

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

ANTONIO EDSON ALCÂNTARA BASTOS

FUTEBOL TELEVISIVO E PRÁTICAS DE SOCIABILIDADE EM REDE

PPGCOM/UFJF
Fevereiro de 2021

Antonio Edson Alcântara Bastos

FUTEBOL TELEVISIVO E PRÁTICAS DE SOCIABILIDADE EM REDE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Sociedade.
Orientadora: Profa. Dra. Gabriela Borges Martins Caravela

PPGCOM/UFJF

Fevereiro de 2021

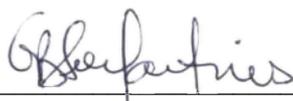
Antonio Edson Alcântara Bastos

FUTEBOL TELEVISIVO E PRÁTICAS DE SOCIABILIDADE EM REDE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Sociedade.

Aprovada em 26 de Fevereiro de 2021

BANCA EXAMINADORA



Profª. Dra. Gabriela Borges Martins Caravela (Orientadora)
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Dr. Francisco José Paoliello Pimenta
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Dr. Carlos Frederico de Brito D'Andrea
Universidade Federal de Minas Gerais

AGRADECIMENTOS

Muitos colaboraram direta e/ou indiretamente com a construção deste trabalho, e todos merecem um caloroso “muito obrigado!”. O primeiro e mais enfático vai para aqueles que sempre demonstraram apoio às minhas aspirações acadêmicas e pessoais: meus pais, Paulo e Norma; e minha irmã, Paula. Registro também um agradecimento especial à Isabela, minha sobrinha, que mesmo ainda sem entender muita coisa sobre a sua existência, é motivo de uma alegria imensurável na minha.

Também sou grato ao meu tio André, ao meu primo André Filho e à Antônia pelo carinho e estrutura a mim disponibilizados quando este mestrado ainda era, literalmente, apenas um projeto; bem como à Fernanda, Felipe e Weverton por, nessa mesma época e em tantas outras, terem me dado total suporte com revisões, sugestões e conversas sempre esclarecedoras.

Agradeço ainda à professora Gabriela pela orientação atenciosa, pelas simpáticas boas-vindas que me deu em Juiz de Fora e pela minha inserção nos projetos que coordena; da mesma forma que aproveito para agradecer aos colegas do Observatório da Qualidade no Audiovisual e do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia Midiática pelas trocas e diálogos enriquecedores, em especial à querida Daiana.

Agradeço ao apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001, especialmente pela bolsa a mim concedida durante o primeiro ano de mestrado, fundamental para o meu estabelecimento em Juiz de Fora.

Também agradeço aos amigos que fiz nesse percurso, especialmente Davi, Hyrlla, Luísa, Laura, Vanessa, Bárbara, Henrique, Dowglas, Lucas e Ana, por terem tornado a minha adaptação à cidade muito mais fácil.

E por fim aos amigos e amigas de Belém, por nunca me permitirem desanimar. Especialmente: Thiago, Nicolas, Thito, Pedrinho, Pedro, Bruno, Cosme, Davis e Arthur, pelo apoio de sempre e pelo contato diário; Vitória, Camila, Juliana e Alana, por demonstrarem carinho de tantas formas diferentes; Filipe, Jorge, Nathalia, Galvão, Daniel, Calil, Marcola, Fernando, Poly, Malu, Rodrigo e os outros “Sem Nome”, por tantos anos de camaradagem, viagens e comemorações no “Borroca”; e Peixe e Rapha, que indo além do companheirismo adjacente a uma amizade que cultivamos desde a infância, hoje são também parceiros de leituras e amadurecimentos teóricos materializados nesta dissertação.

