

# ANTROPOLÍTICA

Nº 14

1º semestre 2003

ISSN 1414-7378

Antropolítica

Niterói

n. 14

p. 1-157

1. sem. 2003

Direitos desta edição reservados à EdUFF - Editora da Universidade Federal Fluminense - Rua Miguel de Frias, 9 - anexo - sobreloja - Icaraí - CEP 24220-000 - Niterói, RJ - Brasil - Tel.: (21) 2629-5287 - Telefax: (21) 22629-5288 - http://www.uff.br/eduff -E-mail: eduff@vm.uff.br

É proibida a reprodução total ou parcial desta obra sem autorização expressa da Editora.

*Normalização:* Ana Gawryszewski

*Edição de texto:* Rosely Campello Barrôco

*Projeto gráfico, Diagramação e capa:* José Luiz Stalleiken Martins

*Editoração Eletrônica:* Vivian Macedo de Souza

*Revisão:* Sônia Peçanha

*Supervisão Gráfica:* Káthia M. P. Macedo

*Coordenação editorial:* Ricardo B. Borges

*Sumário em inglês:* Ana Amélia Cañez Xavier

Tiragem: 500 exemplares

### Catálogo-na-fonte (CIP)

A636 Antropolítica : Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política. — n. 1 (2. sem. 95). — Niterói : EdUFF, 1995.  
v. : il. ; 23 cm.  
Semestral.  
Publicação do Programa de Pós-Graduação em Antropologia e Ciência Política da Universidade Federal Fluminense.  
ISSN 1414-7378  
1. Antropologia Social. 2. Ciência Política. I. Universidade Federal Fluminense. Programa de Pós-Graduação em Antropologia e Ciência Política.  
CDD 300

### UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

#### **Reitor**

Cícero Mauro Fialho Rodrigues

#### **Vice-Reitor**

Antônio José dos Santos Peçanha

#### **Pró-Reitor/PROPP**

Sidney Luiz de Matos Mello

#### **Diretora da EdUFF**

Laura Garziela Gomes

#### **Comissão Editorial**

Célia Frazão Linhares

Hildete Pereira de Melo Hermes de Araújo

Ivan Ramalho de Almeida

Luiz Antonio Botelho Andrade

Magnólia Brasil Barbosa do Nascimento

Marco Antonio Teixeira Porto

Marlene Gomes Mendes

Regina Helena Ferreira de Souza

Rogério Haesbaert da Costa

Sueli Druck

Vera Regina Salles Sobral

Virgínia Maria Gomes de Mattos Fontes

#### **Comitê editorial da Antropolítica**

Delma Pessanha Neves (PPGACP / UFF)

Eduardo R. Gomes (PPGACP / UFF)

Simoni Lahud Guedes (PPGACP / UFF)

Gasílio Cerqueira Filho (PPGACP / UFF)

#### **Secretária:**

Solange Pinheiro Lisboa

#### **Conselho editorial da Antropolítica**

Alberto Carlos de Almeida (PPGACP / UFF)

Argelina Figueiredo (Unicamp / Cebrap)

Ari de Abreu Silva (PPGACP / UFF)

Ary Minella (UFSC)

Charles Pessanha (IFCS / UFRJ)

Cláudia Fonseca (UFRGS)

Delma Pessanha Neves (PPGACP / UFF)

Eduardo Diatahy B. de Meneses (UFCE)

Eduardo R. Gomes (PPGACP / UFF)

Eduardo Viola (UnB)

Eliane Cantarino O'Dwyer (PPGACP / UFF)

Gasílio Cerqueira Filho (PPGACP / UFF)

Gláucia Oliveira da Silva (PPGACP / UFF)

Isabel Assis Ribeiro de Oliveira (IFCS / UFRJ)

José Augusto Drummond (PPGACP / UFF)

José Carlos Rodrigues (PPGACP / UFF)

Josefa Salette Barbosa Cavalcanti (UFPE)

Laura Graziela F. F. Gomes (PPGACP / UFF)

Lívia Barbosa (PPGACP / UFF)

Lourdes Sola (USP)

Lúcia Lippi de Oliveira (CPDOC)

Luiz Castro Faria (PPGACP / UFF)

Luis Manuel Fernandes (PPGACP / UFF)

Marcos André Melo (UFPE)

Marco Antônio da S. Mello (PPGACP / UFF)

Maria Antonieta P. Leopoldi (PPGACP / UFF)

Maria Celina S. d' Araújo

(PPGACP / UFF-CPDOC)

Marisa Peirano (UnB)

Otávio Velho (PPGAS / UFRJ)

Raymundo Heraldo Maués (UFPA)

Renato Boschi (UFMG)

Renato Lessa (PPGACP / UFF -IUPERJ)

Renée Armand Dreifus (PPGACP / UFF)

Roberto Da Matta (PPGACP / UFF-

University of Notre Dame)

Roberto Kant de Lima (PPGACP / UFF)

Roberto Mota (UFPE)

Simoni Lahud Guedes (PPGACP / UFF)

Tânia Stolze Lima (PPGACP / UFF)

Zairo Cheibub (PPGACP / UFF)

## SUMÁRIO

NOTA DOS EDITORES, 7

DOSSIÊ: ESPORTE E MODERNIDADE

APRESENTAÇÃO: *SIMONI LAHUD GUEDES*, 11

EM TORNO DA DIALÉTICA ENTRE IGUALDADE E HIERARQUIA:

NOTAS SOBRE AS IMAGENS E REPRESENTAÇÕES DOS  
JOGOS OLÍMPICOS E DO FUTEBOL NO BRASIL, 17

*ROBERTO DAMATTA*

TRANSFORMING ARGENTINA: SPORT, MODERNITY AND  
NATIONAL BUILDING IN THE PERIPHERY, 41

*EDUARDO P. ARCHETTI*

FUTEBOL E MÍDIA: A RETÓRICA TELEVISIVA E SUAS  
IMPLICAÇÕES NA IDENTIDADE NACIONAL, DE GÊNERO E RELIGIOSA, 61

*CARMEM SÍLVIA MORAES RIAL*

### ARTIGOS

AS CONCERTAÇÕES SOCIAIS NA EUROPA DOS ANOS 90:  
POSSIBILIDADES E LIMITES, 83

*JORGE RUBEN BITON TAPIA*

A (RE)CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES E TRADIÇÕES:  
O RURAL COMO TEMA E CENÁRIO, 117

*JOSÉ MARCOS FROELICH*

A PILULA AZUL: UMA ANÁLISE DE REPRESENTAÇÕES  
SOBRE MASCULINIDADE EM FACE DO VIAGRA, 133

*ROGÉRIO LOPES AZIZE E EMANUELLE SILVA ARAÚJO*

### HOMENAGEM

RENÉ ARMAND DREIFUSS, 155

*POR EURICO DE LIMA FIGUEIREDO*

### NOTÍCIAS DO PPGACP

CONVÊNIO CAPES/COFECUB – JANEIRO DE 1998 A FEVEREIRO DE 2002, 161

*POR ROBERTO KANT DE LIMA*

DISSERTAÇÕES, 173

ARTIGOS PUBLICADOS E SÉRIES INICIADAS, 197

NORMAS DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS, 207

# SUMMARY

EDITOR'S NOTE, 7

DOSSIER: SPORT AND MODERNITY

APRESENTATION: SIMONI LAHUD GUEDES, 11

ON THE DIALECTS BETWEEN EQUALITY AND HIERARCHY:  
NOTES ON THE IMAGES AND REPRESENTATIONS ABOUT THE  
OLYMPIC GAMES AND WORLD CUP IN BRAZIL, 17  
*ROBERTO DAMATTA*

TRANSFORMING ARGENTINA: SPORT, MODERNITY AND  
NATIONAL BUILDING IN THE PERIPHERY, 41  
*EDUARDO P. ARCHETTI*

SOCCER AND MASS MEDIA: THE TELEVISION RHETORIC AND ITS IMPLICATIONS ON  
NATIONAL GENRE AND RELIGIOUS IDENTITY, 61  
*CARMEM SILVIA MORAES RIAL*

