje em dia na televisão – o que facilmente se transforma em críticas corporativistas impregnadas de ideologias românticas com a profissão de jornalista – mas creio ser pertinente entender o processo pelo qual se transforma o futebol em entretenimento.



circunstância. Por exemplo, na temporada passada (2008-09), o lucro da operadora australiana BSkyB com os direitos de transmissão do campeonato inglês foi de £813 milhões⁵.

No Brasil, o lucro para os participantes é igualmente graúdo. Enquanto a Rede Record, por exemplo, investe R\$ 4,5 milhões na produção da minissérie em dez capítulos “A História de Ester” (quase meio milhão por episódio), a projeção é de que até 2014 a Rede Globo tenha gerado aos clubes mais de R\$ 700 milhões em receitas advindas dos direitos televisivos⁶. Isto para transmitir cerca de 1,5 mil partidas por ano, somadas todas as competições (nacional, estaduais, Copa do Brasil, Libertadores, etc.)⁷.

A questão que se coloca é: para gerar tanta renda, a emissora não pode simplesmente levar uma câmera até o estádio e acompanhar a partida, noticiando o resultado e reportando o nome dos jogadores. Há um trabalho maior sendo feito cada vez que assistimos a uma partida de futebol na televisão, não apenas por parte do diretor de imagens, mas também do narrador, cada vez mais um animador de torcida. São estes processos o ponto-chave deste artigo.

Análise: final da Copa do Mundo de 2002

A final da Copa do Mundo de 2002, edição realizada conjuntamente por Coreia do Sul e Japão, foi assistida por 1,1 bilhão de pessoas ao redor do planeta. No Brasil, a Rede Globo alcançou 91% de índice *share*, que registra o percentual de televisores sintonizados na emissora ao horário da partida (média de 67 pontos de audiência)⁸.

A transmissão desta final entre Brasil e Alemanha, que consiste no objeto de análise do presente artigo, é um exemplar que considero “bem acabado” da estética televisiva do futebol. Sua narrativa é fluente e inteligível, e seu ponto mais prejudicial para o entendimento da ação (um problema arquitetônico) é resolvido sabiamente.

Estruturalmente, podemos considerar todo início de partida como uma “apresentação” do ambiente onde se dará a ação, da mesma forma que os primeiros minutos de um filme são ocupados com essa operação introdutória:

Dez minutos são dez páginas de roteiro. Esta primeira unidade de ação dramática de dez páginas é a parte mais importante do roteiro, porque você tem

⁵ <<http://www.guardian.co.uk/football/2010/mar/26/sky-ofcom-election-football>>

⁶ <<http://www.futebolfinance.com/a-evolucao-de-receitas-do-mercado-brasileiro>>

⁷ Ainda há questão dos comerciais: em Portugal, cada intervalo de jogos da Seleção daquele país representou um investimento publicitário médio de 1,6 milhões de euros (valores a preço de tabela). Mais em <<http://www.futebolfinance.com/o-valor-da-publicidade-no-intervalo-dos-jogos>>

⁸ <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u43997.shtml>>



que mostrar ao leitor quem é o seu personagem principal, qual é a premissa dramática da história (sobre o que ela trata) e qual é a situação dramática (as circunstâncias em torno dela) (FIELD, 2001, p.4).

Da mesma forma, no futebol, o antes de jogo e os dez primeiros minutos (quase um terço do primeiro tempo) são importantes para “apresentar” as peças dentro de campo. O estádio, a entrada das equipes em campo, o árbitro e seus auxiliares, o close nos principais jogadores: são todos elementos que as câmeras procurarão nestes primeiros minutos. Esportivamente, os dez primeiros minutos também são importantes para os dois times se conhecerem. São minutos que definirão muito da dinâmica do jogo: o time mais disposto a atacar parte para cima, aquele que entra para defender tenta manter a posse de bola, jogadores desejosos de fazer a diferença correm mais, etc.

