

O DISCURSO NAS TRANSMISSÕES TELEVISIVAS DE FUTEBOL

Pode-se afirmar que, desde meados da década de 80, assistir aos jogos de futebol pela televisão, principalmente em transmissões ao vivo, tornou-se um hábito cada vez mais freqüente entre os brasileiros. Atualmente, o número de pessoas que vêem o esporte pela televisão em casa, ou outros locais públicos, é muito maior do que a presença dos torcedores que acompanham as partidas nos estádios.

Desde que se tornou parte do mundo do futebol, a televisão tem sido alvo dos mais variados estudos na sua relação com o esporte mais popular do planeta. Contudo, seja na literatura acadêmica de comunicação, ou nos trabalhos realizados em antropologia e sociologia, os principais pontos de análise têm recaído sobre suas afinidades políticas, econômicas e sociais. A falta de um estudo destinado à articulação entre as diferentes estratégias da produção de sentido nas transmissões de futebol na televisão, contrasta com o alcance econômico do fenômeno do futebol como parte da indústria do entretenimento, uma vez que os principais campeonatos (em âmbito local ou mundial) são transmitidos pela televisão.

Este trabalho é um resumo da minha dissertação de mestrado e seu objetivo fundamental foi estudar as transmissões ao vivo de futebol de acordo com as estratégias pressupostas pelo contrato de comunicação midiática proposto por Patrick Charaudeau (1994)¹, identificando as estratégias de produção de sentido nas transmissões ao vivo de partidas de futebol. O estudo ainda foi guiado pela verificação da regularidade das propriedades estáveis do discurso² nos jogos

¹ Para Charaudeau, o contrato é composto por dados externos e internos. Os externos são aqueles que constituem os constrangimentos situacionais de todo ato de comunicação. O autor os divide em quatro categorias enunciativas diferentes: finalidade, identidade, intenção e dispositivo. Já os dados internos são os constrangimentos discursivos, aqueles de comportamentos lingüísticos esperados quando são percebidos, reconhecidos os dados externos da situação. Charaudeau os divide em três espaços de comportamentos: o de locução, relação e tematização. Um último avanço de Charaudeau – pelo menos dentro das preocupações que cercam a construção deste trabalho – acontece após definir que o discurso se exerce na intencionalidade daquele que fala e organiza-se num espaço de limitações e de estratégias na interdependência entre os espaços interno e externo. O autor estrutura estes espaços em três diferentes níveis: situacional, comunicacional e discursivo.

² Usamos a definição de discurso segundo Emile Benveniste, ou seja, como um ato produtor de enunciado. “A enunciação é este colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização. (...) Na enunciação consideraremos, sucessivamente o próprio ato, as situações em que ele se realiza, os instrumentos de sua realização” (1970, p. 12).

0092 - Luiz Caraciolo Teles

analisados³, ressaltando também a diferenciação obtida pela descrição das ações dessas propriedades nos dois tipos de transmissão escolhidos como objetos (tevé aberta e *pay-per-view*), buscando suas semelhanças e diferenças a partir de suas características discursivas, ordenando a configuração do conjunto dessas propriedades em função do contrato, identificando seus pontos fortes e fracos, e incoerências.

Para desenvolver a pesquisa sobre as transmissões, foi necessária também a elaboração de uma estrutura capaz de identificar, selecionar e categorizar os principais mecanismos intrínsecos, seus efeitos programados dentro de uma configuração particular, através de elementos técnicos (distribuição das câmeras, recursos audio-visuais etc.) e narrativos (comportamento do locutor e/ou comentaristas e repórteres, interatividade, distribuição das informações), refletindo ainda sobre a articulação de seus processos de produção, circulação e consumo como produto midiático. Para tanto, uma meta secundária, mas não menos importante, também precisou ser alcançada: situar as transmissões ao vivo no interior do quadro dos gêneros televisivos. Nesse caso, trabalhamos a hipótese fundamental de que o subgênero transmissão esportiva (de futebol) está ligado à idéia do “acontecimento midiático”, desenvolvido pelos autores Daniel Dayan e Elihu Katz (1998).