## ARTICLES

THE EUROPEAN SOCIAL CONCERNATIONS IN THE NINETIES:  
POSSIBILITIES AND LIMITS, 83  
*JORGE RUBEN BITON TAPIA*

THE (RE)CONSTRUCTION OF IDENTITIES AND TRADITIONS:  
THE RURAL AS THEME AND SCENERY, 117  
*JOSÉ MARCOS FROEHLICH*

THE BLUE PILL: AN ANALYSIS ON REPRESENTATIONS  
OF MASCULINITY IN FACE OF VIAGRA, 133  
*EMANUELLE SILVA ARAÚJO E ROGÉRIO AZIZE*

## TRIBUTE

RENÉ ARMAND DREIFUSS, 155  
*By EURICO DE LIMA FIGUEIREDO*

## PPGACP News

CAPES/COFECUB AGREEMENT – JANUARY 1998 TO FEBRUARY 2002, 161  
*POR ROBERTO KANT DE LIMA*

THESIS, 173

EDITED BOOKS AND INITIAL SERIES, 197

RULES ON PAPER PUBLICATION, 207

## NOTA DOS EDITORES

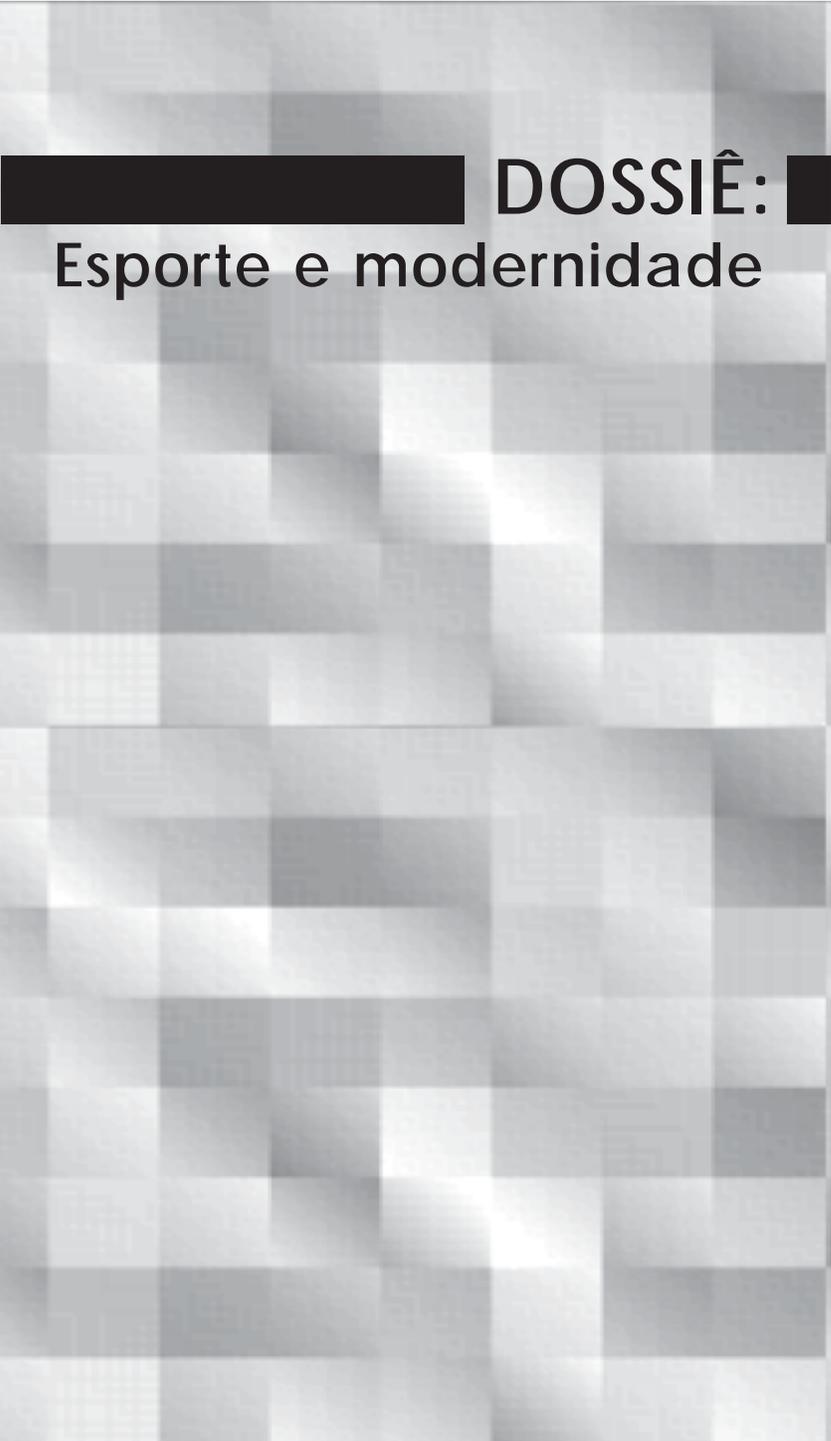
Com este número de *Antropolítica*, iniciamos uma segunda fase de nossa revista, com uma nova apresentação gráfica e uma organização distinta. Ao completar sete anos de atividades ininterruptas, reafirmamos nossa proposta de publicar textos que possam contribuir de modo significativo para as ciências sociais e, em particular, para as linhas de pesquisa desenvolvidas no Programa de Pós-Graduação em Antropologia e Ciência Política, da Universidade Federal Fluminense. É nesta direção que projetamos as novas seções de *Antropolítica*. Destacaremos, de agora em diante, em cada número a ser publicado, uma temática relacionada a estas linhas de pesquisa, compondo um *dossiê*, organizado por um pesquisador do Colegiado do PPGACP e expondo a perspectiva de especialistas – brasileiros ou estrangeiros – na temática. Além disso, criamos uma nova seção, denominada Notícias do PPGACP, na qual, além de relacionar as dissertações e, em breve, as teses defendidas no programa, apresentaremos, em cada número, as principais propostas e atividades dos grupos e núcleos de pesquisa.

Registramos, ainda, nosso profundo pesar pela perda do nosso colega, o professor René Armand Dreifuss, cuja memória homenageamos nas palavras do professor Eurico de Lima Figueiredo.

Finalmente, com este número, temos a certeza de continuar disponibilizando para os pesquisadores da área de ciências sociais reflexões da mais alta qualidade.

*A Comissão Editorial*





**DOSSIÊ:**

**Esporte e modernidade**



A Copa do Mundo de futebol 2002 bateu novo *record* de recepção, ultrapassando a Copa de 1998 e colocando-se como o evento mais visto no planeta. Cálculos aproximados indicam que mais de 40 bilhões de espectadores assistiram aos jogos desta Copa – em audiência acumulada, evidentemente, já que a população do planeta conta com cerca de seis bilhões de pessoas. Quando a esta estatística vertiginosa associa-se o fato de que a FIFA (Federação Internacional de Futebol, entidade criada na Inglaterra ao final do século XIX) conta entre os seus filiados um número superior ao dos países integrantes da ONU, tem-se uma idéia clara da importância do futebol hoje.

A televisão reflete (e constrói) imaginários sociais através de suas imagens e discursos. E ninguém discutiria que entre as imagens e discursos a que mais se assiste no mundo estão as esportivas. O que gostaria de refletir aqui é, inicialmente, *como* (de que modo, através de quais estratégias retóricas) a televisão tem construído imaginários sociais ao tratar do futebol, e, num segundo momento, que *valores* são reforçados nestas narrativas.

## FUTEBOL: UM DOCUMENTÁRIO

Se tomássemos a classificação de Gauthier (1995) dos gêneros cinematográficos, poderíamos incluir a transmissão de uma partida de futebol entre o que é considerado um *documentário*: os acontecimentos filmados o são sem atores ou pelo menos com atores que estão interpretando o seu próprio papel, sem um roteiro prefixado (não se conhece de antemão o desfecho das ações) e em um cenário que não foi construído especialmente para o filme. São estas características que fazem da partida um *documentário* e não uma *ficção*.