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo principal investigar criticamente as práticas de sociabilidade relacionadas a experiência do futebol televisivo e desenroladas em espaços digitais. Para tanto, acionamos um debate teórico calcado, inicialmente, em três conceitos capazes de tematizar esse falar sobre o futebol: a conversação em rede e a Social TV, atreladas ao digital e pensadas de maneira integrada; e aquilo que Eco (1984) chamou de falação esportiva, concepção que se volta para dimensões discursivas dessas práticas e que dá ao trabalho os primeiros indícios críticos do processo de racionalização ao qual o esporte é submetido. Passado esse primeiro momento, nos dedicamos a uma análise do que chamamos de dialéticas do futebol televisivo, tensões expressas em diversas pulsões contraditórias típicas da forma moderna do jogo (despretensão lúdica *vs* institucionalização; teatralidade *vs* televisualidade; entretenimento *vs* jornalismo; clubismo *vs* razoabilidade; entre outras). Ainda nessa esteira, refletimos sobre a dimensão política dos afetos futebolísticos, avançamos no estudo da experiência do futebol televisivo e apontamos problemáticas referentes aos processos de identificação subjetiva nos espaços digitais. Após esse itinerário teórico, retornamos então às referidas práticas de sociabilidade por intermédio de uma apreensão empírica que buscou contextualizar debates desenrolados em respostas de espectadores a publicações, no *Twitter*, dos perfis de três emissoras de TV por assinatura que trabalham exclusivamente com a editoria esportiva: ESPN Brasil, Esporte Interativo e Fox Sports Brasil. Providos de expressões materiais de novas pulsões dialéticas, concluímos o trabalho constatando que a padronização da experiência do futebol televisivo, tributária do esvaziamento referencial provocado pela referida racionalização do esporte e das suas formas de representação, acaba por se adequar a lógicas de sociabilidade próprias do digital, gerando nos torcedores/espectadores/interagentes novas tensões no trato com a negatividade que emerge de todo processo de identificação (especialmente daqueles de ordem clubística).

PALAVRAS-CHAVE: Futebol; Televisão; *Twitter*; Falação esportiva; Identificações clubísticas.

ABSTRACT

This essay has as main object to investigate critically the sociability practices related with the experience of television soccer and occurred in digital spaces. Therefore, we set a theoretical debate based on, initially, three concepts capable of theming this talking about soccer: the network conversation and Social TV, linked to the digital and thought of an integrated manner; and that what Eco (1984) called of sports chatter, a concept that comes back to discourse dimensions of this practices and that bring to the work the first critical evidence of rationalization process to which the sport is subjected. Passed this first moment, we dedicate to an analysis of what we called of television soccer dialectics, expressed tensions in several contradictory drives typical of the modern way of game (unpretentious play vs institutionalization; theatricality vs televisuality; entertainment vs journalism; clubism vs reasonableness; among others). Still on this sense, we have reflected about the political dimensions of soccer affections, we have moved forward the study of television soccer experience and pointed out the problematics related to the subjective identification process at the digital spaces. After this theoretical schedule, we have turned back to the so-called sociability practices through an empirical apprehension that looked for contextualize unfolded debates in spectators' answer to posts, on Twitter, from the profile of three pay TV broadcasters that work exclusively with sports publishing: ESPN Brasil, Esporte Interativo e Fox Sports Brasil. Provided with material expressions of new dialectical drives, we finish the work noting that the standardization of the television soccer experience, resulting from the referential emptying caused by the referred sport rationalization and its forms of representation, ends up adapting to sociability logics particular from digital, generating in fans/spectators/interactants new tensions in dealing with the negativity that comes from each identification process (especially those of club origin).