No livro, os autores investigam o fenômeno do acontecimento midiático como gênero. O trabalho consiste numa grande análise de vários momentos históricos transmitidos ao vivo pela televisão: como épicas competições políticas e esportivas, missões carismáticas, ritos de passagens de grandes personagens etc. Para Dayan e Katz, só podem ser integrados a esta categoria os eventos que: (a) a audiência assimila a transmissão como um convite para parar sua rotina diária e partilhar a experiência festiva; (b) por definição, são acontecimentos não-rotineiros, intervindo no fluxo normal das transmissões e das nossas vidas, e que, quando os mesmos terminam, tudo é conduzido novamente à normalidade; (c) são transmitidos sempre ao vivo e têm o fator da imprevisibilidade como uma de suas principais linhas de conduta; (d)

³ No caso específico, foram escolhidas duas partidas e suas transmissões em rede aberta e *pay-per-view*: a primeira foi ao ar no dia 23/05/2004, entre São Caetano e Vasco da Gama, em São Caetano do Sul, pelo Campeonato Brasileiro; a segunda aconteceu no dia 30/05/2004, entre Goiás e Flamengo, em Goiânia, pela mesma competição. Vale ainda ressaltar que o estudo foi concentrado nessas duas partidas especificamente, mas não foi limitado a elas. Para facilitar o acompanhamento e a observação da linguagem utilizada nas transmissões de futebol ao vivo, durante toda temporada 2004 do Campeonato Brasileiro houve também o acompanhamento sistemático de todas as 46 rodadas da competição e de boa parte dos jogos transmitidos em rede aberta e em *pay-per-view*.

0092 - Luiz Caraciolo Teles

acontecem fora do estúdio; (e) por conta da complexidade para se realizar essas transmissões, costumam ser saudadas durante a programação, tanto pelo seu mérito técnico, quanto pelo próprio tom cerimonial que carrega; (f) são acontecimentos normalmente organizados fora dos media; (g) despertam o interesse de várias emissoras e não é raro que a maioria delas acabe por transmitir o evento; (h) têm como característica a cooperação entre organizadores do evento e a emissora; (i) para diminuir a margem de erros nas transmissões, alertar o público e dar conta de compromissos particulares das empresas de televisão, como a publicidade, costumam ser pré-planejados e anunciados com antecedência; (j) são apresentados e experimentados em tom de reverência e cerimônia; (k) são eventos de grandes audiências; (l) muitas vezes acabam por mobilizar a audiência a assistir o acontecimento em grupos, chegando a ter características próprias de rituais e roupas para o acompanhamento diante da televisão.

As transmissões de futebol como subgênero do acontecimento midiático

Baseando-se nos elementos descritos e analisados por Dayan e Katz, torna-se então possível configurar as transmissões de futebol ao vivo como subgênero do acontecimento midiático. Assim como nos acontecimentos midiáticos, as transmissões de futebol são transmitidas ao vivo (há jogos em videoteipe, mas estes não concernem este *corpus* de estudo) e têm o fator da imprevisibilidade como uma de suas principais linhas de conduta. É igualmente um evento que acontece fora do estúdio e que, por conta da complexidade de sua realização, costuma ser saudado durante a programação, tanto pelo seu mérito técnico, quanto pelo próprio tom cerimonial que carrega.

Apesar da cada vez mais influente participação das redes de televisão nas confecções de tabela e regulamento das competições, o que caracteriza a cooperação entre organizadores do evento e a emissora, é possível ainda afirmar que os jogos de futebol são acontecimentos originalmente organizados fora dos *media*. Eles despertam o interesse de várias emissoras, que pagam caro pelo direito de transmissão, muitas vezes de maneira exclusiva. Para transmitir os jogos de futebol ao vivo, as emissoras e os organizadores de campeonatos costumam alertar o público com antecedência sobre o evento, diminuindo assim a margem de erros nas transmissões, reunindo também condições de dar conta de compromissos particulares das empresas de televisão, como a publicidade. As partidas costumam ser apresentadas em tom de

0092 - Luiz Caraciolo Teles

reverência e cerimônia. São os jogos de futebol, ao lado das telenovelas e telejornais, os responsáveis pelos maiores índices de audiência de televisão do país.