A primeira sequência da transmissão mostra a entrada dos jogadores em campo: a saída dos vestiários, local inacessível para as equipes de televisão, configura aquele local como um “mundo misterioso”. Extrapolando um pouco, poderíamos comparar esta entrada em campo como heróis que transpõem o limiar entre dois mundos, saindo daquele lugar proibido para representar à frente de seus súditos.

Durante a primeira tomada, são apresentados os jogadores brasileiros, caminhando em fila indiana em direção ao gramado, da esquerda para a direita. Há então a transição para o lado oposto, onde os jogadores alemães também adentram o gramado, porém, devido à posição da câmera, os alemães caminham da direita para a esquerda (a tomada dos alemães tem sete segundos contra dez da dos brasileiros). Coloca-se a oposição entre as equipes: ainda que os dois times caminhem em filas indianas alinhadas lado a lado, a opção por enquadrá-los em planos separados (ao invés de um frontal que enquadraria as duas equipes) coloca-os imediatamente em conflito.

A última tomada desta primeira sequência põe em plano conjunto dois dos principais personagens da final: Ronaldo “Fenômeno” (ao fundo) e Rudi Vöeller, o técnico alemão que incrivelmente levou seu time até a decisão – a Alemanha vinha de momentos apagados no futebol internacional. Só então, seis segundos depois, há a mudança para um enquadramento frontal das duas equipes adentrando o gramado, sendo conduzidas pelo quarteto de arbitragem (o árbitro, seu reserva e dois auxiliares). A câmera dessa tomada, disposta numa grua, move-se para melhor enquadrar as duas equipes lado a lado.

Durante as próximas sequências, a transmissão irá ambientar o palco da ação: há uma tomada apresentando algumas autoridades (não identificadas pelo narrador), seguida de tomada da torcida alemã (olhando para a direita), em oposição à torcida



brasileira (olhando para a esquerda). É facilmente identificado – e não apenas nessa tomada – a forte presença de asiáticos (ou seja, locais) na torcida brasileira. Isto pode ser explicado por diversos fatores: Ronaldo estava no auge da fama, Ronaldinho Gaúcho era um craque promissor, Luís Felipe Scholari era simpático com a imprensa mundial, além do fato de o Brasil ser um “império do futebol onde o Sol nunca se põe” – não obstante, o brasileiro Zico é considerado um dos difusores do futebol no Oriente.

Essa presença massiva de nipônicos entre os brasileiros coloca-os como favoritos. Mais do que isso, ao longo da transmissão (não apenas por ser uma narração brasileira), a Seleção do Brasil será alçada à condição de herói, enquanto a Alemanha será relegada ao papel de vilã. Nas palavras de Galvão Bueno: “O Brasil sabe jogar com a bola no pé, joga bonito. [Já] a Seleção Alemã joga feio, é um futebol de muita força física e frieza”. Tal leitura da partida será reforçada diversas vezes ao longo dos próximos noventa minutos (“os alemães sabem ser frios”, “isso que é o futebol brasileiro”, “de toque de bola, um jogo bonito”).

É uma leitura falsa: apesar de este time alemão ser limitado em comparação às suas outras equipes, ele não depende da força física, tampouco “não sabe jogar futebol”. É uma equipe bem armada, com alguns jogadores técnicos (Klose, Frings, Bierhoff, Ramelow, sobretudo Ballack), uma estrela (Oliver Kahn, taxado por Galvão de “louco... provocador... irresponsável”), e muitos dedicados. Aliás, mais incrivelmente, o narrador irá desmerecer historicamente o time da Alemanha, “que sempre foi frio”, “sem técnica”. O fato de a Alemanha ter um dos melhores times da história do futebol mundial, liderado por Franz Beckenbauer entre as décadas de 1960 e 1970, não é sequer citado durante a transmissão⁹.

Após a apresentação das torcidas, há uma tomada estática, do alto, mostrando o estádio. Artes exibem as campanhas de Brasil e Alemanha. A sequência do estádio prossegue com uma tomada em diagonal, que serve de pano de fundo para uma arte ilustrar as condições do gramado. A próxima sequência nada acrescenta de novidade: volta à tomada das autoridades, então retorna ao gramado, exibindo os premiês japonês e sul-coreano cumprimentando os jogadores de ambas as seleções.