KEYWORDS: Soccer; TV; Twitter; Sports chatter; Club identifications.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Filtros aplicados à busca piloto realizada no dia 23/10	56
Figura 2 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (08/11).....	60
Figura 3 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 08/11)	61
Figura 4 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutidos (08/11).....	62
Figura 5 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 08/11)	63
Figura 6 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutidos (08/11).....	64
Figura 7 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX – 08/11)	65
Figura 8 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (09/11).....	66
Figura 9 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 09/11)	67
Figura 10 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutidos (09/11).....	68
Figura 11 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 09/11)	69
Figura 12 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 09/11)	69
Figura 13 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 09/11)	70
Figura 14 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutidos (09/11)	71
Figura 15 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX – 09/11)	72
Figura 16 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (10/11).....	73
Figura 17 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 10/11)	73
Figura 18 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 10/11)	74
Figura 19 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutidos (10/11).....	75
Figura 20 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 10/11)	76
Figura 21 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutidos (10/11)	77
Figura 22 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX – 10/11)	78
Figura 23 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX – 10/11)	78
Figura 24 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (11/11).....	79
Figura 25 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 11/11)	80
Figura 26 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutidos (11/11).....	81
Figura 27 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 11/11)	82
Figura 28 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutidos (11/11)	83
Figura 29 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX – 11/11)	84
Figura 30 - Tweet da ESPN Brasil e resposta do público mais repercutidos (12/11)	85
Figura 31 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 12/11)	86
Figura 32 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutidos (12/11).....	87

Figura 33 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI - 12/11)	88
Figura 34 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutidos (12/11)	89
Figura 35 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX - 12/11)	90
Figura 36 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (13/11)	91
Figura 37 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN - 13/11)	92
Figura 38 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutidos (13/11)	93
Figura 39 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI - 13/11)	94
Figura 40 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutidos (13/11)	95
Figura 41 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX - 13/11)	96
Figura 42 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (14/11)	97
Figura 43 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN - 14/11)	97
Figura 44 - Tweet do EI e resposta do público mais repercutidos (14/11)	98
Figura 45 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI - 14/11)	99
Figura 46 - Tweet da Fox e resposta do público mais repercutidos (14/11)	100
Figura 47 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX - 14/11)	101
Figura 48 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (MAPEAMENTO PILOTO - 22/10)	104
Figura 49 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (MAPEAMENTO PILOTO - 22/10)	105
Figura 50 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (MAPEAMENTO PILOTO - 22/10)	105

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Dados detalhados por dia, perfil e critério de mapeamento	57
Tabela 2 - Média dos dados por emissora	58

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. FALAR SOBRE O FUTEBOL TELEVISIVO	15
2.1 Conversação em rede	15
2.2 Social TV	20
2.3 Falação esportiva	24
3. DIALÉTICAS DO FUTEBOL TELEVISIVO	30
3.1 Despretensão <i>versus</i> modernização	30
3.2 Torcida e esfera pública	39
3.3 Experiência do futebol televisivo	42
3.4 Identificação e alteridade no digital	46
4. PRÁTICAS DE SOCIABILIDADE EM REDE: MAPEAMENTO E ANÁLISE	52
4.1 Parâmetros de coleta dos dados	55
4.2 Contextualização dos dados	59
4.2.1 Domingo (08/11/20)	60
4.2.2 Segunda-feira (09/11/20)	65
4.2.3 Terça-feira (10/11/20)	72
4.2.4 Quarta-feira (11/11/20)	79
4.2.5 Quinta-feira (12/11/20)	84
4.2.6 Sexta-feira (13/11/20)	91
4.2.7 Sábado (14/11/20)	96
4.3 Análise das práticas de sociabilidade	101
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	109
6. REFERÊNCIAS	113

1. INTRODUÇÃO

“Se eu montar uma lista pode ter certeza que não terá tantos jogadores do Flamengo. Porém, se colocarem pra votação, voto no jogador do meu time. E você também!”

A frase acima compõe o corpus empírico do presente trabalho e foi dita por um torcedor flamenguista durante um debate sobre a montagem da seleção ideal do primeiro turno do Campeonato Brasileiro de futebol de 2020. Trazemos este exemplo como artifício introdutório por entendermos que ele expressa, da maneira mais espontânea possível, várias estruturas e temáticas sobre as quais tentaremos versar nesta dissertação (desde aquelas mais teóricas até as que guiaram decisões metodológicas).