Esse tipo de transmissão acaba por mobilizar a audiência a assistir o acontecimento em grupos, reunindo a família no sofá da sala da TV, ou em bares, chegando a ter características de rituais (com direito a hino nacional e lanche no intervalo do jogo) e roupas próprias (uniformes dos times participantes ou de jogadores) para o acompanhamento diante da tevê. O grande empecilho para que as transmissões de qualquer jogo de futebol ao vivo sejam classificadas dentro do gênero acontecimento midiático, e não num subgênero, é que com a organização de diversos campeonatos, e por conta do grande número de times, as partidas deixaram de ser eventos não-rotineiros na grade de programação das emissoras. A Rede Globo exibe pelo menos dois jogos por semana; o mesmo acontece com a TV Bandeirantes. Levando esta discussão para o campo das tevês por assinatura, os canais ESPN (Internacional e Brasil) e Sportv transmitem cada uma de sete a dez partidas ao vivo a cada semana.

Está claro, portanto, que há uma rotina, e que para a maioria dos telespectadores, um jogo de futebol na tevê é mais uma variedade de programa oferecida, e não um evento raro, como propõe o estatuto do acontecimento midiático. Contudo, para um bom número de pessoas, especialmente para os apreciadores que acompanham o futebol, como por exemplo os torcedores das equipes envolvidas numa partida, a transmissão de um confronto é, sim, um evento esperado e diferente, um convite para parar sua rotina diária e partilhar a experiência festiva. Para este tipo de público, é normal que um jogo de futebol intervenha no fluxo normal de suas vidas, abdicando de outros compromissos para que se possa acompanhar uma partida, com tudo sendo conduzido novamente à normalidade ao final da transmissão do confronto.

As emissoras de televisão também interrompem o fluxo normal de suas programações para inserir as partidas de futebol em suas grades. Nas partidas de final de semana, programas de longa duração, como o *Domingão do Faustão*, na Rede Globo, são interrompidos para a realização dos jogos. Nos confrontos de meio-de-semana, as emissoras costumam deixar um dia específico para as transmissões, e quando não há partidas para serem transmitidas, cobrem o espaço com filmes ou programas especiais. Já as tevês por assinatura, que por natureza possuem grades bem mais flexíveis, apenas reordenam sua programação até que ela retorne ao fluxo normal.

0092 - Luiz Caraciolo Teles

As transmissões de futebol, dentro dos critérios produzidos por Dayan e Katz, podem também ser classificadas dentro dos acontecimentos de competição. Os autores criaram um quadro onde limitam as dimensões das competições, conquistas e coroações em 13 diferentes elementos (periodicidade; normas; local; oponentes; probabilidades; drama; papel do protagonista; papel do comentarista de tevê; papel da audiência; mensagem; forma de autoridade; relação com a gestão do conflito e orientação de tempo) (1998, p.46-47). Comparando-se o quadro com as transmissões de futebol, nota-se que estas preenchem em quase 100% os requisitos demonstrados.

Quanto à periodicidade, as transmissões de futebol são um evento cíclico e, assim como nos acontecimentos de competição, as partidas são regidas por regras acordadas, num local específico (um estádio). Os confrontos são marcados pela oposição do homem x homem (ou equipe x equipe), ambos com probabilidade (ao menos segundo as regras do esporte) de condições iguais de vitória.

O drama evocado pela transmissão é o mesmo da competição: “quem irá ganhar?”, e igualmente é esperado por parte dos protagonistas da partida que joguem honestamente, apesar de (devido às regras de cada torneio) nem sempre o perdedor ter uma nova oportunidade de êxito. O papel do comentarista de tevê é também o de não tomar partido, função que deve caber à audiência (torcer), que assume também o papel de juiz (julgar quem foi merecedor do triunfo).

Quanto à mensagem transmitida, apesar deste ser um campo por demais aberto, é correto afirmar que, assim como nos acontecimentos de competição, as transmissões de futebol têm as normas, as regras do jogo, como supremas e inalteráveis. A forma de autoridade, por sua fidelidade às regras, enquadra-se perfeitamente dentro do que Dayan e Katz chamam de Racional-Legal, em oposição a uma reação mais carismática (acontecimentos de conquista) ou tradicional (acontecimentos de coroação). Entretanto, é preciso pontuar que é muito comum nas transmissões o desvio tanto para o carisma, quanto para a tradição. A orientação do tempo é quase sempre voltada para o presente, e a relação com a gestão do conflito é de humanização.

