



PERSPECTIVAS DE ANÁLISE DA COBERTURA ESPORTIVA DO SITE IMPEDIMENTO.ORG: DIÁLOGOS POSSÍVEIS ENTRE FUTEBOL, JORNALISMO E FOLKCOMUNICAÇÃO

PEREIRA, Davi dos Santos¹
DILL, Diego Eduardo²

Resumo

Este artigo é resultado de reflexões realizadas durante o desenvolvimento de um Trabalho de Conclusão de Curso intitulado “*Fuimos locales otra vez: um estudo da cobertura do futebol pelo site Impedimento.org na perspectiva da folkcomunicação*”, na Universidade de Cruz Alta-RS. O estudo teve por objetivo analisar a incidência dos aspectos populares do futebol na cobertura do Impedimento durante a Copa do Mundo de 2014. A proposta deste artigo é apresentar as perspectivas de análise adotadas durante o estudo da cobertura do site, especializado em futebol sul-americano. O trabalho teve como base os pressupostos da folkcomunicação, tradição de pesquisa inaugurada por Luiz Beltrão, alinhando-se aos novos postulados desse viés de pesquisa: apropriações dos meios de comunicação de massa dos elementos presentes no popular, considerando a dinâmica do folclore, a ascensão dos meios de comunicação de massa e da indústria cultural. Neste artigo discute-se quais aspectos da cobertura esportiva podem evidenciar uma abordagem não-convencional, voltada para os aspectos populares do futebol.

PALAVRAS-CHAVE: Dinâmica do folclore. Folkcomunicação. Jornalismo esportivo. Popular

Abstract

This paper is the result of reflections made during the development of a Co of Course entitled "Fuimos locales otra vez: a study about the coverage of football on Impedimento website by the perspective of folk communication" at the Universidadede Cruz Alta -RS. The study had for objective analyze the incidence of the popular aspects of the coverageversi of the Football World Cup 2014 held at website Impedimento. This paper has the objective to present the perspectives of analysis adopted during the study of the coverage of website, an alternative communication vehicle in the sports field. The work was based on the presuppositions of the folk communication, research tradition inaugurated by Luiz Beltrão, aligning to the new studies of this perspective: the appropriation of mass media of the elements present in the popular, considering the folklore dynamics, the rise of mass media and mass culture industry. In this article we discuss which aspects of sports coverage may show an unconventional approach, focused on popular aspects of football.

KEYWORDS: *Dynamic of Folklore. Folk communication. Sports Journalism. Popular.*

¹ Graduado em Comunicação Social-Habilitação em Jornalismo pela Universidade de Cruz Alta, email: davipereira1993@gmail.com

² Docente do curso de Jornalismo da Universidade de Cruz Alta e orientador do trabalho, email: diegodill84@hotmail.com



INTRODUÇÃO

No dia 22 de julho de 2014, a equipe do site Impedimento.org, portal de jornalismo esportivo independente especializado em futebol sul-americano, anunciou em editorial intitulado “O Braço fraqueja às vezes: o Impedimento acabou”, o encerramento de suas atividades jornalísticas. Criado por egressos da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, o portal destacou-se durante nove anos por uma abordagem diferenciada, cuja estética dos textos fugia do estilo da crônica esportiva tradicional dos grandes veículos de comunicação, que na maioria das vezes utilizam uma linguagem distante do “linguajar dos gramados”. Sob o slogan “Futebol e cultura sul-americana”, o Impedimento abordou o esporte no seu aspecto social, cultural, econômico e político, sobretudo ao utilizar o cotidiano como principal inspiração.

O Impedimento foi um portal de destaque, pois seguiu um caminho oposto às tendências do jornalismo esportivo convencional. De acordo com os dados da pesquisa denominada *International Sports Press Survey* (ISPS) (BARROS, 2012), realizada em 2011 pelos acadêmicos alemães Jörg-Uwe Nieland, da *German Sport University*, e Thomas Horky, da *Macromedia University for Media and Communication*, em parceria com o *Danish Institute for Sport Studies* (Idan) – instituto de pesquisa esportiva independente, financiado pelo Ministério da Cultura da Dinamarca - os temas ligados ao esporte mais abordados no Brasil são as prévias de jogos e competições (27, 2%), coberturas relacionadas ao desempenho esportivo (25, 2%) e relatos de jogos e resultados (19, 6%). Temáticas que também circundam o universo do futebol e do esporte de maneira geral, possuem pouco espaço no jornalismo esportivo: a cultura torcedora ocupa 3,7% do noticiário nacional; financiamento do esporte, tanto públicos quanto privados, ocupam um espaço de 0,9% e 2,6% respectivamente; política esportiva, 0,8%; o esporte amador, 0,5%; mídia, esporte, saúde e questões relacionadas ao gênero não ultrapassam 0,3% no cenário nacional.