Enquadrar a transmissão do futebol neste gênero cinematográfico não significa, de modo algum, como a palavra *documentário*<sup>1</sup> poderia levar a supor, que se tenha uma “transposição” do real para a tela. A imagem televisiva do jogo (e a origem da palavra o mostra, imagem vem de *imitare*) representa o real – mais ou menos analogicamente, mas sempre passando por um processo de construção que a afasta deste real representado, seja no documentário, seja na ficção. Isto posto, e evitando aqui toda a discussão em torno dos limites da dicotomia ficção/documentário, faz-se necessário refletir sobre as estratégias discursivas cinematográficas deste tipo especial de documentário que é a partida de futebol, em muitos aspectos próximo ao jornal televisivo ou às reportagens. Dissecar a imagem, observar os diferentes dispositivos em-

pregados na construção da narrativa televisual ou cinematográfica é, do meu ponto de vista, o modo mais eficaz de mostrar o quanto há de construído na imagem e, assim, afastar-se de uma posição ingênua e naturalística que veria o documentário como uma reprodução do real e, ao mesmo tempo, perceber algumas das injunções presentes nestas construções.

Diferentes dispositivos cinematográficos colocados em ação numa transmissão esportiva televisiva passam diferentes informações sobre o mesmo objeto filmado. Nos anos 60, a câmera alta enquadrando todo o gramado nos proporcionava uma visão da totalidade do campo de jogo. A perspectiva do alto enfatizava o verde no urbano que circundava o estádio, ao mostrar os elementos naturais presentes, tais como o vento, os pássaros que sobrevoavam o gramado, relacionando os jogos de futebol – um evento urbano – com um imaginário que conotava ruralidade. Esta posição de câmera permitia que se conhecesse a tática empregada pelas equipes. Com o passar do tempo, a câmera aproximou-se cada vez mais do campo, ao mesmo tempo que, liberando-se do campo de jogo, passou a filmar também os torcedores, a ligação entre o vestiário e o campo, o banco de reservas e os jogadores reservas, e isso cada vez com mais detalhes. Se concordarmos com os que defendem que esta aproximação da câmera, ou seja, a primazia dos primeiros planos ou planos de detalhe – que foi senão introduzida pelo menos consagrada pelo cinema norte-americano – tem com conseqüência uma acentuação da carga emocional, poderíamos inferir que a narrativa dos anos 60 *pensava* o jogo enquanto que a atual o *sente* – e a emoção transmitida pelo tom vibrante dos narradores<sup>2</sup> seria então um modo de compensar a distância fria da imagem.

A complexificação dos dispositivos filmicos empregados na transmissão de partidas de futebol acompanhou a expansão da mídia.<sup>3</sup> Ainda que desde o início possamos detectar a presença de escolhas narrativas – planos,<sup>4</sup> distância, ângulo da câmera, movimentos de câmera,<sup>5</sup> enquadramentos,<sup>6</sup> vocabulário e tom dos narradores, tropos etc. –, é preciso reconhecer que hoje estamos longe do modo de transmitir a partida dos inícios da televisão, longe da câmera fixa pousada nas arquibancadas superiores do estádio que, pelo uso da câmera alta e a distância, transformava o campo em um tabuleiro de xadrez, os jogadores em peões. A voz em *off* dos locutores era emocionalmente exacerbada pela velocidade e tom do narrador, numa transposição da narração radiofônica. Hoje, as narrativas televisuais de futebol são construídas com o auxílio de múltiplas câmeras e microfones, mais de

20 em partidas importantes, colocados em lugares dos mais diversos: sobre guias atrás dos gols, sobre carrinhos nas laterais do campo, dentro do gol em forma de microcâmeras, em dirigíveis que fazem tomadas aéreas etc. – estranhamente, ainda não as fixaram nos jogadores, o que permitiria planos de câmera subjetiva, como já acontece nos carros de Fórmula 1.

Soma-se a isto a utilização de muitos dos recursos da linguagem cinematográfica, desenvolvida nos últimos 100 anos: há uso de diferentes planos (geral, de conjunto, americano, primeiro plano, primeiríssimo plano), recursos de edição, de câmera lenta, de repetição de seqüências, de planos inversos, sobreposição de imagens, e recursos da informática que permitem medir distâncias e calcular velocidades em instantes.

Conta-se ainda com uma sofisticada construção de personagens, através das tomadas não apenas das ações do jogo, mas principalmente das reações dos diferentes atores e da análise destas pelos narradores e comentaristas. Não surpreende, portanto, a declaração de um dos produtores de programas de futebol do Canal Plus,<sup>7</sup> de que planejava a cobertura de um jogo como se fosse um filme de ficção, elegendo personagens principais e secundários, momentos de maior ou menor dramaticidade, o “herói” e o “bandido”. Quanto aos ângulos e distâncias de câmera, afirmou inspirar-se em John Ford para os planos gerais e em Leni Riefensthal para os planos mais próximos. Declarações com este grau de minúcias são raras mas sabe-se que os comentaristas de televisão hoje são advertidos para não dizerem que o jogo está monótono ou desinteressante. Por pior que seja o jogo transmitido, é preciso buscar elementos que atraiam e mantenham a atenção do telespectador, que o transformem em um épico.

O locutor lê o jogo e interpreta, e com isto conduz a interpretação do espectador. Poderíamos designar a voz do narrador como sendo transmissora da *mensagem lingüística*, tomando emprestada aqui a dicotomia proposta por Barthes (1964) entre *mensagem lingüística* e *mensagem icônica*. No Brasil, as transmissões televisivas adotaram inicialmente o modelo radiofônico de um locutor que canta a partida, esclarecendo o ouvinte sobre que jogador detém a posse da bola e qual a sua posição no campo. Sempre que possível, o narrador deveria indicar também quais as possibilidades de ação futura (“Pode passar a bola para fulano” “Fulano está livre na esquerda esperando o passe”, “Se chutar a gol é perigo”). O tom utilizado era alto e exaltava-se à medida que o jogador aproximava-se do gol adversário, subindo também a velocidade da narrativa, para atingir o ápice no momento do gol, trans-

formando-se em um grito a plenos pulmões. Rádio e tevê não são meios excludentes nem a segunda veio substituir o primeiro. Muitos espectadores ainda hoje preferem escutar o jogo pelo rádio, mantendo baixo o som da televisão. O rádio não serve apenas para mostrar o jogo, mas adiciona a ele diversos elementos que o tornam um espetáculo – assim se entende a grande presença dos pequenos radinhos de pilha nos estádios, acompanhando o olhar do espectador, adicionando a ele uma narrativa dramática que o torna épico.

O comentarista, que ficava e fica ao lado do locutor/narrador em salas localizadas no alto dos estádios, acompanha prioritariamente não a bola, mas a disposição tática das equipes, interferindo para analisá-la quando a ação em campo não oferece perigo imediato de gol. Com o tempo, acrescentaram-se repórteres que, durante o jogo, preferencialmente ficam próximos aos gols<sup>8</sup> para comentar lances perigosos, e também, em partidas importantes, um comentarista de arbitragem e/ou um segundo comentarista.

Foi porque a câmera aproximou-se que a voz pôde distanciar-se. Com isso, o locutor liberou-se da descrição precisa do acontecimento – nem mesmo a designação do nome do jogador que tem a posse da bola é hoje obrigatória – passando a comentá-lo, a opinar sobre ele, a conduzir o espectador a sentir – e pensar – o jogo de um determinado modo, o seu. Se é verdade que a voz do locutor – e aqui incluo a do(s) comentarista(s), reconhecendo, mas não aprofundando, a diferença entre elas – cumpre o papel apontado por Barthes das mensagens lingüísticas, servindo para *ancorar* as imagens, diminuindo o número de seus significados possíveis, ou seja, serve para guiar a interpretação do espectador, não é menos verdade que nas transmissões televisivas do futebol esta mensagem lingüística cumpre também, e simultaneamente, o papel inverso, acrescentando às imagens outros significados possíveis: inserindo o gesto do jogador em uma enciclopédia passada, que inclui todos os jogos anteriores, reanimando memórias, dialogando com outros textos.<sup>9</sup>

Porém, ao contrário do que poderíamos encontrar em outros documentários, aqui, no mais das vezes, o espectador não é um *ingênuo* mas um *expert* (ECO, 1989) que se julga no mesmo plano de expertise do locutor e do comentarista, de quem muitas vezes discorda ou aponta erros. Isto está particularmente presente em países onde o futebol é o esporte mais popular. Se em outros países os locutores, comentaristas e repórteres ainda precisam guiar o espectador, no Brasil o público dialoga com os enunciadores – aponta erros na arbitragem, nos gestos

técnicos dos jogadores, discorda de decisões do treinador, questiona, inclusive, a posição das câmeras e por que se filmou este ou aquele lance do jogo. O espectador no Brasil é majoritariamente formado por praticantes do futebol – estamos, portanto, distantes de uma tão criticada característica dos meios de comunicação de massa que é a de manter separados os enunciadores/*experts* e receptores/passivos, então considerados como “massa”.