O contrato nas transmissões de futebol ao vivo na televisão

A configuração das transmissões de futebol ao vivo na televisão como um subgênero do acontecimento midiático as qualifica como programas que se caracterizam por

0092 - Luiz Caraciolo Teles

fornecerem enunciados a respeito de eventos que poderiam ser verificados independentemente da presença da emissora no local. Neste quadro, autores como Umberto Eco (1984), Dayan e Katz (1998) afirmam que o que se espera nesse tipo de programa (uma exigência do público, em primeira instância) é que este cumpra a obrigação de dizer a verdade, segundo critérios de relevância e proporção. Neste caso, a televisão teria que dizer o que corresponde aos fatos. Desta maneira, as transmissões de futebol ao vivo, dentro da produção televisiva, estariam ligadas àqueles tipos de programas em que a preocupação na produção de sentido está na apresentação do "real", ou seja, dirigem-se determinadas estratégias e configurações instauradas na comunicação televisual, com vistas à oferta de "realidade" ao espectador. Esta necessidade de uma "oferta de realidade" seria a responsável por aproximar as estratégias e configurações das transmissões de futebol da linguagem telejornalística.

Apesar de possuir como finalidade primordial o entretenimento, diferentemente dos telejornais, que têm como função informar o telespectador dos acontecimentos cotidianos que o circulam, as transmissões de futebol utilizam em sua confecção elementos tradicionalmente utilizados em programas jornalísticos, principalmente aqueles das coberturas de eventos ao vivo. Durante a transmissão, lá estão as figuras do apresentador (locutor), do comentarista, do repórter presente no local do jogo, as multi- câmeras espalhadas estrategicamente etc.⁴

Retornando à noção de contrato, o princípio de "oferta de realidade" também está previsto nos estudos desenvolvidos por Charaudeau, que explora essa vertente como "estratégias de credibilidade". A credibilidade reenvia a possibilidade para o receptor de uma informação medir a amplitude do sujeito informante de dizer a verdade, através de sua enunciação e conseqüentemente, de partilhar essa verdade, ver e aderir-la. Trata-se, portanto, para a instância mediática, de levar a prova de dizer a verdade, ao qual pode ser considerada de dois pontos de vista: aquele da existência de ser e dos fatos que estão em questão, aquele de uma explicação apropriada para dar uma razão de ser aos fatos. (CHARAUDEAU, 1994, p.101)

⁴ A cobertura esportiva é realizada a partir de regras próprias do jornalismo, como cita Mário Erbolato (1981). Segundo definição do autor, a produção jornalística do esporte se faz a partir de fatores internos do campo das mídias, mas também com base em fatores relativos ao próprio campo esportivo, objeto da cobertura. Ela é feita em meio a uma transação de falas, onde estão presentes as vozes dos atores sociais (jogadores, atletas), dos dirigentes, do marketing, do Clube, do patrocinador, do técnico, do torcedor, da equipe médica etc.

0092 - Luiz Caraciolo Teles

No caso do ponto de vista da existência de ser e dos fatos que estão em questão, a tensão está em provar que o que é mostrado corresponde aos acontecimentos que são produzidos. Este domínio da representação é chamado por Charaudeau de “autenticidade dos fatos” (1994, p.102). Já no caso da explicação apropriada para dar uma razão de ser aos fatos, a tensão está em evidenciar a boa qualificação das explicações fornecidas para elucidar as causas e conseqüências dos acontecimentos, domínio da representação chamado por Charaudeau de “verdade dos fatos” (1994, p.103). Em ambos os casos, o objetivo principal de quem informa será evidenciar as provas daquilo que está ocorrendo, através de estratégias discursivas capazes de produzir efeitos que correspondem ao que o sujeito receptor apreende e entende como autenticidade e veracidade.

Mas não é só o campo da credibilidade que vai nortear as estratégias discursivas dentro das transmissões televisivas de futebol ao vivo. Ainda seguindo o modelo de contrato proposto por Charaudeau, outro ponto que funciona dentro do espaço de estratégias da informação mediática é o das “estratégias de captação”. As estratégias de captação consistem em encenar a informação de maneira que aqueles que participam do espetáculo devem tocar a sensibilidade do espectador, entrando em seu universo de crenças e seus estados emocionais. “É por isso que os meios tratam a informação através do que se chama de ‘imaginários discursivos’, isto é, representações coletivas que são consideradas circular na comunidade sócio-cultural a qual pertence o alvo, e que têm forma no discurso” (CHARAUDEAU, 1994, p.104).