Ao considerar diversas esferas sociais que estão direta ou indiretamente ligados a esta prática esportiva, a pesquisa aponta para uma prática jornalística negligente, convencional e que não contribui para um debate profundo sobre o esporte na vida social. Em busca de um veículo de jornalismo esportivo que fugisse da convencionalidade para compreender papel do futebol no contexto mundial, o Impedimento apresentou-se como um objeto de estudo em potencial.



Dessa forma, o presente artigo apresenta parte das reflexões oriundas de um Trabalho de Conclusão de Curso realizado na Universidade de Cruz Alta no ano de 2014, intitulado ***Fuimos locais otra vez: um estudo da cobertura do futebol pelo site Impedimento.org na perspectiva da folkcomunicação.*** Através do método da Análise de Conteúdo, o objetivo geral foi analisar a incidência dos aspectos populares do futebol na cobertura do Impedimento durante a Copa do Mundo realizada no Brasil entre junho e julho de 2014.

Este artigo não pretende ater-se especificamente aos resultados da Análise de Conteúdo, mas apresentará alguns caminhos traçados para a busca da incidência de tais aspectos nas reportagens analisadas. Assim, este trabalho discute as **perspectivas de análise** escolhidas para o estudo principal, organizadas e sistematizadas a partir dos diálogos da folkcomunicação com conceitos relacionados à outros campos do conhecimento, como folclore (CARNEIRO, 1965), antropologia (TOLEDO, 2000) e sociologia (ORTIZ, 1994). Discutiremos as seguintes perspectivas: **futebol na sua dimensão cotidiana, futebol como fenômeno folclórico e antagonismos no contexto do futebol.** Busca-se com o presente artigo sugerir tais perspectivas, contribuindo com os estudos em folkcomunicação que dialogam com o jornalismo esportivo.

Folkcomunicação: considerações gerais

Em 1967, o pesquisador brasileiro Luiz Beltrão defende sua tese de doutorado na Universidade de Brasília, na qual se propunha a compreender as formas de informação e sistematização de opiniões entre as camadas populares. A tese intitulada *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*, é a base para o estudo das manifestações folclóricas e populares no viés comunicacional, ou seja, o estudo da comunicação em nível popular, que não se utiliza de meios formais. Para tanto, Beltrão concentrou sua pesquisa nas manifestações folclóricas de líderes comunitários e de opinião (CARVALHO, 2012, p.110 -111). Folkcomunicação é, por definição, “processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2014, p. 70).

Na década de 60, quando Beltrão formulou o conceito inicial de folkcomunicação, predominava no Brasil uma mídia elitista, ancorada nos valores da cultura erudita. Para Luiz Beltrão, tal cenário da mídia nacional mostrava, por outro lado, a necessidade de



decodificação das mensagens de uma maneira que as camadas populares da sociedade pudessem entender. Beltrão concentrou-se nos meios populares de informação e expressão de ideias responsáveis pelo processo de tradução do conteúdo midiático. Para Beltrão, a parcela marginalizada da sociedade utiliza sistemas de comunicação alternativos, produto da atividade artesanal do agente-comunicador (CARVALHO, 2012, p. 111). “Para ele, na folkcomunicação, a informação, transmutada de opinião, processa-se através da sátira, da crítica, da caricatura e dos símbolos, nos quais se incluem os folguedos, os autos populares, a pintura, entre outras manifestações populares”.

Novos olhares em folkcomunicação

Novos adeptos da folkcomunicação, como José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Joseph Luyten e Antonio Hohlfeldt, trouxeram novas concepções acerca do conceito proposto originalmente por Luiz Beltrão. Os novos pesquisadores estavam atentos às mudanças ocorridas, sobretudo no final da década de 1960, como o desenvolvimento tardio do capitalismo brasileiro, que coincide com o desenvolvimento de uma indústria cultural brasileira. Paralelamente à ascensão do parque industrial brasileiro e ao mercado de bens materiais interno, fortalece-se nos anos de 1960 a produção cultural em escala industrial, com o advento da televisão como veículo de massa e o cinema (ORTIZ, 1994, p. 113).