Essas estratégias retóricas são possíveis nas transmissões televisivas do futebol porque eventos esportivos constituem-se em performances contendo seqüências que se repetem de um evento a outro.

## FUTEBOL E PERFORMANCE

O jogo de futebol tem sido considerado (DaMATTA, 1994) como um *ritual* no sentido antropológico do conceito (TURNER, 1990). Não o considero assim aqui, em parte porque não busco uma realidade oculta que revelaria uma questão central na sociedade, em parte porque há um forte elemento de imprevisibilidade envolvido no jogo, que é o resultado da partida – ganhador e perdedor não são conhecidos antecipadamente. Ainda que concorde com a definição ampliada de ritual feita por Peirano (2003, p. 9) de que não caberia ao antropólogo apontar os rituais mas detectar “quais são os eventos especiais para os nativos”. De qualquer modo, como em um ritual, o jogo de futebol apresenta seqüências predeterminadas e, portanto, previsíveis na sua configuração mais geral.

As inovações tecnológicas, especialmente a das câmeras digitais de pequeno porte, permitiram que novas seqüências fossem registradas, criando-se assim novos *tropos*. A transmissão de uma partida importante hoje não se inicia no momento em que as equipes estão no campo e a bola pousada no centro do gramado, como antigamente. Hoje, filma-se bem antes, repetindo-se em cada transmissão as seqüências da performance: a chegada do ônibus das equipes ao estádio, a reunião dos jogadores no túnel de acesso ao gramado (que pode render cenas memoráveis como o longo olhar de Roberto Baggio a Romário – não correspondido por este – momentos antes da final de 94), a entrada dos jogadores em campo, o momento dos hinos nacionais, o sorteio do campo ou bola, as pequenas ações de caráter mágico (MAUSS, 1974) dos jogadores e, uma vez começado o jogo, as reações dos jogadores-protagonistas de lances decisivos.

A tendência que se verifica é a de cada vez mais se acrescentarem novas seqüências obrigatórias, ampliando a visibilidade do espectador sobre a performance. O vestiário ainda permanece como um dos lugares sagrados porque invisível, onde o acesso das câmeras é senão vetado pelo menos raramente permitido.<sup>10</sup> No entanto, o interesse pelo que ocorre fora do jogo propriamente dito indica que, em breve, ele também deixará de sê-lo.

Essas seqüências, à força de se repetirem, incorporam-se ao repertório da transmissão e pela força emocional que carregam acabam por ganhar um caráter quase que obrigatório. Com isso, a narrativa televisiva se complexifica e o faz no sentido de erigir ícones que são os protagonistas centrais do espetáculo, por um processo que tentaremos, pelo menos em parte, descrever aqui. Em alguns casos (Ronaldo, Beckham, no futebol; Agassi e Sampras, no tênis; Tiger Woods, no golfe etc.), esses ícones<sup>11</sup> passarão a povoar a imaginação das pessoas em todo o mundo.

As seqüências esperadas (entrada no campo, jogadores perfilados no momento dos hinos, reservas e treinador no momento do hino, juiz e capitães na escolha do campo – só para pensarmos as imediatamente anteriores ao jogo) são mostradas através de uma edição no mais das vezes padronizada. Uma linguagem estabelece-se pela união dos planos de um modo previsível. Assim como se espera num *sitcom* ou em uma telenovela que a panorâmica vertical de um edifício seja seguida por um plano mostrando o interior de um apartamento do prédio, assim também se espera hoje que o plano de conjunto de um chute a gol seja seguido pelo plano americano ou primeiro plano (mais próximos) do jogador que executou o chute. E este plano de outros que repetem o chute em diferentes ângulos, a diferentes distâncias, em diferentes velocidades. Se o chute resultar em gol, então será obrigatória também a reação do técnico – no papel de comandante da equipe que a televisão parece lhe conferir. De fato, a maior novidade nos últimos anos foi a introdução do técnico como um dos protagonistas centrais da performance, através do acompanhamento de suas reações no banco de reservas e nos quadrados que lhe são reservados à beira do campo. O treinador de futebol, como já o era o treinador de tênis e basquete, serve nas transmissões para corporificar a figura do principal torcedor, aquele que mais sofre e mais vibra, ao mesmo tempo que detém o poder de mudar os rumos da partida com suas escolhas. Elevado à condição de um dos atores principais, o técnico passa a gerenciar esse tempo de imagem no ar, criando ou acentuando a gestualidade, *mos-*

*trando* que trabalha e que também está jogando através de suas instruções (o que é desmentido em depoimentos de ex-jogadores que indicam que raramente se escutam os gritos do treinador). Até o seu modo de vestir torna-se alvo de controvérsias públicas – deve ser um terno social ou um abrigo esportivo? – devido à ascensão à nova condição de ícone. Além da reação do treinador e do responsável direto pelo gol, a narrativa pode apresentar também pequenas variações, como a reação mais expansiva de um dos goleiros ou a tomada de um torcedor no estádio. Gol, goleador, torcida, goleador sendo abraçado, técnico vibrando, repetição do gol – e podemos retornar à partida. As seqüências dos planos na edição são previsíveis.

Outra novidade das narrativas televisuais das últimas décadas é a reprise dos gols durante o desenrolar da partida. Há prazer na repetição, como a psicanálise (FREUD, 1987) e a filosofia já apontaram, e a repetição tem-se tornado um dos momentos-chave nas transmissões de futebol. Através dela, a raridade do gol, o momento catártico do futebol, foi superada – durante o transcorrer mesmo da partida, seus momentos “mortos”, como o do atendimento a um jogador ou a pausa mais longa para formação de barreira, são cobertos pela retransmissão dos gols.

A repetição revive o que já passou; esse retorno no tempo ocorre dentro de certas condições. Revivem-se os momentos mais densos de emoção nos tempos mortos; esta repetição não é tida como uma reprodução desprovida de *aura* (BENJAMIN, 1975). A novidade aqui está no fato de que, nas transmissões esportivas em geral, só é considerado pelos espectadores como reprodução aquilo que está afastado temporalmente, não espacialmente. O jogo reproduzido na tevê, mas “ao vivo” mantém seu interesse. A reprodução diferida no tempo, chamada antigamente de vídeo-tape porque se supunha tenha sido gravada em uma fita, é o contrário do “ao vivo” e não interessa ao espectador de esporte. A tevê mantém o *hic e nunc* do espetáculo, desde que o transmita simultaneamente. Muitos torcedores acreditam de fato que interferem no desenrolar de uma partida torcendo diante do televisor.

De fato, a mídia televisiva e o esporte se enlaçaram de modo tão intrínseco, que ela está induzindo a substituição do corpo presente, nos estádios – e os estádios encolhem, especialmente os de futebol que vêem suas capacidades diminuir ao mesmo tempo em que as suas audiências multiplicam-se graças à televisão. O esporte, assim, prescinde do espaço – mas não do tempo. Vence-se o espaço, aceitando-se o afastamento do acontecimento ele-mesmo e aceitando vê-lo através da mediação televisiva. Desde que em *tempo* real. O espectador de esportes exige

a performance “ao vivo” – e a força desta metáfora nem sempre é suficientemente ressaltada. Uma partida de tênis ou um jogo de futebol só parecem possuir um sentido “ao vivo”, de outra forma, estão mortos. Há toda uma fascinação em torno deste tempo presente imediato, o tempo do acontecimento, da simultaneidade, como em raros outros eventos. Somente diante do acontecimento “ao vivo”, o torcedor mantém seu papel e sua identidade – como falar corretamente em *torcedor* (a origem do nome está relacionada ao costume das mulheres de torcer os lenços que levavam aos estádios nos primeiros tempos do futebol), quando já não há mais nada por que *torcer*; quando o resultado já é conhecido?