É dentro destes efeitos que estão escolhas importantes, tais como a seleção do ‘tema’ proposto na transmissão, a maneira de descrever e contar o acontecimento (ambos efeitos de dramatização), os jogos de palavras, composições de créditos e estratégias de co-interação entre modos narrativos de outros gêneros (apropriação de elementos da narrativa policial, guerra ou aventura, por exemplo, muito comum por parte dos locutores e comentaristas de futebol), estes efeitos de ludismo.

AS ESTRATÉGIAS

Essencialmente, as estratégias discursivas praticadas na grande maioria das transmissões televisivas de futebol ao vivo são bastante similares. Nascida a partir de uma tradição radiofônica de se veicular eventos esportivos, a gramática que rege uma transmissão televisiva de futebol até hoje sustenta em sua estrutura alguns de seus

0092 - Luiz Caraciolo Teles

principais pilares, como a presença de repórteres, o locutor e o comentarista como parte da transmissão, além da oralidade como principal ponto de apoio para esses participantes. A montagem e a combinação desses elementos de oralidade com imagens e uma captação mais precisa de sons do ambiente segue como uma regra básica para qualquer tipo de transmissão de futebol televisiva, das mais pobres e com menos recursos (menos câmeras, microfones, ilha de cortes menos moderna etc.), até as mais pomposas, repleta de tecnologias caras ao seu dispor.

O trabalho com recursos audiovisuais já alcança resultados que dão ao telespectador condições bem próximas às encontradas no local onde o jogo está sendo realizado. Contudo, mesmo sendo capaz de reproduzir do estádio para o aparelho de TV diversos tipos de som e imagem (o que, de fato, já cercaria essa missão de ofertar a realidade ao telespectador), a tevê opta por oferecer ao telespectador uma visão mais apropriada à sua linguagem e a da transmissão ao vivo.

Afinal, os programas não correspondem à experiência real. O mundo nos é apresentado através de nossa percepção, mas, no texto televisivo, somente algumas dessas propriedades perceptivas são transpostas para a superfície artificial do vídeo. A alteração de cores, a mudança de dimensões, a ausência de cheiro e de temperatura constituem-se numa redução muito grande dos atributos do mundo representado, pois, a rigor, somente os traços sonoros e visuais são imitados, e tais traços, assim selecionados e transpostos, pouco representam em relação à riqueza do mundo material. Além disso, as parcelas de real não correspondem a seleções arbitrárias: é o que fica enquadrado, é o movimento das câmeras que determina o que será mostrado.

Como trabalhar esses elementos num evento ao vivo, onde não se tem um controle exato do que está por vir, diferentemente de um programa de estúdio, com roteiros e personagens fixos, por exemplo? Para que se possa desenvolver e delimitar as estratégias discursivas das transmissões ao vivo de futebol, é preciso que os interlocutores das transmissões (cinegrafistas, diretor de imagem, locutor, comentaristas, repórteres) tenham o conhecimento das ações que cercam o jogo de futebol, como suas regras, as limitações de ordem física (nenhum jogador vai pular mais de dois metros acima do solo, ninguém vai frear bruscamente e mudar de posição correndo em velocidade, e nem a bola vai estar a mais de 60 metros de altura), o comportamento, características e estilos dos jogadores, árbitros, ou seja, aquilo que o telespectador entende como verdade do jogo.

0092 - Luiz Caraciolo Teles

Dentro do quadro apresentado, as transmissões utilizam estratégias discursivas para evidenciar as provas de que suas informações são autênticas e verdadeiras, pelo menos dentro do que elas tomam pelo imaginário de autenticidade e veracidade do telespectador. Charaudeau chama esse elemento do contrato midiático de “estratégias de credibilidade”, e o divide em dois elementos: efeitos de autenticidade e veracidade.