As próprias condições para que uma opinião como essa tenha sido expressa pelo seu autor constituem a pedra angular da construção argumentativa deste trabalho. A potência do comentário como representante dessas aspirações reside, fundamentalmente, no fato de consistir na opinião de um torcedor de futebol publicizada em uma rede social de internet de maneira diretamente associada a um conteúdo veiculado por uma emissora de televisão. O esteio do trabalho passa por esses recortes, como demonstraremos.

Outra potencialidade habita precisamente o conteúdo da frase escrita pelo torcedor em questão. Ela transita entre duas formas argumentativas aparentemente incompatíveis: uma ponderação mais equilibrada, que admite, na eventual montagem de uma lista pessoal dos melhores jogadores do futebol brasileiro, a escolha racional de atletas pertencentes a outros clubes; e outra que cede ao lado afetivo do conflito de interesses existente nessa montagem, resultante do contexto e dos parâmetros sob os quais o debate em questão se dá (a eleição repercutida pelos torcedores foi feita pelo perfil do canal Esporte Interativo no *Twitter*, a partir de votação popular). Como também demonstraremos, a oscilação entre essas duas tendências simboliza uma das diversas expressões dialéticas daquilo que iremos chamar de futebol televisivo e das experiências que o envolvem.

Da mesma forma, é simbólica a conclusão a que chega o torcedor: a inferência contida no trecho “E você também!” encerra a discussão travada entre ele e um aficionado por outro clube de maneira quase que incontestável. Nela, o flamenguista não somente expressa o seu reconhecimento clubístico pessoal, como também projeta no reconhecimento do outro torcedor em questão um *modus operandi* idêntico ao seu. Aquele trânsito ocorrido entre as duas formas argumentativas aparentemente contraditórias também se dá, portanto, no estabelecimento de uma identificação e no trato

com a alteridade que emerge do mesmo; processo igualmente caro à dinâmica teórica que proporemos.

Para dar conta dos aspectos representados na frase em destaque, bem como de um objetivo geral que pretendeu investigar criticamente as práticas de sociabilidade que constituem as experiências do futebol televisivo atravessadas por ambiências digitais, a estrutura do trabalho está amparada em dois capítulos teóricos e um capítulo metodológico/analítico. Vale destacar ainda que o esforço aqui realizado também tem como horizonte contribuir com a construção do conhecimento teórico que versa sobre a correlação histórica existente entre futebol e televisão, sob um olhar comunicacional; além de investigar as problemáticas que permeiam a afirmação de identificações clubísticas e a relação desse processo com as “enunciações online de si” (MARTINO, 2016).

Nesse sentido, o primeiro dos capítulos - intitulado “Falar sobre o futebol televisivo” - é aquele que mais se aproxima das pretensões iniciais da pesquisa, já que conserva algumas das reflexões que temos tentado sistematizar desde muito antes dos exercícios desenvolvidos ao longo do mestrado.

No capítulo, o enfoque se direciona a práticas de sociabilidade desenroladas nas redes sociais de internet envolvendo a fruição de conteúdos televisivos sobre futebol. Para tanto, o primeiro movimento realizado discute o conceito de conversação em rede (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2012; RECUERO, 2014) e versa brevemente sobre o apelo coletivo da experiência futebolística (MORAGAS, 2012). Em seguida, lançamos luz ao fenômeno que tem se convencido chamar de Social TV (ou TV Social) (SIGILIANO E BORGES, 2015; FECHINE, 2017; SIGILIANO, 2017; ALMEIDA, 2018) – entendido de forma concatenada à noção de conversação em rede – sob um olhar criterioso; já que, ainda que dotado de profunda valia analítica para fins de observação do cenário de reconfiguração da experiência televisiva, o conceito também responde a demandas e retóricas de ordem mercadológica. Por fim, concluímos a primeira parte realizando uma inflexão de caráter mais crítico, na qual levamos adiante o debate sobre a conversação em rede e a Social TV até aproximarmos essas práticas de um fenômeno que Eco identificou ainda num contexto analógico, e sobre o qual desenvolveu a noção de falação esportiva (ECO, 1986; MARQUES, 2002; TELLES, 2013) - ponto que será fulcral para este trabalho.