O tempo é vencido de outro modo na mídia atual. A televisão tem a capacidade de reformatar antigas narrativas através de ajustes, de uma nova edição sonora e visual, de modo a que correspondam aos imaginários das gerações atuais. E isso é feito de modo permanente com o futebol e especialmente com os grandes espetáculos – a Copa do Mundo entre eles – que têm seus momentos mais emocionantes reproduzidos muitos anos depois. O gol de Pelé na Copa da Suécia, dando um chapéu no zagueiro, é conhecido de jovens que nasceram muito depois de 1958. Outra forma de reatualizar se dá pelo aproveitamento de antigos ícones (Rivelino, Gerson, Júnior), agora atuando como comentaristas esportivos. A televisão, que venceu o espaço através da multiplicação de canais (podemos viajar do Japão para a Alemanha, França, Inglaterra “zapeando” entre os canais a cabo), se prepara agora para vencer o tempo (convivemos com canais que transmitem exclusivamente filmes antigos e agora começam a aparecer canais que expandem essa repetição para outros programas televisivos – na França, um canal de tevê a cabo repete diariamente o jornal televisivo de 30 anos atrás – de modo que em breve poderemos ter canais que estejam repetindo a programação da década de 1950, 1960, 1970, e assim por diante, nos deixando a escolha do ano que gostaríamos de estar [vi]vendo).

Voltemos à interferência da televisão sobre o evento futebol. É reconhecido que hoje os horários das partidas são determinados pela grade da programação das redes televisivas, sejam partidas no Brasil (que devem esperar o final da novela das oito da rede Globo), sejam as Copas do Mundo (que podem ocorrer sob um escaldante sol de meio-dia, como nos Estados Unidos, porque seguem o horário europeu). Mas há outras dimensões desta interferência. A onipresença da câmera a torna o juiz supremo: o que ela não mostra, não existe. A cotovelada de Júnior Baiano durante a Copa de 98, que resultou na marcação de um pênal-

ti, foi ignorada durante três dias e considerada um grave erro de arbitragem – os ângulos captados pelas câmeras da televisão escondiam o fato e só quando apareceram as imagens feitas por um único cineasta é que se acreditou no juiz que estava a poucos passos do acontecido. Por outro lado, a câmera estabelece verdades acima do campo, parecendo confirmar a predição de hiper-realidade formulada por Baudrillard (1986). A farsa oportuna de Rivaldo condenou o juiz de Brasil e Turquia para sempre – e condenou depois o próprio Rivaldo, que foi multado e advertido por um tribunal com base não na decisão do árbitro, expressa na canônica *símula* do jogo, mas nas imagens posteriormente analisadas por um tribunal.

Talvez por isso, a precaução ainda vigente (até quando?) de que os telões nos estádios (sim, nem mesmo os estádios hoje prescindem de imagens!) evitem imperativamente reprises de lances polêmicos que tenham sido mal-arbitrados. Até algum tempo atrás, uma censura semelhante vigorava em Roland Garros: eram proibidas tomadas de imagem de detalhe das linhas que, em câmera lenta, podiam designar com segurança se a bola tinha sido *dentro* ou *fora*. Por uma questão ética, os franceses evitavam as câmeras lentas do US Open, onde a bola se esmaga contra a linha tão devagar, que podemos saber não apenas se o árbitro estava certo ou errado na sua marcação, mas também perceber qual a proporção da bola que esteve dentro e fora e medir espacialmente o grau de erro do juiz. Não é justo, pensavam os franceses, que a técnica decida no lugar do homem – mesmo raciocínio que os faz manter o simples dedo do juiz pousado sobre a rede para a decisão de se a bola raspou ou não a rede no momento do saque, enquanto os outros grandes torneios já adotaram um sinalizador eletrônico sofisticado que anuncia com um apito o roçar da bola.

## NOVOS ÍCONES PLANETÁRIOS

Como em outras narrativas cinematográficas, também no futebol temos bons e maus atores – e a relação com o esporte nem sempre é direta, ou seja, a boa performance desportiva nem sempre corresponde à boa performance televisual, embora os bons desportistas tenham mais oportunidades de se provarem também bons atores, pelo número de vezes em que aparecem em cena, seus dribles e gols sendo repetidos a exaustão. Os melhores atores nem sempre são os melhores jogadores: ficará na memória a cena, própria de uma chanchada brasileira, que foi a perseguição perpetrada por cinco turcos a Denilson que corria em direção à bandeira de escanteio. Cena hilária, que garantiu gargalha-

das pelo país todo e aliviou a tensão daquele momento decisivo do jogo semifinal. Poucos viram, porém, que na área, em posição de fazer o gol, ficava livre um jogador brasileiro, esperando atônito o passe que não ocorreu. A cena do *comediante* Denilson entrou para a história, à força de suas repetições, compensando largamente o erro (não ter realizado o passe) do *desportista*.

Um bom ator, nem sempre é um jogador eficaz: aquele que carrega a bola por 20 metros dando tempo suficiente para o editor de imagem lhe garantir diferentes planos, mostrar o rosto, talvez seja menos eficiente, do ponto de vista futebolístico, do que o jogador solidário, que passa a bola rapidamente e entre o drible ou o passe prefere a eficiência do último, ainda que lhe garanta menos tempo na televisão e na nossa memória.

Alguns sabem como manipular a mídia, aprendem quando estão e quando não estão sendo filmados, reagindo para a câmera, dialogando com ela – e através dela com os milhares, milhões, bilhões de espectadores. Pelé era um mestre nisso, se sabe, embora tenha vivido apenas o início da inserção da mídia televisiva no futebol: poderia ofender até a terceira geração de ascendentes de um árbitro mantendo, no entanto, as mãos para trás e a cabeça baixa de modo que o estádio (e os telespectadores) vissem o contrário do que estava se passando.<sup>12</sup>

A comemoração dos gols é, assim, o momento por excelência da construção da auto-imagem. O soco de Pelé no ar,<sup>13</sup> de tão indissociavelmente ligado ao jogador, tornou-se uma das suas assinaturas – como também os braços abertos de Romário. Assim, inventam-se variações de comemoração do gol, momento em que se espera que a câmera vá seguir o goleador na sua emoção. Alguns gestos tornaram-se símbolos mundialmente conhecidos, passando a serem repetidos por outros jogadores, como se tivessem a capacidade de enviar uma mensagem – Bebeto que celebra o filho recém-nascido, balançando os braços como se o embalasse na Copa de 94; Rivaldo, que beija a aliança homenageando a esposa. A comemoração tem-se tornado, assim, um momento de busca de individualização. Se antes era comum os jogadores comemorarem os gols abraçados com os companheiros de equipe, hoje, eles buscam alguns preciosos segundos isolados, para só depois aceitarem a presença dos outros jogadores. Essa busca de individualização é bem expressa no gesto, criado nas últimas décadas, de tirar a camiseta do uniforme e deixar uma mensagem aparecer impressa em outra camisa, que vestem coladas ao corpo. Ao despirem as camisetas oficiais, os jogadores afirmam fidelidades outras que ao clube e às empresas que os pa-

trocinam: à família, à religião, a causas morais. As mensagens nas camisetas remetem, muitas vezes, à família, através de fotos de crianças (filhos, se supõem), ou dedicando um gol (*Feliz aniversário, pai!*); algumas vezes apresentam caráter político-moral (*“Diga não às drogas”, “Não à violência”, “Paz”* etc.) e, especialmente no Brasil, referem-se à religião – as mensagens nas camisetas disseminaram-se rapidamente entre os jogadores religiosos (principalmente entre os *Atletas de Cristo* e outros grupos evangélicos) como um modo eficaz de testemunhar a fé.