Com a democratização do país no final dos anos de 1980 e início dos anos de 1990, grupos cujos processos comunicacionais populares eram estudados por Luiz Beltrão, passam a ter amplo acesso aos meios de comunicação de massa e os utilizam como canais de expressão de suas ideias (BENJAMIN, 1999). Dessa maneira, o pensamento folkcomunicacional também se amplia a partir da percepção de que os grupos até então estudados passaram, ao longo do tempo, a ter acesso e, portanto, apropriar-se dos meios de comunicação de massa já consolidados no país e presente no cotidiano da maior parte da população brasileira.

Trata-se do surgimento de um pensamento em sentido inverso ao pensamento inicial de Beltrão, pois a partir da emergência de uma indústria cultural brasileira (mesmo que tardia com relação ao desenvolvimento da cultura industrial norte-americana) os novos teóricos passaram a estudar as apropriações da mídia de massa dos elementos folclóricos e valores populares.

Assim, a folkcomunicação, situada entre o folclore e a comunicação de massa, adquire importância por ser uma instância mediadora que permite diálogos e combinações entre



a cultura de massa e a cultura popular. Para Hohlfeldt (2002, apud CARVALHO, 2012, p.111) a folkcomunicação pode ser entendida como

O estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se socializam, convivem com outras cadeias comunicacionais sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada, ou se modificam quando apropriadas por tais complexos.

Martins (2013, p. 8), resume as novas abrangências aspectos em três dinâmicas referentes aos estudos em folkcomunicação

A primeira, em que se realiza no seio popular como troca, intercâmbio de informações e ideias e opiniões sobre a própria vida do povo, desconsiderando mensagens veiculadas previamente pela indústria simbólica; a segunda, quando se caracteriza pela mediação entre o conteúdo hegemônico propagado por meios de comunicação de massa e a cultura popular. Uma terceira dinâmica de folkcomunicação seria operada a partir da apropriação do folclórico pelos meios massivos e sua 'devolução' ressignificada às massas (incluindo as camadas populares) como modo de reconhecimento social e fortalecimento de uma unidade mental.

Ao propor um estudo do futebol na perspectiva da folkcomunicação a partir do jornalismo esportivo, o presente trabalho situou-se sobre a terceira dinâmica. Consideramos o futebol uma manifestação da cultura popular, enraizada nas tradições de diferentes povos, que está presente no conteúdo dos meios de comunicação. Por isso, é possível estabelecer discussões e intercâmbios com a teoria elaborada por Luiz Beltrão.

Futebol como prática popular

Os estágios da evolução do futebol enquanto fenômeno esportivo mostram uma prática de raízes populares, oriundo de jogos anteriores ao século XIX. Dunning e Elias (1992, p.265) identificam uma prática rudimentar herdada dos romanos, uma manifestação das camadas populares durante a Idade Média. A popularização das modalidades esportivas estão articuladas com outros fenômenos, como urbanismo, revoluções científicas, práticas estéticas, culturais e manifestações de sociabilidade e lazer, a partir de 1870, quando o futebol foi popularizado entre a classe operária (TOLEDO, 2000, p 27). Com a sistematização das regras do jogo realizada entre 12 representantes de clubes ingleses em 1863 (STEIN, 2013), foi adotado como política pública e se tornou uma forma de lazer e exercício físico das elites aristocráticas, tanto no seu país de origem, Inglaterra, quanto na América Latina.

A popularização do esporte no continente sul-americano é resultado do processo imperialista britânico, como “um produto de exportação tão tipicamente britânico como



os tecidos de Manchester, as estradas de ferro, os empréstimos do Banco Barings ou a doutrina do livre comércio” (GALEANO, 2010, p. 36). Na América do Sul, o futebol ganha repercussão e se estabelece entre as classes populares, estabelecendo raízes nos subúrbios das capitais: um jogo relativamente simples, que não exigia dinheiro e que podia ser praticado em qualquer terreno baldio das periferias de Buenos Aires, Montevideú, São Paulo ou Rio de Janeiro. A apropriação popular do futebol na América do Sul, além de ter influenciado na maneira como é praticado atualmente, demonstra que este esporte é uma forma de expressão universal: assimilado por diferentes povos do globo terrestre, alguns cuja prática de chutar uma bola pode ser considerada milenar.

Assim, o futebol transita entre instâncias distintas: se as suas origens estão nas universidades inglesas e a prática era privilégio das elites, a assimilação do esporte pelas classes trabalhadoras é responsável por sua popularização; se por um lado a presença do futebol nos países periféricos é herança do imperialismo inglês, por outro a sua apropriação faz dele uma forma de expressão das classes populares, portanto uma manifestação da cultura popular.