Passado esse primeiro momento, damos prosseguimento à inflexão crítica pretendida com a elaboração de um segundo capítulo teórico, intitulado “Dialéticas do

futebol televisivo”. Como o nome sugere, as suas contribuições se esteiam na investigação de estruturas e pulsões aparentemente contraditórias, mas que, em última instância, fazem da experiência do futebol televisivo um fenômeno emblemático de tensões mais gerais (essas de ordem política e subjetiva).

Ainda sob o eco da falação esportiva, o primeiro exercício do capítulo tematiza a tensão entre uma certa despreensão originária do esporte e o processo de racionalização ao qual ela é submetida na modernidade, destacando também a preponderância da televisão nesse transcurso (SODRÉ, 1984; SANDVOSS, 2003; ALABARCES, 2012; MAFFEI, 2016; TELLES, 2020). Em seguida, realizamos uma breve exposição que aprofunda a dimensão política dos afetos futebolísticos por meio da abordagem crítica de uma esfera pública de inspirações habermasianas (SANDVOSS, 2003).

Ainda no segundo capítulo, avançamos no estudo da experiência do futebol televisivo (BAUDRILLARD, 1991; BALE, 1998; SANDVOSS, 2003) e chegamos ao reconhecimento de dois pontos cruciais: essa experiência passaria por um esvaziamento referencial, provocado por instrumentos que visam padronizá-la; e tal processo de esvaziamento a adequaria a problemáticas próprias das redes sociais de internet. Essa segunda inferência, de ordem hipotética, nos direciona à última seção do capítulo, na qual desenvolvemos, então, uma ponderação sobre os processos de identificação subjetiva (SAFATLE, 2015) e sobre a relação com a alteridade que emerge dos mesmos nos espaços digitais (MARQUES E MARTINO, 2015; MARTINO, 2016; HAN, 2018).

Apoiada nesse itinerário teórico e em investigações empíricas anteriormente realizadas, a hipótese central do trabalho passa diretamente, portanto, pelo reconhecimento de que essa padronização da experiência do futebol televisivo, apesar de poder ser vista como instrumento de democratização do "ver o jogo" e de grande potencial de sociabilidade ao se associar ao digital, incorreria, pelo contrário, em processos de projeção realizados pelos torcedores/espectadores/interagentes e norteados pela intenção de preencher um espaço esvaziado de referenciais com expectativas e interesses estritamente pessoalizados. Essa demanda geraria, por fim, profunda dificuldade no trato com a negatividade que emerge de todo processo de identificação (especialmente aqueles de ordem clubística) e, como já apontamos, se adequaria a lógicas que são próprias do digital.

À vista disso, nos perguntamos de que maneira a referida padronização da experiência de consumo do futebol, decorrente do processo de racionalização ao qual este é submetido na sua forma televisiva, incide na expressão dos afetos clubísticos em

espaços digitais de sociabilidade. Procuramos responder a todas essas provocações no capítulo em que elucidamos também a metodologia utilizada e a análise dos dados obtidos. Àquelas investigações prévias, se soma a leitura de referenciais teóricos que alertam para os perigos das generalizações calcadas em dados quantificados pelas *Application Programming Interfaces* (APIs) do *Twitter* (D'ANDREA, 2016, 2020(a), 2020(b); GERLITZ, RIEDER, 2018); nos permitindo rearranjar os parâmetros de coleta e avaliação da empiria e alcançar o que apresentamos como contextualizações de debates desenrolados a partir de respostas de espectadores às publicações, no próprio *Twitter*, dos perfis de três emissoras de TV por assinatura que trabalham exclusivamente com a editoria esportiva: ESPN Brasil, Esporte Interativo e Fox Sports Brasil.