Alguns jogadores sabem que a câmera estará com eles em outros instantes além do gol e do pós-gol. Eles sabem que têm direito a um primeiríssimo plano dos olhos nas cobranças de pênaltis, momento de alta dramaticidade, que nos remete, pela sucessão de tomadas entre o atacante e o goleiro, aos duelos inventados pelos filmes de faroeste, pois até a distância entre os atiradores parece coincidir, ficando também nos *westerns* em torno dos nove metros. Sabem que, invariavelmente, terão direito a um primeiro plano depois de um lance perigoso – e Romário se manterá sereno e fará o sinal-da-cruz de sempre, benzedo o corpo, mesmo se o estádio urrar diante de um “gol feito” perdido. Alguns jogadores demonstram um domínio ainda maior sobre a mídia televisiva; parecem ter consciência de que ganham um primeiro plano em simples laterais – e Roberto Carlos explorará esse instante, retendo alguns segundos a bola. Bons atores sabem, em suma, ficar com a bola nos pés o tempo suficiente para que o editor possa passar do plano de conjunto para o primeiro plano sem prejuízo da ação de modo a vermos também a emoção do jogador que deixa assim de ser o peão no tabuleiro de xadrez das primeiras transmissões para ganhar individualidade e destacar-se do grupo. Estes jogadores, se souberem aliar o domínio da câmera à boa performance desportista, tendem a erigir-se imaginariamente como ícones.

Uma audiência tão formidável tem como consequência a afirmação de ícones planetários. Em se tratando de ícones, cuja aparência, gostos e atitudes serão admirados e imitados, a questão que se coloca é conhecer que qualidades lhes são imaginariamente associadas.

## NACIONALIDADE, MASCULINIDADE E RELIGIÃO

As narrativas que a mídia esportiva constrói nas Copas do Mundo remetem, na maioria das vezes, ao *nacionalismo*. O trabalho de Elias (ELIAS; DUNNING, 1986) sobre as origens do esporte moderno já enfatizava o seu caráter de substituição da violência e, em alguns casos, das guer-

ras. A Copa do Mundo, como também os Jogos Olímpicos, é um espetáculo de embate entre nações – atestado pelos hinos nacionais, que marcam o início de cada jogo –, talvez um dos últimos grandes confrontos nacionais, pois o esporte apresenta-se cada vez mais com características globais (a Fórmula 1 aparece como o exemplo paradigmático: um piloto alemão, que tem como companheiro de equipe um brasileiro, corre por uma equipe italiana que tem como coordenador um francês, como projetista um inglês e mecânicos de diversas nacionalidades, num carro com motor japonês e pneus norte-americanos, em circuitos espalhados por diversos países do mundo, em provas transmitidas pela televisão para todo o planeta). Não surpreende, portanto, que a nacionalidade esteja no centro do espetáculo. Como já foi observado a propósito da publicidade veiculada durante as Copas do Mundo (RIAL, 1999, 2000; GASTALDO, 2002), este é um evento em que o discurso televisual busca conotar o nacional e a brasilidade através de um repertório de signos de identidade nacional que inclui cores, bandeiras, paisagens e músicas, reservando um espaço significativo para negros e mulatos de ordinário pouco presentes em *spots* publicitários.

Não foi diferente nessa Copa. O valor *nação* foi central no antes e no pós Copa através da presença dos elementos citados acima, mas também na presença mais direta com os hinos, bandeiras e governantes ao lado dos jogadores.

As imagens dos jogadores compartilhando a cena com o presidente da República remete, de modo indiscutível, ao valor nacionalidade. Ela se repete em diferentes esportes, em diferentes países, a ponto de ter se tornado um *topos* televisual esportivo pós-competições (já que, durante as provas, apenas os governantes anfitriões são mostrados presentes nos estádios, como na paradigmática imagem de Hitler eternizada pela câmera de Leni Riefensthal nas Olimpíadas de 1938). Também os alemães, vice-campeões mundiais de futebol, foram recebidos pelo presidente sob um cenário de bandeiras amarelas, vermelhas e pretas, do mesmo modo que os turcos e os coreanos. Portanto, mais importante do que apontar a presença nessa Copa do Mundo e nas comemorações no Brasil do valor nacionalidade na imagem é interrogar-se sobre as particularidades que essa imagem de nacionalidade assume em cada momento.

A nacionalidade que foi construída pelos jogadores e pelo discurso da mídia brasileira, especialmente nas cerimônias de comemoração do pentacampeonato, não era guerreira ou sequer solene. Era descontraída, alegre, de uma euforia feliz. Embora em outros países jogadores te-

nham posado ao lado de presidentes recebendo medalhas, não tenho conhecimento de demonstrações de descontração como as que ocorreram em Brasília.<sup>14</sup> Do mesmo modo, isso pode ser lido na música. Foram pagodes e axés-music – e não hinos – as canções que embalaram o desfile dos integrantes da equipe pelas ruas de Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo. Segundo os próprios jogadores, as músicas que os inspiraram na conquista do pentacampeonato foram a de Zeca Pagodinho, que evoca o destino (“*vida leva eu, deixa a vida me levar*”), Deus e amor e a interpretada por Ivete Sangalo, (“*avisou que vai rolar a festa*”). Estamos longe da mobilização agonística pregada pelos “*Noventa milhões em ação, pra frente Brasil*”, da ditadura de Médici e também longe da superioridade nacional singelamente arrogante de 1958 com “*A taça do mundo é nossa, com brasileiros, não há quem possa*”. E, “*Eta esquadra de ouro!*”. Ainda que já lá a vitória fosse associada à festa e não à guerra como indica a seqüência da letra: “*É bom no samba, é bom no couro.*”

A tevê nos mostrou a presença de muitas bandeiras brasileiras, símbolo maior de nacionalidade, entre os jogadores nos momentos que se seguiram ao final do jogo Brasil e Alemanha e depois, nas comemorações no Brasil, também nos remeteu indiscutivelmente ao valor nação. Mas é preciso destacar que, novamente, o valor nação foi realizado de um modo malandro, pois alguns jogadores “vestiram” a bandeira nacional, à guisa de saias, logo após o término da partida. E isso nos leva para a segunda conotação das vitórias esportivas: a afirmação de ícones de masculinidade.

Não há dúvida de que o futebol é um evento predominantemente masculino, em que os principais agentes participantes são homens – os jogadores, o juiz, os técnicos. Também os jornalistas<sup>15</sup> e espectadores presentes no estádio<sup>16</sup> são, em sua maioria, homens. Além disso, o futebol é o lugar da expressão também de uma *masculinidade* que vou chamar de *agressiva*, preferindo-a ao qualificativo *hegemônica* (Connel), pois tenho dúvidas de que permaneça majoritária nos dias atuais. Mas isso também tem-se transformado, pois a cada Copa do Mundo aumenta o percentual de participação das mulheres. Foi assim na Copa de 1998 que revelou para a França (onde o futebol, ao contrário do que ocorre no Brasil, era tido como restrito em termos sociais e de gênero, sendo visto como um consumo das camadas populares e dos homens) que o futebol era bem mais democrático do que se pensava, levando para as ruas nos jogos finais uma multidão de mulheres de todas as classes sociais. Esta mesma Copa serviu para as mulheres do Irã ganharem o espaço público, transgredindo, nas comemorações de vitórias esporti-

vas, as leis do país. A Copa de 1994 já tinha mostrado ao mundo que nos Estados Unidos o futebol era praticado muito mais pelas mulheres que pelos homens. Esta, de 2002, além de confirmar a presença das mulheres nas arquibancadas – especialmente na Coreia – e nas ruas em frente aos telões, apontou o aumento significativo de mulheres na mídia esportiva.