Efeitos de autenticidade

Quanto aos efeitos de autenticidade, a distribuição estratégica das câmeras e a capacidade técnica do *replay*, garantem o detalhe e a concretização na descrição dos fatos por parte de locutores, comentaristas e repórteres. Dentro das transmissões, a identificação do local de jogo e de seus principais protagonistas (jogadores, técnicos e árbitros) são também vestígios da intenção de se produzir esse efeito.

Os repórteres, trabalhando sempre no campo, trazem também o testemunho de quem está próximo de tudo que está acontecendo no desenrolar da partida, reconstruindo fatos ainda não resolvidos apenas com as imagens ou que escaparam à captação de som (como uma bronca do técnico ou xingamento de um atleta ao árbitro).

As transmissões exploram também o contato, ou melhor, a ilusão de contato entre as instâncias de produção e recepção da informação. Eliseo Veron (1983), especifica o olho-no-olho entre apresentador e telespectador, presente nos telejornais, como elemento fundamental na construção do discurso jornalístico televisivo, ressaltando justamente o efeito de contato e sua relação com os efeitos de verdade e credibilidade. No caso das transmissões de futebol, esse tipo de contato raramente acontece. Para superar essa falta de contato visual durante a maior parte do programa, os locutores exploram e estimulam o contato através da oralidade. Quando o locutor pergunta durante um *replay* “*Vamos ver juntos se o Valdir foi tocado ou não dentro da área!*” ou ainda quando comenta “*preste atenção nesta falta porque o Petkovic pega muito bem na bola!!!*”, o locutor convida diretamente o telespectador a acompanhar o lance.

Efeitos de verdade

Charaudeau (1994) afirma que os efeitos de verdade podem ser obtidos por três diferentes procedimentos: através da averiguação do “saber experiente”, do “jogo do desvendamento” e “da encenação contextualizada do discurso”. Dentro das transmissões de futebol, o “saber experiente” é certamente o mais utilizado dos elementos. A estratégia consiste em apelar, nos momentos de esclarecimento, para

0092 - Luiz Caraciolo Teles

fontes especialistas, tais como comentaristas de futebol e/ou de arbitragem, técnicos, ex-jogadores ou até mesmos atletas profissionais em atividade, cronistas etc.

Os constantes questionamentos dos repórteres feitos aos técnicos das equipes também possuem a mesma finalidade. Ninguém melhor do que um especialista em treinamento esportivo envolvido diretamente com aquela partida para justificar substituições, alterações de postura tática e comportamento de atletas em campo.

O “saber experiente” pode tomar outras formas de manifestação, como esquemas e gráficos. As transmissões dispõem no vídeo, através de gerador de caracteres, as escalações das equipes, seus jogadores reservas, a tabela de classificação do campeonato e os outros jogos da rodada. Dados relativos ao decorrer do jogo, como estatísticas de chutes a gol, passes errados, posse de bola podem ser utilizados como provas de alguma informação dada pelo locutor, comentaristas ou repórteres a qualquer momento do jogo.

O jogo do desvendamento é a estratégia consiste na encenação de enquetes, entrevistas e debates durante o jogo, com o objetivo de conseguir que uma informação seja confirmada por um segundo interlocutor. A aplicação desse elemento acontece principalmente nos diálogos provocativos entre os membros da equipe de transmissão. Um outro efeito de verdade utilizado é o da encenação contextualizada do discurso relatado, que consiste em evitar que se acredite que o interlocutor esteja manipulando a informação. As informações que não podem ser apresentadas com o apoio das imagens são fornecidas geralmente com suas respectivas fontes. *“A administração do estádio acaba de divulgar o público presente” ou “o médico do São Caetano confirmou que não houve nenhum problema mais grave com o Fábio Baiano”.*

Estratégias de captação

As estratégias de captação consistem em encenar a informação de maneira que aqueles que participam do espetáculo possam tocar a sensibilidade do espectador, entrando em seu universo de crenças e seus estados emocionais. Charaudeau utiliza esse tipo de estratégia para justificar por que os meios tratam a informação através de “imaginários discursivos”, ou seja, representações coletivas que são consideradas circulares na comunidade sócio-cultural ao qual pertence o alvo, e que têm forma no discurso. Trata-se, portanto, da tentativa por parte da instância midiática de produzir efeitos discursivos, para os quais se reterá os efeitos de dramatização e ludismo,

0092 - Luiz Caraciolo Teles

tocando a sensibilidade do telespectador.