Futebol e folkcomunicação: visão comunicacional do esporte

O futebol é um esporte que se conforma aos fatos cotidianos. Segundo Toledo (2000, p. 298), é um conetivo simbólico que media inúmeros outros assuntos e se aproxima da fala cotidiana através de figuras de linguagem que configuram uma aproximação de situações de jogo com outros aspectos da vida. O futebol, muitas vezes, é somente um pretexto para se falar de outra coisa. O autor exemplifica através de suas experiências de vida: uma discussão sobre futebol terminou em um debate sobre política e as problemáticas do país. Assim, uma conversa presenciada pelo pesquisador sobre os supostos problemas de caráter de Edmundo, então jogador do Palmeiras, migrou em poucos instantes para a falta de caráter na política nacional (TOLEDO, 2000, p 299).

Assim, “a sociedade brasileira se manifesta utilizando o futebol como canal de comunicação de seus pensamentos e expectativas” (RODRIGUES, 2013, p.67). O envolvimento tanto das elites quanto da periferia faz do futebol uma manifestação de todas as classes: gritos de guerra, brasões dos clubes, torcidas organizadas, influências familiares na escolha do time preferido e identificação de times com as comunidades que representam são alguns elementos que revelam o esporte como uma forma de expressão das identidades, dos anseios e das crenças populares. Aspectos do popular congregados ao futebol estão



presentes no vocabulário do torcedores, através de expressões que fazem parte de situações cotidianas : “bateu um bolão”, “45 do segundo tempo”, “pisou na bola”, entre outros. Termos já existentes ganham outro conceito aplicados nas situações de jogo, como “elástico”, “bicicleta” e “caneta”, usados como referência aos movimentos dos atletas.

No viés dos novos estudos folkcomunicacionais, o objetivo geral do trabalho é compreender a incidência dos aspectos populares do futebol na cobertura esportiva. Segundo Toledo (2000), há diferenças claras nos discursos dos torcedores e dos especialistas.

Sendo o futebol um universo aqui estabelecido a partir da simbiose entre três atores distintos (profissionais, especialistas e torcedores), a prática de um jornalismo esportivo convencionalizado e praticado somente a partir do ritual principal (TOLEDO, 2000), o jogo em si, não é capaz de abranger os sentidos produzidos e comunicados a partir do futebol em sua totalidade. Entretanto, é possível também que o jornalismo esportivo explore o futebol em sua dimensão cotidiana. Para Martins (2013), o jornalismo adota modos de representação da realidade próprios, que seguem técnicas de produção de notícias já consolidadas. Entretanto, a editoria de esportes se destaca entre as demais, pois é perceptível que há maior liberdade na articulação e construção de sentidos. O predomínio do futebol no seu noticiário, traz a relevância que a prática assume no contexto popular. O autor afirma que na editoria de esportes há folkcomunicação jornalística, pela apropriação de uma temática popular. Folkcomunicação jornalística é um dos conceitos elaborados por Luiz Beltrão na observação do caráter informativo dos meios populares de expressão de ideias. O folkjornalista

não se limita ao acontecimento em si mas também àquelas versões, rumores, ideais que correm sobre ele. Exagera, carrega nas tintas, acrescenta ou reduz a ocorrência, buscando dessa forma melhor sensibilizar seu público. Não se trata porém, de um processo de deformação, mas de um meio de adequar a informação à mentalidade do receptor. É um trabalho jornalístico de paixão, de calor, de integração com o pensamento e as necessidades do público. Daí sua popularidade, a sua aceitação (BELTRÃO, 2001, p. 258).

Ao compreender o futebol como um fenômeno popular e massivo, explorado pela indústria cultural e presente nos meios de comunicação, este trabalho se propõe a discuti-lo a partir da cobertura jornalística, na perspectiva dos novos estudos em folkcomunicação, em especial a incidência dos elementos da cultura popular nos meios de comunicação de massa. Assim, será analisada a cobertura esportiva do site Impedimento, veículo jornalístico alternativo, cuja proposta de produção colaborativa de



um conteúdo que aposta em uma abordagem diferenciada e liberdade estética, é entendida como ideal no cumprimento dessa proposta.