Ao término do percurso teórico-metodológico-analítico trilhado, expomos algumas considerações que se afiguram menos como apontamentos resolutivos do que como designações provocativas, embora também sejam capazes de reforçar a hipótese apresentada e de demonstrar novas dialéticas adjacentes às identificações clubísticas em espaços digitais. Vejamos como se desdobra a pesquisa.

2. FALAR SOBRE O FUTEBOL TELEVISIVO

Tendo o futebol e a televisão passado por processos de larga popularização ao longo do século XX, a experiência que envolve ambos tem sido chave desencadeadora de práticas de socialização bastante presentes nas culturas latino-americana e, mais especificamente, brasileira. A dimensão social das duas formas de consumo tem no “falar sobre” a sua prática mais essencial, e é sobre o desenrolar dessas práticas, sobretudo nos espaços digitais, que nos debruçamos no presente capítulo.

Cabe destacar, de antemão, que optamos por nos referir ao futebol aqui apreciado pela alcunha de futebol televisivo por reconhecermos as especificidades presentes na experiência de consumo do esporte mediada pelos recursos técnicos e estéticos mobilizados pela TV. Para Telles (2013), nesse sentido, a montagem de imagens que recortam espaços do campo já configura uma cooptação televisiva do esporte, não sendo praxe, por exemplo, o enquadramento de toda a extensão do espaço do jogo sob uma representação mais geral. A exibição de um jogo de futebol constitui portanto, mesmo que ao vivo, uma outra partida.

Sob esses pressupostos, nos propomos a discutir, mais especificamente, os hábitos de conversação e sociabilidade estabelecidos pelo público nos sites de redes sociais ao repercutir conteúdos televisivos futebolísticos. Para a realização de tal proposta, e como já destacado na introdução, desenvolvemos no presente capítulo uma discussão que parte de três conceitos fundamentais e que os coloca em articulação: a conversação em rede (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2012; RECUERO, 2014); a Social TV (SIGILIANO E BORGES, 2015; FECHINE, 2017; SIGILIANO, 2017; ALMEIDA, 2018); e a falação esportiva (ECO, 1986; MARQUES, 2002; TELLES, 2013). Os dois primeiros estão profundamente relacionados, já que dizem respeito a práticas que são reconfiguradas com o digital e que têm nele sua centralidade. Já a falação esportiva, por ter sido pensada por Eco (1986) em um contexto analógico, diz respeito a outras dimensões discursivas que envolvem o “falar sobre” o esporte; a despeito do fato de que, como aqui será defendido, o digital nos pareça reforçar ainda mais tais dimensões.

2.1 Conversação em rede

Reconhecendo a importância das práticas de sociabilidades que envolvem o futebol e a televisão, passa a ser relevante pensarmos nas reconfigurações pelas quais elas são submetidas com o advento do espaço digital e dos seus sites de redes sociais. Para isso, a

noção de conversação se torna fundamental, especialmente aquela a que Raquel Recuero (2014) atribui a terminologia “em rede”.

A autora aponta que a conversação (a mais geral) pode ser definida como “um processo organizado, negociado pelos atores, que segue determinados rituais culturais e que faz parte dos processos de interação social” (p. 10). Tomando a conversação como o gênero mais básico e primário da interação humana, com referências que remetem ao interacionismo simbólico, a autora ainda indica a indispensabilidade da mesma para os processos de comunicação.

Ela também compreende que as redes sociais (também no sentido mais amplo, não atrelado necessariamente aos sites do digital) poderiam ser definidas como estruturas de agrupamento humano que, por meio de interações, constroem os grupos sociais. Essa prática, inerente à existência de linguagem e cultura, pode ser viabilizada e transformada pela mediação de tecnologias.