⁹ O jornalista Mauro Cezar Pereira, da ESPN Brasil, refere-se a esse estilo de narrar criado por Galvão Bueno de “galvanização” do futebol na tevê. Consiste em supervalorizar o jogo de uma das equipes, atizar a rivalidade e aumentar os fatos ocorridos. Galvão talvez seja o mais influente narrador do futebol brasileiro, sendo referência inclusive para narradores de outros países latinos, como os argentinos, os espanhóis e os italianos.



Durante a execução dos hinos, os jogadores são exibidos perfilados e em plano médio, às vezes aproximado. Estas imagens são intercaladas com inserções das respectivas torcidas; particularmente, a brasileira é superexposta: a câmera dá uma panorâmica, da esquerda para a direita, exibindo bancadas coloridas de amarelo. Se havia dúvida de quem são os mocinhos, elas se dissipam agora.

Após algumas tomadas em que os capitães trocam cumprimentos e conversam com a arbitragem, a câmera retorna à posição “inicial”, em plano geral e distante do gramado. O jogo inicia e, então, a câmera irá aproximar-se até adotar a posição que chamarei de “padrão” – um plano geral de média aproximação, tão comum em transmissões ao redor do mundo.

Quinze segundos após o início, a bola sai. Fazendo um resgate histórico, é interessante notar que estes momentos de fora de jogo são aqueles mais criativos para a transmissão: até o final da década de 1960, com apenas uma ou duas câmeras por partida e sem a tecnologia do videoteipe, restava ao telespectador esperar pelo reinício da partida tal como se no estádio estivesse. Na partida de 2002, o fora de jogo é preenchido de diversas maneiras. Este primeiro fora de jogo (quase vinte segundos) é ilustrado com as expressões tensas dos dois treinadores – uma artimanha para apresentar os dois “mestres anciães” do enredo.

Vale uma observação sobre a “posição padrão” desta partida em particular: os jogadores parecem distantes, pois as câmeras foram fixadas no teto do Estádio de Yokohama, devido a um erro arquitetônico que não previu uma torre de transmissão. Quando a bola está no lado oposto ao dos bancos de reserva (o lado de cima da tela), muitas vezes a ação se torna ininteligível. Tal problema foi resolvido aproximando uma segunda câmera da ação, que enquadra os jogadores de corpo inteiro. Em outras partidas, esta inserção de uma segunda câmera aproximada é menos freqüente, mas aqui há sequências extensas exibidas exclusivamente com esta câmera.

O primeiro tempo acaba com o placar zerado, deixando para a etapa final os momentos mais emocionantes. Pela natureza da partida – uma final, ou seja, de extrema importância – a tensão é uma marca registrada do jogo e da transmissão. Selecionei dois lances que ilustram bem esse ambiente nervoso.

Aos onze minutos, uma saída de bola errada da Seleção brasileira é interceptada no meio de campo pelos alemães. O ataque ocorre rapidamente e Hamann bate forte de fora da área. A bola passa por sobre o gol de Marcos.



Imediatamente após a batida (em câmera “padrão”), outra câmera busca Hamann, enquadrando-o em plano próximo, de costas. Há o corte para o técnico alemão de braços cruzados e expressão nervosa. Então o segundo corte, agora o replay da jogada pela câmera da grua atrás da goleira de Marcos. Outro corte: uma tomada enquadrando o técnico alemão em plano próximo, exibindo a sua reação ao chute (morde os lábios). A última tomada é de novo Hamann, de costas, em plano médio. Tudo isso ocorre durante o fora de jogo, ou seja, enquanto o goleiro brasileiro não repõe a bola. A sequência toda tem uma duração total de 23 segundos (cerca de um corte a cada quatro segundos e meio, praticamente um filme de ação).