Impedimento.org: futebol, cultura e cotidiano

O Impedimento foi um site de jornalismo esportivo criado em 2005, por egressos do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), em Porto Alegre. Trata-se de um veículo independente, que realizou durante nove anos uma cobertura esportiva colaborativa. De acordo com CECANELLO (2014), a linha editorial do site buscava abranger temas relacionados ao futebol e a cultura da América do Sul, propondo textos longos, linguagem alternativa e liberdade estética para seus colaboradores. A sua principal característica era o diálogo entre o futebol e temáticas culturais: literatura, cinema, música, política, história, entre outras, apresentando-se como um movimento de resistência ao jornalismo esportivo praticado pelos grandes veículos de comunicação. O estilo proposto pelo Impedimento aproxima-se dos conceitos de folkcomunicação jornalística, com um jornalismo esportivo que vai além dos acontecimentos, se adapta ao seu público e busca engajamento e identificação. Entretanto, o que movia o trabalho do Impedimento era a ideia de que o futebol transcende os limites do campo de jogo, sendo o cotidiano a sua principal fonte de histórias. Em agosto de 2014, o Impedimento encerrou suas atividades enquanto site, mantendo -o no ar para que o seu legado fosse compartilhado.

Uma das últimas coberturas jornalísticas que o Impedimento realizou com amplitude foi na Copa do Mundo do Brasil de 2014. No período de 12 de junho a 13 de julho, o site publicou crônicas pré e pós-jogos das seleções da América do Sul, com análises táticas minuciosas, dissertando sobre o estilo de jogo de cada equipe e artigos de opinião sobre a realização do torneio e as performances dos times. Já na relação do futebol como elemento da cultura da América do Sul, o Impedimento realizou uma cobertura voltada para a dimensão cotidiana. Os jornalistas inseriram-se e participaram do dia a dia dos torcedores, realizando recortes deste cotidiano a partir das relações multiculturais estabelecidas entre grupos de diferentes origens e realidades sociais, culturais e econômicas, que foram testemunhadas pelos repórteres ao longo dessa incursão. Dessas relações, vivências e experiências coletivas, são construídos novos sentidos e significados que se incorporam



às definições do universo do futebol e contribuem para novas interpretações acerca da realização da Copa do Mundo e do esporte enquanto fenômeno cultural.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para Carvalho (2012, p. 122), a pesquisa em folkcomunicação trabalha com um objeto em específico, as manifestações da cultura popular, e isso permite múltiplas possibilidades, gerando diferentes linhas de pesquisa. A base dos estudos são os pressupostos teóricos de Luiz Beltrão, mas os novos estudos possibilitam a rediscussão de sua obra sob diversos aspectos. Para compor o corpus de análise foi realizado um primeiro recorte, entre 19 de abril de 2014 e 13 de agosto de 2014 (data do encerramento das atividades do site), período das principais competições de futebol cuja cobertura foi realizada pelo Impedimento. Devido ao número expressivo (429) foram escolhidas reportagens acerca das seleções sul-americanas durante a cobertura do site na Copa do Mundo do Brasil: Argentina, Uruguai, Colômbia, Chile, Equador e Brasil. Após um olhar sobre este e outros veículos alternativos, definiu-se como segundo recorte, reportagens que relatassem a experiência de repórteres no contexto da torcida dessas seleções, nas ruas, bares e nas arquibancadas. Foram escolhidas: *A Argentina vai a salir campeón* (1º/07), *Com La Roja puesta fugindo da hostilidade tupiniquim* (25/06) e *Uruguai 2 vs 1 Inglaterra: fuimos locales otra vez* (21/06).

Para compreender e verificar a apropriação do popular nos textos selecionados para o corpus de pesquisa, a segunda parte do estudo utilizou como estratégia metodológica uma análise de conteúdo, de caráter qualitativo. A análise de conteúdo (PERNIZA JUNIOR, 2012) é uma metodologia utilizada nas ciências sociais, em especial no estudo de conteúdo em Comunicação, na descrição e interpretação de textos, de caráter quantitativo ou qualitativo. O Objetivo é ajuda na reinterpretação de mensagens e atingir uma compreensão de seus significados além do sentido comum.

Assim, a análise teve caráter qualitativo e temático, utilizando-se da inferência. O método de análise temática visa compreender as representações sociais a partir de um exame de elementos que constituem o texto. Já a inferência visa “extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada” (PERNIZA JUNIOR, 2012, p. 284), e relacionar os elementos encontrados com alguns aspectos de seu contexto.



RESULTADOS E DISCUSÕES

Perspectivas de análise: construindo propostas de reflexão

A complexidade dos estudos em folkcomunicação – que ao longo de sua trajetória dialoga abertamente com outras disciplinas e tradições acadêmicas, como folclore, antropologia e sobretudo os Estudos Culturais Latino-Americanos – exigiu, ao longo do processo, a busca de alternativas para sistematização do estudo. As reflexões acerca desse diálogo interdisciplinar levaram à organização de uma proposta de **perspectivas de análise**, uma tentativa de nortear o estudo sem perder de vista os postulados folkcomunicacionais. Assim, quais perspectivas marcam a contribuição de um veículo esportivo na construção do sentido popular do futebol? Três perspectivas foram elaboradas, servindo não só como base para o olhar analítico, mas para ampliar a visão acerca do futebol e das possibilidades de abordagens do esporte pelo jornalismo esportivo.