Se apropriadas para fins de comunicação interpessoal, esses artifícios técnicos e tecnológicos engendram a criação do que Recuero (2014) chama de “espaços conversacionais”. Eles seriam espaços em que a interação com outros indivíduos adquire contornos semelhantes aos vigentes em conversações presenciais, e também permitiriam a criação e/ou reforço de laços de sociabilidade.

As redes sociais de internet, portanto, “acabam gerando uma nova ‘forma’ conversacional, mais pública, mais coletiva, (...)” (p.17) a qual a autora denomina conversação em rede. A criação e negociação de sentidos presentes no hábito conversacional são agora postas em prática, dessa forma, em ambientes ampliados; condição que permite, por exemplo, que terceiros intervenham em conversações inicialmente alheias e que sejam rearranjados, dessa e de outras maneiras, as convenções e acordos para o próprio estabelecimento primário de relações comunicacionais.

A conversação em rede (...) não precisa necessariamente ser conduzida por milhares de pessoas. Ela pode acontecer entre vários grupos no Twitter, por exemplo, e não constituir um ‘Trending Topic’. Mas ela vai se espalhar entre várias redes, forçando um contato entre pessoas que não necessariamente dividiam uma conexão anteriormente. É essa a característica mais importante dessa conversação: **o espalhamento entre grupos sociais pelas conexões entre os indivíduos**” (RECUERO, 2014, p.127, grifo da autora).

A própria consciência de que a conversação mediada por espaços digitais é, na maioria das vezes, pública, pode modificar a sua dimensão performativa. Sem a privacidade permitida por um contato em circunstâncias localizadas, a conversação em rede que envolve as mesmas pessoas que estabelecem também uma conversação presencial será constituída sob o acionamento de diferentes recursos linguísticos e performáticos. Aqui mora um ponto para o qual devemos nos atentar: ainda que se apresente como uma nova forma de pôr em prática a conversação anteriormente presencial, aquela a que nos referimos como “em rede” não se resume a uma mera expressão da anterior mediada por aparatos técnicos desprovidos de qualquer nível de influência sobre a mesma.

A condição pública desses diálogos também reconfigura os seus processos de observação e análise. Uma das principais peculiaridades presentes no estudo de ambientes digitais é o registro e acesso do que neles circula por buscas simples, principalmente em redes sociais como o *Twitter*. Nesse sentido, pensamos que seja interessante tomar a internet tanto como “*objeto* de pesquisa (aquilo que se estuda), quanto *local* de pesquisa (ambiente onde a pesquisa é realizada) e, ainda, *instrumento* de pesquisa (por exemplo, ferramenta para a coleta de dados sobre um dado tema ou assunto)” (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2012, p.17).

Em um sentido mais específico, tais formas conversacionais engajam diferentes níveis de mobilização, a depender do contexto e assunto aos quais se vinculam. É aí que pensar a conversação em rede que envolve um tema popular como o futebol televisivo se torna fundamental para o empreendimento aqui proposto.

A dimensão social e, portanto, também conversacional do futebol é apontada por diversos autores ao pensarem na popularidade do esporte, sobretudo no contexto latino-americano. Moragas (2012) considera que é por meio da vivência coletiva do futebol que as pessoas obtêm “gratificações”.

Entre os motivos mais importantes podemos destacar a satisfação das necessidades afetivas e emocionais (prazeres, sentimentos), as necessidades pessoais de integração (autoestima, autoprojeção), as necessidades de participação na vida coletiva (discussões, análises dos acontecimentos, festa compartilhada) ou a necessidade de liberar tensões (evadir-se, se entreter, superar o tédio, etc.) (MORAGAS, 2012, p. 35-36, tradução nossa).¹

¹ Trecho original: Entre los motivos más importantes podemos destacar la satisfacción de las necesidades afectivas y emocionales (placeres, sentimientos), las necesidades personales de integración (autoestima, autoprojección), las necesidades de participación en la vida colectiva (discusiones, análisis de los