Por volta dos doze minutos e meio, tem início uma sequência bastante interessante: Edmílson toca a bola da direita em direção ao centro, Rivaldo recebe e tenta encobrir o jogador adversário com apenas um toque, ao que o alemão ergue o braço e desvia bola. Rivaldo levanta os braços exigindo a marcação da falta, ao que o árbitro Pierluigi Colina apita.

Primeiro corte: plano médio, em ângulo alto, das costas do árbitro. Segundo corte: replay em câmera lenta do lance, em plano médio, mas com angulação diferente do enquadramento do juiz – fica claro que se trata de outra câmera. Terceiro corte: Colina conversando – seria xingando? – os jogadores alemães. Quarto corte: Ronaldo e Roberto Carlos discutem sobre a cobrança da falta; no conjunto, em primeiro plano, o jogador alemão Jeremy observa ao lance com expressão preocupada. Quinto corte: a câmera na grua atrás do gol de Kahn faz dois movimentos ao mesmo tempo – *zoom-out* vindo da barreira até Kahn e *tilt*, colocando-se à altura da cintura do goleiro alemão, enquadrando toda a dimensão do gol. Nessa posição, a câmera começa a se aproximar novamente (*zoom-in*) de Kahn, até “atravessar” uma das tramas da rede. Sexto corte: primeiro plano do goleiro alemão, ilustrando sua expressão tensa. Um jogador brasileiro distraidamente cruza a câmera, enchendo-a de amarelo e azul, o que motiva seu corte. Sétimo corte: plano geral enquadrando, ao mesmo tempo, os jogadores brasileiros ao redor da bola, a barreira e parte da pequena área – Kahn permanece fora de quadro. Oitavo corte: plano de corpo inteiro dos batedores brasileiros – Ronaldo e Rivaldo permanecem ao redor da bola, Ronaldinho Gaúcho e Roberto Carlos se afastam. Nono corte: outro plano médio de Ronaldo, ele fala algo para Rivaldo (fora de quadro) e então olha para o chão; depois levanta o olhar e encara a barreira (também fora de quadro). Décimo corte: retorna ao enquadramento padrão. Ronaldo chuta e a bola explode na barreira. Toda a sequência tem um minuto e três segundos. São dez cortes: cerca de seis



segundos para cada corte, mas dois são mais extensos – Colina com os alemães (15s) e o *zoom-out/zoom-in* atrás do gol (12s). O mais curto é um dos mais significativos: o plano com Ronaldo em close, conversando com Rivaldo, suspirando e olhando para a barreira tem apenas três segundos.

Mais tarde, aos quinze minutos, Edmílson tem que trocar de camiseta, pois a dele foi rasgada em outro lance. Esta sequência serve, involuntariamente, de válvula de escape, configurando-se numa típica comédia, já que o jogador tem dificuldade em vestir a inovadora camiseta brasileira, que é dupla. Ele veste várias vezes errado e precisa da ajuda de um colega para vesti-la corretamente. Palmas eclodem da torcida quando finalmente ele consegue. Tudo ocorre em 58 segundos, com apenas cinco cortes (um deles – focado em Edmílson – tem mais de 25 segundos).

O gol, grande momento do futebol, é, para Pasolini, “sempre uma invenção, sempre uma subversão do código; todo gol é inexorabilidade, fulguração, estupor, irreversibilidade” (apud WISNIK, 2008, p.117). É, sem dúvida, é um evento de alto nível emocional, de alto valor narrativo. Porém, não pode ser considerado enquanto *clímax*, já que a definição para essa ferramenta da narrativa é o ponto alto de tensão precedente ao final.

Prefiro comparar o evento do gol na trama de uma partida com aquilo que Syd Field chama de *ponto de virada* (*plot point*, no original): “um incidente, ou evento, que ‘engancha’ na ação e a reverte noutra direção” (2001, p.97).