Primeira perspectiva: o futebol na sua dimensão cotidiana

Quando estabelecido na esfera do cotidiano, o futebol estende-se para além dos limites do campo de jogo, sustentando as bases de diferentes formas de sociabilidade. Para Huizinga (1996), a presença do futebol no cotidiano revela a dimensão lúdica do jogo, em que a sociedade expressa sua interpretação da vida e do mundo. O ato de competir está ligado não necessariamente às pontuações, ou números de gols marcados, mas valores e ideias ligados à nossa cultura e identidade.

As incursões etnográficas de Toledo (2000) contribuem para ilustrar lugares em que o futebol se faz presente e de que maneira ele se constitui como base de sociabilidade. Os bares são exemplos de locais de “relevante alcance simbólico para se compreender o futebol falado e discutido no Brasil” (TOLEDO, 2000, p. 296). Tratam-se de estabelecimentos comerciais em sua maioria ligados as camadas populares, a periferia, frequentados por torcedores. São lugares em que as sociabilidades se constituem nas discussões sobre futebol – argumentações e especulações acerca dos jogos que se aproximam do que os especialistas fazem nos programas esportivos –, nos antagonismos entre rivais que constituem a ampliação do jogo para além dos limites da partida – através das manifestações torcedoras, provocações, brincadeiras e outras formas de expressão –, além da presença de elementos que lembram o esporte



A partir destas premissas, esta categoria de análise buscou mapear e sistematizar os elementos da cobertura do site Impedimento que evidenciassem o futebol na dimensão cotidiana nas cidades-sede da Copa do Mundo, como descrições de cenários que demonstram a expansão da disputa futebolística além dos limites de espaço e de tempo, seja no trajeto percorrido para chegar às partidas ou nos arredores dos estádios, principalmente em ambientes populares, como bares, restaurantes e acampamentos, bem como no contato entre torcedores de diferentes culturas.

Segunda perspectiva: futebol como fenômeno folclórico

Na construção dos conceitos folkcomunicacionais, Luiz Beltrão valorizou em sua tese as contribuições do folclorista Edison Carneiro, que publicou em 1965 o livro *Dinâmica do Folclore*. Para Beltrão, Carneiro percebeu que o folclore não era estático, mas dinâmico: “Este livro teve uma grande influência em mim, pois verifiquei que qualquer manifestação popular estava ligada ao povo, porque o povo não tinha meios, ele utilizava esses meios que lhe davam” (BELTRÃO, 2014, p. 11).

Edison Carneiro rompe com as definições tradicionais de folclore, que o associavam ao antigo e arcaico, “uma simples recordação de tempos e costumes já superados” (CARNEIRO, 1965, p.7). Trata-se, ao contrário, de um fenômeno social, portanto, sujeito a processos comuns a esses fenômenos, o folclore não é morto, parado ou imutável. Ao incorporar-se numa determinada cultura local, o fato folclórico passa pela aceitação do pormenor cultural da região, recombina-se e redefinindo-se na medida em que passa de um lugar para outro (CARNEIRO, 1965 p. 11). Assim, as formas populares, folclóricas e eruditas se relacionam conforme a dinâmica dos grupos sociais.

A partir desse viés, é possível considerar o futebol um fenômeno folclórico? O primeiro passo para isso é compreender que o folclórico, na visão de Carneiro, é somente aquilo que é popular vindo das camadas sociais inferiores da população ou, não advindo dessas camadas, é conhecido e aceito pelo povo. O segundo passo é compreender os estágios da evolução do futebol enquanto fenômeno esportivo, já discutidos durante a revisão de literatura. Dito isto, o Futebol pode ser considerado um fenômeno folclórico, considerando toda a sua trajetória que já nasce dentro de uma cultura popular. A sua apropriação e ressignificação pelos meios massivos não compromete essa característica, considerando que o folclore hoje é influenciado pelo processo de hibridização da



cultura, apropriando-se de traços culturais de várias procedências (BENJAMIN, 2004, p.21).

A cultura de massa não substitui os fatos folclóricos, mas incorpora novas características.