Efeitos de dramatização

Os efeitos de dramatização são aqueles que correspondem à escolha do tema e da maneira de se transmitir um evento, mas que, ao invés de levar em conta categorias de práticas sociais do espaço público, selecionam elementos de ordem emocional. As transmissões não dão destaque apenas para a “grande história” que é uma partida de futebol. Há uma preocupação clara em encontrar e contar para o público novas histórias dentro daquela principal que são os relatos dos fatos do jogo.

Os integrantes da partida: técnicos, árbitros e principalmente os jogadores ganham *status* de personagem e muitos deles têm suas carreiras transformadas em pequenas historietas, que são apresentadas ao telespectador de acordo com o decorrer da partida. Elas servem de gancho a todo tempo para comentários e relações diretas com o jogo, e ajudam não somente a dinamizar a transmissão, saindo do simples relato dos fatos acontecidos em campo, abrindo espaço para um universo maior de informações.

Efeitos de ludismo

Os efeitos de ludismo trabalham a capacidade de duas instâncias (produção e recepção) de poder colocar o conteúdo da informação à distância, de modo que este seja observado em sua encenação discursiva, emergindo uma satisfação no receptor pela descoberta do jogo de intertextualidade. Eles são decididos por alguns procedimentos para colocar em representação a informação, através, por exemplo, do jogo de palavras do locutor e do comentarista, quando apelam pra clichês ou ditados populares nos momentos de locução, descrição e comentários. A apropriação de termos e metáforas relativas a gêneros narrativos como o policial, o drama de guerra ou a aventura também formam outro procedimento de efeitos de ludismo. O “herói” de histórias passadas (jogos do passado) está sempre em aguardo para ser reapresentado como “herói” da nova jornada.

CONCLUSÃO

Ainda que em uma versão menos aprofundada do que a dissertação em que teve sua origem, esse trabalho procurou atingir dois objetivos fundamentais: estabelecer em que gênero televisivo estão enquadradas as transmissões ao vivo de futebol, e estudar este tipo de programa de acordo com as estratégias pressupostas pelo contrato de comunicação midiática proposto por Patrick Charaudeau.

0092 - Luiz Caraciolo Teles

Por fim, acredito que ele ainda aponta perspectivas futuras de aprofundamento dos elementos estudados, principalmente no que se refere a uma pesquisa no estudo da narrativa nas transmissões ao vivo de futebol na TV. Seria possível construir uma narrativa de um evento sem roteiro, mas que possui muitos elementos que delimitam espacial e temporalmente as ações do evento e de seus participantes? A pesquisa ainda assinala para a realização de um estudo mais aprofundado das relações entre meios de comunicação e esporte, uma vez que foi constatado um apelo cada vez maior em relação à espetacularização do esporte e das transmissões esportivas televisivas. Assim, qual seria o papel do jornalismo dentro das transmissões? Esta pergunta leva a um outro questionamento a respeito do papel do locutor: ele deve se portar como um jornalista que relata o fato, ou como um apresentador de um evento, de um show, que tem como objetivo fundamental entreter o público?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENVENISTE, Emile. *O aparelho formal da enunciação*. In Langages, n° 17, Paris, Didier-Larousse, 1970.

CHARAUDEAU, Patrick. *O contrato de comunicação da informação mediática*. Le Français dans lê monde - Recherches et applications - medias: fouts et effets, numero special, Hachette, Edicef, Paris, julho, 1994.

DAYAN, Daniel e KATZ, Elihu. *A história em directo*. Os acontecimentos mediáticos na televisão. Coimbra: Minerva, 1998.

ECO, Umberto. *A falação esportiva*. In: Viagem na Irrealidade Cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ERBOLATO, Mário. *Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso*. São Paulo: Atlas, 1981.

TELES, Luiz Caraciolo. *Uma caixinha de surpresas: um estudo do discurso nas transmissões televisivas de futebol*. Dissertação de conclusão do curso de mestrado no programa de Comunicação e Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Orientador: Jéder Janotti Júnior. Salvador: 2005.

VERON, Eliseo. *Esta ahí lo veo, me habla*. Revista Comunicativa No 38, Enonciation et cinéma, Seuil, París, 1983. Traducción realizada por María Rosa del Coto.