Diferentes esportes constroem diferentes masculinidades: não é a mesma masculinidade que está presente no rúgbi ou no judô (RIAL, 1998). E esta Copa do Mundo mostrou novamente que a masculinidade exibida pelos ícones que a mídia ajudou a erigir está longe de ser uma masculinidade agressiva. Vimos jogadores mostrarem-se preocupados com a aparência física, tendo cuidados até pouco tempo inimagináveis para um homem, no pouco que lhes é permitido controlar dessa aparência, uma vez que são obrigados a estarem uniformizados em todos os momentos de contato com a mídia, mesmo fora do campo, à força dos patrocínios. Até mesmo o recurso de exibir o corpo nu após um gol, pela retirada da camiseta (que o iguala aos outros jogadores submetendo-o ao clube e às empresas patrocinadoras) foi coibido pela FIFA. Restava como lugar para expressão individual a cabeça, o rosto e o cabelo. Com este material restrito, muito foi feito. Desde as máscaras de um jogador japonês, que fez lembrar personagens de desenho animado, até os inúmeros cortes, penteados e pinturas de cabelo.

A mídia mostrou jogadores que se afastavam do *look* mais viril dos cabelos raspados (quem ainda se lembra que elas foram lançadas por um protesto de uma equipe de vôlei dos Estados Unidos em uma competição internacional, virando moda depois?), preferindo uma aparência infantil (o topete de Ronaldo), caricatural (o moicano de Mathis, jogador norte-americano e o semimoicano de um jogador turco), e até feminina (como seriam vistas em muitos círculos as trancinhas de Ronaldinho, as fitas nos cabelos dos argentinos e italianos ou o rabo-de-cavalo do francês Petit, do goleiro inglês e de tantos outros). Beckham, o jogador eleito como ícone de beleza pela mídia e pelos(as) torcedores(as), é exemplo disto: em vez de uma aparência agressiva, ele optou por um corte *punk* bem comportado, pintando os cabelos em mechas loiras e tatuando certas partes do corpo.

Mesmo nas comemorações imediatamente posteriores às vitórias, estivemos muito longe das manifestações de soberba masculina. A cena dos jogadores turcos e coreanos unidos pelos braços caminhando em direção à torcida não foi exatamente uma imagem de masculinidade agressiva ou de superioridade nacional, ainda que portassem bandeir-

ras. Do mesmo modo não o foi a imagem dos brasileiros de joelhos formando um círculo no gramado.

Nesse sentido, são paradigmáticas as mensagens do capitão da seleção brasileira: ao final do jogo, escreveu na camiseta “100% Jardim Irene”, homenageando o bairro muito pobre onde passou a infância e, ao erguer o troféu conquistado, pronunciou como frase “Eu te amo, Regina”, dedicando a uma mulher, no caso, a esposa, a vitória. Estamos longe dos palavrões ditos por Dunga ao levantar a taça com raiva na Copa de 1994. O mesmo gesto, duas identidades de gênero distintas sendo expressas.

Os bilhões de espectadores que assistiram a essas imagens dificilmente compreenderam a referência ao *Jardim Irene* ou a *Regina* – mais do que alguém que decifrasse o sentido denotado das mensagens, seria necessário um tradutor cultural para explicar por que, naquele instante, o líder daqueles homens que eram os mais vistos pelo planeta e que tinham acabado de vencer a guerra metafórica mais importante do planeta escolheu homenagens tão singelas em lugar de exibição de uma masculinidade de força, agressiva, competitiva.

Erigidos como ícones mundiais, alguns destes jogadores passarão a figurar entre os nomes mais pronunciados e as fotos mais reproduzidas. Ganharão salários altíssimos,<sup>17</sup> assinarão contratos publicitários com cifras astronômicas, ajudarão a vender produtos a que se associarão e preencherão a imaginação de milhões de pessoas durante anos, com histórias renovadas em programas de esporte, jornais, revistas de artistas. Suas qualidades serão tidas como exemplares e consideradas dignas de serem incorporadas pela multidão de assistentes. Que qualidades foram estas? No caso desta Copa do Mundo, vencida pelo Brasil, a mídia mostrou o nacionalismo malandro, a masculinidade não-agressiva e romântica, e a religiosidade como valores centrais.

## CONCLUSÃO

As mudanças na retórica cinematográfica das transmissões televisivas tiveram como implicações internas ao jogo a supremacia da individualidade (jogador, técnico) em detrimento do conjunto (tática); a supremacia dos gestos individuais (drible, as comemorações de gol) invisibilizando gestos importantes para o coletivo (deslocamentos sem bola) e assim contribuindo para consolidar como ícones globais os bons jogadores que souberam associar também qualidades de bons atores.

A performance dos jogadores brasileiros na última Copa do Mundo revelou uma transformação na suas identidades de gênero (no sentido de uma masculinidade não-agressiva), nacional (no sentido de um nacionalismo menos guerreiro) e religiosa (no sentido de uma expressão pública).

O francês Roger Callois (1990), numa classificação dos jogos hoje clássica na literatura sociológica sobre esporte, agrupa-os em jogos de *ágon* (competitivos, como o rúgbi, o vôlei, o basquete, o futebol), de *aléa* (de azar, como o jogo de cartas e a roleta) de *mimicry* (de representação, como no teatro)<sup>18</sup> e de *ilinx* (de vertigem, como os esportes ditos *radicais*). Penso que os dispositivos cinematográficos colocados em ação nas transmissões televisivas de performances futebolísticas têm contribuído decisivamente para que o futebol deixe de ser um jogo de *ágon* exclusivamente, aproximando-se dos jogos de *mimicry*, sendo cada vez mais um misto dos dois.

#### ABSTRACT

*Through television, the World Cup is the most widely viewed event on the planet. We reflect here on the way that soccer is constructed as a social discourse by the television media and the consequences of the rhetorical choices (image – framing, camera distance and position, etc; text – voice tone and speed, and vocabulary) on the structuring of social imaginaries and personal identities. Evoking the recent World Cup, we seek to identify the values associated to the new sports icons, recognizing that the construction (and reading) of the images is the result of cultural processes. We conclude that through television mediation, soccer is being transformed from an agonistic game to one where representation (mimicry) is increasingly important.*

*Keywords: soccer ; television ; national identity ; gender*

#### REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. Rhétorique de l'image. *Communications*, n. 4, Paris, p. 40-51, 1964.

BAUDRILLARD, J. *Amérique*. Paris: Grasset, 1986.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: \_\_\_\_\_. et al. *Textos escolhidos*. São Paulo: Abril Cultural, 1975. (Os Pensadores, XLVIII).

BOURDIEU, Pierre. *Sur la télévision*. Paris: Liber, 1996.

- CALLOIS, Roger. *Os jogos e os homens*. Lisboa: Cotovia, 1990.
- DaMATTA, Roberto. *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1986.
- \_\_\_\_\_. Futebol: ópio do povo x drama social. *Novos Estudos do Cebrap*, São Paulo, v. 1, n. 4, nov. 1982.
- \_\_\_\_\_. Antropologia do óbvio: notas em torno do significado social do futebol brasileiro. *Revista USP*, São Paulo, n. 22, 1994. Dossiê Futebol.
- \_\_\_\_\_. *Carnavais, malandros e heróis*: para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.
- ECO, Umberto. *Sobre os espelhos e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.
- ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. *Quest for excitement: sport and leisure in the civilizing process*. London: Basil Blackwell, 1986.
- FREUD, Sigmund. Au-delà du principe de plaisir. In: \_\_\_\_\_. *Essais de Psychanalyse*. Paris: Payot, 1987.
- GASTALDO, Édison. *Pátria, chuteira e propaganda*: o brasileiro na publicidade da Copa do Mundo. São Paulo: Annablume, 2002.
- GAUTHIER, Guy. *Le documentaires, un autre cinéma*. Paris: Nathan, 1995.
- GRIERSON, John. First Principles of Documentary. In: MacDONALD, Kevin; COUSIN, Mark. *Imagining Reality*. London: Faber and Faber, 1998. p. 97-102.
- MAUSS, Marcel. As técnicas corporais. In: *Sociologia e antropologia*. São Paulo: EDUSP, 1974. p. 211-233.
- PEIRANO, Mariza. *Rituais, ontem e hoje*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.
- RIAL, Carmen S. Racial and ethnic stereotypes in brazilian advertising. *Primeira Mão*, Florianópolis, n. 43, p. 1-23, 2000.
- \_\_\_\_\_. Rúgbi e judô: esporte e masculinidade. In: GROSSI, Miriam Pilar; PEDRO, Joana Maria (Org.). *Masculino, feminino, plural*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 1998.
- \_\_\_\_\_. Sobre a televisão. *Cadernos de Antropologia e Imagem*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 159-163, 1997.
- \_\_\_\_\_. Japonês está para TV assim como mulato para cerveja: imagens da publicidade no Brasil. In: ECKERT, Cornélia; MONT-MÓR,

Patricia (Org.). *Imagem em foco: novas perspectivas em antropologia*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 1999. p. 231-255.