De fato, um gol tem o poder de desestruturar tanto a equipe que sofre – a postura é alterada para uma forma mais agressiva, aceitando mais riscos – quanto aquela que faz: seus jogadores parecerão mais satisfeitos, as jogadas fluirão mais fácil, etc. Subversão do código, diria Pasolini.

Esses pontos de virada – os gols – são momentos chaves em qualquer narrativa. Portanto, devem ser tratados com atenção e esmero. Grandes pontos de virada hollywoodianos tornaram-se históricos exatamente pelo cuidado com a cinegrafia da cena¹⁰. Muitos gols também se tornaram históricos, não apenas por sua plasticidade intrínseca, mas também pela forma como foram mostrados¹¹.

¹⁰ Por exemplo, quando Darth Vader revela a Luke que é seu pai em “O Império Contra-Ataca”.

¹¹ Wisnik apelida o gol de Maradona na Copa de 1986 – aquele em que o jogador aparenta ser capaz de driblar uma fila infinita adversários se tal ela existisse – de “Gol Impossível”. E lembra que tal *gol impossível* foi repetido por Ronaldo e Lionel Messi em outras ocasiões (além de um obscuro jogador saudita na Copa de 1994). Outro gol de Maradona na mesma Copa, porém, tornou-se um clássico devido à televisão, única a flagrar o jogador metendo a mão na bola naquele gol que entrou para a história como “La Mano de Diós”, tema de música, livros, quadrinhos, etc.



O gol é o fato mais importante do futebol. E toda transmissão ao vivo está sujeita a problemas – perder o gol não é tão raro quanto parece. No caso da final de 2002, este não foi o caso: o gol parte de uma roubada de bola de Ronaldo, que rapidamente toca para Rivaldo, que bate forte de fora da área. O goleiro Kahn rebate (“bate roupa” no jargão futebolística) e Ronaldo estufa as redes. Imediatamente, há o corte para um plano médio de Ronaldo correndo em direção à torcida, com o dedo em riste, comemorando. Outro corte rápido para a comissão técnica brasileira em êxtase: todos se abraçam. Outro corte: em plano médio, Oliver Kahn e outro zagueiro alemão caminham desolados, de costas para a câmera. Outro corte: o técnico Rudi Vöeller tentando motivar seus comandados – ele bate palmas e grita, mas seu rosto está vermelho (será de raiva?). Mais um corte: torcedores brasileiros vibram nas arquibancadas. Mais um: jogadores brasileiros abraçam-se no meio de campo. Só então Galvão para de gritar “goooooo!” e entra o teipe. Seis cortes em 22 segundos: média de 3,5 por plano. Ritmo de *blockbuster* hollywoodiano.

O teipe (ou *replay*) é anunciando com uma vinheta padrão com o logo da Copa, que entra da esquerda e deixa a tela à direita. Aqui, podemos ver a quantidade de câmeras utilizadas em uma transmissão: o gol é destrinchado por todos os ângulos possíveis. Primeiro deles: a câmera da grua oposta ao gol alemão, uma espécie de plano geral do gramado em câmera lenta. Segundo: câmera posicionada na linha lateral, possivelmente próximo à linha de centro do gramado. Vemos Rivaldo de corpo inteiro, de costas, chutando a gol, Kahn falhando em encaixar a bola (agora temos a certeza do erro do goleiro, não visível pelos outros ângulos) e a sobra nos pés de Ronaldo, que chuta certo.

O *replay* é cancelado (pelo mesmo logotipo), pois a partida reinicia rapidamente – como dito, o gol destrutura qualquer equipe, e agora a Alemanha tem de sair ao ataque. Mais tarde, em outros fora de jogo, o *replay* do gol reaparecerá, por outros ângulos.

Apontamentos

O futebol é espetáculo. Possui plasticidade. Conferir beleza no vídeo a uma explosão de emoção em campo, como no momento do gol, é um dos maiores desafios da transmissão de partidas de futebol pela televisão. Tal abordagem já não consiste mais



em uma escolha desta ou daquela emissora, mas sim se tornou uma experiência incorporada ao mundo televisivo.