Considerando esta perspectiva de análise, buscou-se elementos da cobertura do site que valorizassem fatos folclóricos e caracterizassem a dinâmica do folclore do futebol durante a Copa do Mundo, respeitando as releituras da Carta Nacional do Folclore em 1995, citada por Benjamin (2004, p.18) e seus fatores de identificação: aceitação coletiva, tradicionalidade, dinamicidade e funcionalidade. Analisou-se a partir desta perspectiva elementos típicos do folclore futebolístico, como expressões e canções incorporadas ao imaginário torcedores bem como elementos da cultura de massa reapropriados pela cultura torcedora.

Terceira perspectiva: Futebol e antagonismos - instâncias populares *versus* elitização do esporte

O viés da convivência entre elementos populares e massivos dentro do universo futebolístico instiga, por fim, a também questionar limites entre ambos: pode a indústria cultural cooptar o futebol, aproveitando-se da exploração do esporte pelos meios de comunicação de massa, a ponto de suplantar seu caráter popular? Compreendo esta categoria, a análise buscou e identificou na cobertura da Copa do Mundo a ênfase em elementos que apontam para o antagonismo entre as instâncias populares do futebol presentes no domínio do cotidiano e os processos de elitização e modernização.

A contribuição e o desenvolvimento dos meios de comunicação foram fundamentais para tornar o futebol um esporte de massa. Visto da perspectiva da indústria cultural, o futebol contemporâneo é um dos fenômenos que Edgar Morin (1997) classificaria como um produto de consumo da cultura de massa que se registra em grande parte do lazer moderno: “O que se constitui novidade é a extensão televisória ou teleauditiva do espetáculo, abrindo-se até os horizontes cósmicos, são os progressos de um concepção lúdica da vida”(MORIN, 1997, p. 67-68).

Contudo, ao mesmo tempo em que a mídia de massa é fundamental na popularização do futebol no imaginário torcedor, torna-se também um terreno para o nascimento de uma lógica mercadológica do esporte. Estádios de futebol brasileiros, frente à modernização e profissionalização do futebol emplacada mundialmente pela *Federation International Football Association* (FIFA) extinguiram setores populares do estádio destinados aos torcedores com menor poder aquisitivo, para atender aos padrões exigidos pela entidade máxima do futebol: “Os assentos devem ser individuais e fixados à estrutura, confortáveis e



com encostos com altura mínima de 30cm para fornecer apoio. Bancos e áreas de pé são inaceitáveis sob quaisquer circunstâncias para Copa do Mundo FIFA™” (FIFA, 2011, p. 108).

Essas mudanças profundas nas arquibancadas se intensificaram nos anos de 1980, principalmente após a tragédia de no estádio Hillsborough, em Sheffield, no ano de 1985, com a morte por asfixia de 95 torcedores (MARTINS, 2013, p.5), resultando em transformações radicais exigidas pela então primeira-ministra britânica Margareth Thatcher. A modernização dos estádios foi vista como uma oportunidade para que o futebol se tornasse um negócio lucrativo, com clubes investindo na bolsa de valores, aumentando os preços dos ingressos, negociando contratos de direitos de transmissão televisiva entre outras possibilidades. De acordo a visão de FOER (2005), citado por Martins (2013, p.5), “essas mudanças tiveram um custo. A nova clientela acabou com a antiga atmosfera de classe operária turbulenta” e, assim, diminuindo a presença do popular nos estádios.

Esta guinada do esporte para o viés mercadológico estaria levando a um processo de reelitização, ou seja, um retorno do futebol como uma prática de privilégio das elites? Esta última perspectiva de análise teve por objetivo compreender que tipo de leitura os repórteres do site Impedimento fizeram desse fenômeno durante a Copa do Mundo no Brasil. Buscou-se identificar as descrições que ilustrassem o confronto entre limites impostos pela FIFA, desde territoriais (limites nos arredores dos estádios), até comportamentais (regras de comportamento dos torcedores nas arquibancadas), bem como fenômenos relacionados à exploração comercial do futebol e seu processo de globalização frente às identidades torcedoras regionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta de perspectivas para análise do jornalismo esportivo pelo viés da fofcomunicação está longe da intenção de tornar-se paradigmática. Trata-se, primeiramente, de um exercício de reflexão acerca da tradição iniciada por Beltrão sob a ótica jornalística. Entretanto, a sistematização dessas três perspectivas do futebol contribuíram significativamente para a ampliação do olhar sobre o esporte e sobretudo concluir que é possível que o jornalismo esportivo fuja das pautas convencionais e busque abranger diversas dimensões do futebol, explorando novas formas narrativas que contribuam para o



enriquecimento deste campo jornalístico. O futebol no cotidiano, o folclórico e as relações antagônicas podem ser sugestões de caminhos para novas abordagens jornalísticas.