SOARES, Luiz Eduardo. Futebol e teatro. *Boletim do Museu Nacional*, Rio de Janeiro, n. 33, 1979. p. 1-22.

TURNER, Victor. *Le phénomène rituel: structure et contre-structure*. Paris: PUF, 1990.

XAVIER, Ismail. *O discurso cinematográfico, a transparência e a opacidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

## NOTAS

- <sup>1</sup> Documentário aparece pela primeira vez em um texto de publicidade de um filme etnográfico do fotógrafo norte-americano Edward Curtis, *The Head-Hunters*. Porém, foi através dos escritos do cineasta inglês Grierson que ele se tornou célebre para representar um gênero de cinema pedagógico, que deveria ser passado em escolas, sindicatos e associações, com conteúdos de cunho social e político-educacionais. Apesar das críticas a esta noção estreita de documentário, a categoria tem-se mantido com significados redefinidos, mas geralmente em oposição ao filme de ficção.
- <sup>2</sup> Narrador; termo êmico, é usado como sinônimo de locutor.
- <sup>3</sup> Inicialmente, uma precisão de termos. *Mídia*, que até bem pouco não constava dos dicionários de português, tem sido comumente usada para designar os meios de comunicação de massa. *Mídia* substitui *meios de comunicação de massa* e, como em toda a opção conceitual, com conseqüências epistemológicas. O uso de *meios de comunicação de massa*, termo consagrado pelos trabalhos dos pensadores alemães da escola de Frankfurt, implicava necessariamente uma tomada de posição sobre a relação meios de comunicação com o público receptor; este era qualificado como "massa" – portanto, homogêneo, uniforme e, em última análise, ignorante, alienado, manipulável. *Mídia* refere-se aos meios de comunicação capazes de atingir um grande número de agentes sociais (rádio, cinema, televisão, internet etc.), mas em que os seus receptores são vistos como capazes de operar escolhas e até interagir com os *meios*. As mensagens divulgadas pela *mídia* constituem um aspecto, sob todos os pontos de vista, central nas sociedades complexas contemporâneas, mas que não tem atraído a atenção dos antropólogos com a mesma intensidade de sua presença social. O livro de Pierre Bourdieu (1996), com todos os seus limites já apontados (RIAL, 1997), faz figura de exceção.
- <sup>4</sup> Estamos entendendo plano em duas de suas acepções: "*Plano* corresponde a cada *tomada* de cena, ou seja, à extensão do filme compreendida entre dois cortes" e *plano* é "a posição particular da câmera (distância e ângulo) em relação ao objeto". Os planos (segunda acepção) podem ser classificar em: *plano geral* – a câmera mostra todo o espaço da ação; *plano médio ou de conjunto* – mais próxima dos objetos filmados, a câmera mostra um conjunto de pessoas ou do local filmado envolvidos na ação; *plano americano* mostra as figuras humanas até um pouco abaixo da cintura; *primeiro plano* – a câmera apresenta um detalhe do corpo ou de um objeto; *primeiríssimo plano* – uma variante do primeiro plano, com maior detalhamento ainda do objeto filmado. *Plano seqüência* corresponde a vários planos filmados em uma única tomada – diz-se *tomada* do momento em que a câmera é acionada até o momento em que é desligada (XAVIER, 1984).
- <sup>5</sup> Dois são os deslocamentos mais recorrentes: o *travelling* (câmera sobre um carrinho que se movimenta) e a *panorâmica* (câmera fixa que, deslocando-se sobre seu eixo, descreve um movimento ascendente ou descendente – *panorâmica vertical* – ou circular – *panorâmica horizontal*).
- <sup>6</sup> Os enquadramentos podem ser classificados em: *normal* – a câmera mantém-se na altura dos olhos de um observador de estatura média; *câmera alta* ou *plongé* – a câmera está acima do objeto filmado; *câmera baixa* ou *contra-plongé* – a câmera está abaixo do objeto filmado (XAVIER, 1984).
- <sup>7</sup> Importante canal francês a cabo, especializado em filmes e futebol.
- <sup>8</sup> Não nas Copas do Mundo, onde o acesso ao campo só é permitido a fotógrafos e cinegrafistas.
- <sup>9</sup> Para esta idéia de hipertextualidade, de diálogo entre textos, ver ECO, 1989.

- <sup>10</sup> *Les yeux dans les bleus*, o documentário de Stéphane Meunier que acompanhou a equipe da França na sua trajetória até o título na Copa do Mundo de 1998, é um exemplo de visibilização de etapas do ritual antes proibidas à imagem, como a preleção final do técnico aos jogadores e os comentários destes durante o intervalo.
- <sup>11</sup> Como mostra Barthes (1964), a imagem ao mesmo tempo que denota (assemelha-se) a um objeto produzindo uma impressão de realidade também conota, ou seja, remete a significados culturais desse objeto, a associações culturalmente determinadas do objeto a outros objetos; nos remete a outros objetos, reais ou imaginários, compreendidos e construídos na relação do enunciador e o receptor. O discurso televisual constrói imagens iconográficas (de objetos) e, através dela, novos ícones que passam a integrar imaginários sociais – não é diferente em uma partida de futebol.
- <sup>12</sup> Por outro lado, há não-imagens que se tornaram célebres: a cotovelada de Pelé num jogador uruguaio, que inusitadamente resultou em falta para o Brasil, só foi mostrada na tevê anos depois, graças à câmera de um cinegrafista já que, na época, a televisão não dispunha das recorrentes câmeras nos carrinhos para os *travellings* nas laterais do campo – aqui mais uma prova do domínio de Pelé sobre a mídia e a arbitragem, pois dificilmente ele teria cometido a infração se soubesse que estava sendo filmado.
- <sup>13</sup> Que surgiu por acaso, num jogo em que, por estar com um dos braços machucados, comemorou o gol erguendo apenas o outro.
- <sup>14</sup> Entre outros acontecimentos, um jogador fingiu ter sido espetado pelo presidente no momento em que este lhe fixava a medalha na camiseta (não um jogador qualquer, mas o fenômeno Ronaldo, cuja trajetória recente ultrapassa qualquer cenarista hollywoodiano e seria recusada como inverossímil), outros cutucavam o presidente Cardoso por trás e, quando este virava-se, fingiam nada ter feito, e outro desceu a rampa do Palácio presidencial dando cambalhotas, como se estivesse comemorando um gol no gramado.
- <sup>15</sup> Para se ter uma idéia de predominância masculina, na Copa de 1998 havia apenas uma mulher trabalhando como *cameraperson* no gramado, a francesa Christine Fayot, que filmou para um canal japonês. No Brasil, como na maioria dos países, elas são minoria numa mídia formada por jornalistas homens, mas não deixa de ser auspicioso o fato de a rede Globo ter enviado à Copa como repórter Fátima Bernardes, apresentadora do *Jornal Nacional*, de o *Sport TV* ter enviado Laís e de a *ESPN/Brasil* ter passado à Soninha o comando de muitos dos seus programas de esportes.
- <sup>16</sup> Não era assim nos primórdios do futebol como esporte. No século XIX até meados do século XX, era significativa a presença das mulheres nos estádios – ver, por exemplo, as imagens da torcida no Maracanã na final da Copa de 1950.
- <sup>17</sup> Seis milhões para Ronaldo, que está longe de ser o maior salário de jogador no mundo, sem falar nos ganhos com publicidade.
- <sup>18</sup> Luiz Eduardo Soares (1979) já aproximava o futebol do teatro.