Repito: futebol na tevê *é* espetáculo. Como todo espetáculo, ele possui uma *linguagem*. Como toda linguagem, ela precisa ser explorada. No primeiro tópico deste trabalho, referi-me a um trio de autores que considero de alta relevância para a questão: Pasolini, Wisnik e Franco Jr. Mas são autores que não fecham o círculo de todo: ainda há espaço para uma semiologia do futebol, desembaraçar essa rede de significados que de longe é uma simples brincadeira de bola, mas de perto é “muito maior do que a vida”, como immortalizou o treinador inglês Bill Shankly.

Outra questão que merece ser mais bem explorada é a dos mundos televisivos: como a televisão abordar a realidade e a transforma nessa ficção audiovisual. O velho ditado de que “uma imagem vale mais por mil palavras” tende a colocar um poder de autenticidade naquilo que é visual muito maior do que possui. É interessante pensar que a televisão *fantasiou* de tal forma nossa realidade que temas outrora considerados pesados para a telinha – e portanto restritos a alguns entusiastas na forma de videocassetes – hoje abundam nas maiores produções hollywoodianas e nos horários mais nobres da televisão. É uma crítica batida: mas a mim parece que aquilo que a televisão crítica é aquilo que ela mesmo criou – a violência excessiva, a erotização, o *exploitation* (outrora um gênero, hoje uma linha editorial).

É assim que precisamos compreender o futebol na televisão: dotado de uma identidade (*ethicidade*, diria Suzana Kilpp) diferente daquela do futebol no campo. A narrativa de ambos, porém, é a mesma. Mas a forma de incorporá-la difere em todos os meios onde exista futebol acontecendo ao vivo – não só na televisão e no campo, mas também no rádio e na Internet. Insisto para que pensemos nessas características como mais do que meras peculiaridades de cada Meio de Comunicação, levando em conta que toda escolha é feita a partir de contingências e intenções. Por exemplo, não é apenas porque a televisão *me permite* utilizar o recurso do videoteipe que reprisarei todo o gol; a maneira de reprisá-lo, o momento e a ênfase também são questões importantes – e elas são muito mais racionais do que parecem. Há uma *ethicidade* do futebol na televisão clamando por ser desvendada.

Espero que este ensaio introdutório tenha mostrado a urgência do assunto e levantado questões pertinentes a futuras explorações.



REFERÊNCIAS

- CARVALHO, Mayra Moreyra. **Além das linhas do campo e dos versos do poema: investigações sobre o futebol-arte**. Dissertação de Mestrado em Teoria Literária da Universidade de Brasília, Brasília, 2006.
- CONN, David. **The Football Business**. Edinburgh: Mainstream Publishing, 2001.
- FIELD, Syd. **Manual do Roteiro**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001
- FRANCO JÚNIOR, Hilário. **A dança dos deuses: futebol, sociedade, cultura**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- KILPP, Suzana. **Ethnicidades televisivas: sentidos identitários na tv: moldurações homológicas e tensionamentos**. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação da Unisinos, São Leopoldo, RS, 2002.
- _____. **Mundos televisivos, imaginários televisíveis e sociedade imaginada**. In: Contemporânea: revista de comunicação e cultura contemporâneas. Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 155-180, dez. 2003a.
- _____. **Ethnicidades televisivas**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2003b.
- _____. **Programas de tv, ethnicidades televisivas**. In: Animus: revista interamericana de comunicação midiática. Santa Maria, RS, v. 3, n. 1, p. 23-38, jan/jun. 2004.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2003.
- MÁRIO FILHO. **O negro no futebol brasileiro [1947]**, Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- PASOLINI, Pier Paolo. **O gol fatal [1971]**. Disponível em: <http://www.italiaoggi.com.br/not01_0305/ital_not20050306a.htm>. Acessado em 18 de novembro de 2009.
- SILVA SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina. **Cobertura esportiva na televisão: jornalismo ou entretenimento?** Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005
- WISNIK, José Miguel. **Veneno remédio: o futebol e o Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.