A cobertura da Copa do Mundo no Brasil realizada pelo site Impedimento.org demonstrou que outros caminhos são possíveis. Posteriormente a esta sistematização, a execução da análise de conteúdo demonstrou uma abordagem que ultrapassou os limites deste esporte enquanto espetáculo midiático, a incidência dos aspectos populares do Futebol na cobertura jornalística, bem como elementos que configuram o esporte como um fenômeno de massa, cujas formas de expressão são constituídas também pela influência da indústria cultural, na coexistência de aspectos do popular e do massivo, evidenciando o caráter híbrido do futebol enquanto manifestação popular e construindo, assim, a dinâmica do folclore futebolístico.

Uma leitura do jornalismo pela perspectiva da folkcomunicação também instiga a refletir acerca de como outras manifestações populares contemporâneas têm sido abordadas pelos meios de comunicação de massa. Tais manifestações têm sido ilustradas de forma ampla ou aspectos são negligenciados? Veículos e profissionais do jornalismo precisam assumir o papel de protagonismo no debate das pautas populares e fugir dos lugares comuns e das pautas convencionais e rotineiras.

REFERÊNCIAS

BARROS, Ciro. Jornalismo esportivo: nem mulheres, nem fontes. **Agência Pública**, 30 de outubro de 2012. Disponível em <http://apublica.org/2012/10/jornalismo-esportivo-nem-mulheres-nem-fontes/>

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCCRS, 2014.

BENJAMIN, Roberto. A nova abrangência da folkcomunicação. In: PCLA – Revista Científica Digital, V. 1, nº 1. out./ nov./ dez. 1999. São Paulo: Cátedra UNESCO de Comunicação da UMESP, 1999. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista1/artigos3.htm>. Acesso em: 27 de setembro de 2014.

BENJAMIN, Roberto. Folkcomunicação: os veículos de comunicação da cultura popular. In: MARQUES DE MELO, José (Org). **Mídia e folclore – O estudo da folkcomunicação segundo Luiz Beltrão**. Maringá, SP: Faculdades Maringá/Cátedra UNESCO/UMESP de Comunicação e Desenvolvimento Regional, 2001.

BENJAMIN, Roberto. Folkcomunicação na sociedade contemporânea. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.



XVII

Seminário Internacional de Educação no MERCOSUL



www.unicruz.edu.br/mercosul

CARVALHO, Samantha Viana Castelo Branco Rocha. Metodologia Folkcomunicação: teoria e prática. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

CARNEIRO, Edison. **Dinâmica do Folclore**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1965.

CECONELLO, Douglas. **douglas.ceconello@gmail.com** Colaboração para o trabalho. 29 de setembro de 2014.

DUNNING, Eric; ELIAS Norbert. O futebol popular na Grã-Bretanha medieval e no início dos tempos modernos. In: ELIAS, Norbert. **A busca da excitação**. Lisboa: Editora DIFEL, 1992.

FIFA. **Estádios de Futebol: recomendações e requisitos técnicos**. 5ª edição. FIFA, 2011. Disponível em: http://pt.fifa.com/mm/document/tournament/competition/01/37/17/76/p_sb2010_stadiumbook_ganz.pdf Acesso em: 17 de novembro de 2014.

GALEANO, Eduardo. **Futebol ao sol e à sombra**. São Paulo: L&PM, 2010.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva, 1996.

MARTINS, Marcel. Folkjornalismo: A Construção do Sentido Popular da Copa do Mundo de 2014. Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, AM – 4 a 7 de setembro de 2013. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.phpoption=trabalho&id=54104> Acesso em: 25 de maio de 2014.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. *Revista Educação*, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html

MORIN, Edgar. **O espírito do tempo**. Volume 1: Neurose. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1997

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo (SP): Brasiliense, 1994.

PERNIZA JUNIOR, Wilson Corrêa da Fonseca. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

RODRIGUES, Kelly de Conti. Esporte e Folkcomunicação: o futebol mostra a brasilidade. In: *Revista Internacional de Folkcomunicação*. V.11, n. 24, mai./ago.2013. Ponta Grossa, PR: Agência de Jornalismo da UEPG, 2013.

STEIN, Leandro. A criação da regras e a expansão do futebol ao redor do mundo. *Trivela*, 23 de outubro de 2013. Disponível em: <http://trivela.uol.com.br/150-anos-defutebol-a-criacao-e-a-expansao-das-regras/> Acesso em: 15 de setembro de 2014.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **Lógicas no futebol: Dimensões simbólicas de um esporte nacional**. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.