A participação nessa vida coletiva ao redor do esporte o transforma num elemento fundamentado na criação e reforço de laços sociais. Sendo essa mais uma instância de sociabilidade que existe desde antes do digital (estando diretamente atrelada também à televisão), essa potência é com ele rearranjada e por vezes fortalecida. A televisão e a internet, portanto, inegavelmente amplificam o estabelecimento desses laços e os permite ir além da experiência futebolística *in loco*. Ainda segundo Moragas (2012), para os que assistem a uma partida no estádio, as gratificações envolvendo o contato físico e os sentidos despertados são mais evidentes se comparadas a outros tipos de experiência. No entanto, o esporte televisivo também é marcado por elementos de natureza semelhante, pois ele:

(...) também tem seu ritual específico, um ritual de identificação com o entorno doméstico, que se compartilha com os meios, com os seus comentários, com a sua seleção de imagens e sequências, com as suas interrupções publicitárias (MORAGAS, 2012, p. 35, tradução nossa).²

Levando em conta que, em casos de transmissões televisivas de larga abrangência (principalmente na TV aberta), o público é consideravelmente abundante, podemos inferir que, na maioria das partidas de futebol profissional, a quantidade de pessoas que acompanha o jogo por intermédio da televisão e de outros aparatos mediadores é muito maior do que aquela presente no estádio.

Tal condição transforma o futebol num esporte quase que prioritariamente vivenciado por intermédio de meios de comunicação, em sua maioria aqueles de caráter massivo. Mesmo que isso não necessariamente enfraqueça a identificação com o local de origem que circunda a experiência do futebol, permeada por um caráter presencial, o grau de universalidade alcançado pelo jogo permite que o público crie laços afetivos com entidades clubísticas sediadas em qualquer outra localidade, por mais distante que ela esteja.

se aceitamos a ideia de que a produção midiática deve ser pensada no marco da cultura global ou que é impensável sem remissão a formações culturais transnacionais ou, no mínimo, em diálogo com uma cultura

acontecimientos, fiesta compartida) o la necesidad de liberar tensiones (evadirse, entretenerse, superar el aburrimiento, etc.)

² Trecho original: (...) también tiene su ritual específico, un ritual de identificación en el entorno doméstico, que se comparte con los medios, con sus comentarios, con su selección de imágenes y secuencias, con sus interrupciones publicitarias

internacional-popular, com os mercados globais, talvez o futebol seja o mais genuíno e mais bem acabado produto de uma transnacionalização do espetáculo midiático (TELLES; SILVEIRA, 2011, p. 4).

O papel determinante desse processo de midiaticização na experiência futebolística nacional é bastante evidente. O exemplo mais palpável passa pela recorrência de torcedores de clubes do eixo Rio-São Paulo em outras regiões do país, especialmente no Norte e no Nordeste. Ainda que boa parte desses torcedores nunca tenham acompanhado um jogo dos clubes sudestinos pelos quais torcem no estádio, sua vinculação afetiva com eles provém, principalmente, do contato com transmissões televisivas futebolísticas que dominam a programação da TV aberta e que retratam exaustivamente os clubes da região mais rica do país.

Em estrutura semelhante, mas vinculada a um público mais específico, temos também o aumento da popularidade de clubes do futebol europeu no contexto brasileiro. Por intermédio de transmissões feitas principalmente pela TV por assinatura (daí o grau de abrangência mais específico), muitos torcedores brasileiros se envolvem afetivamente com equipes europeias, as quais podemos considerar emblemas da referida universalidade alcançada pelo esporte.

Tal universalidade, potencializada pelo espaço digital, permite, como também apontamos, que as práticas de conversação e o referido “falar sobre” o futebol aconteçam também por intermédio dos sites de redes sociais. Nesse sentido, percebendo que o público comenta a sua programação, sobretudo quando ela envolve um produto de socialização relevante como o futebol, as emissoras televisivas buscam criar espaços oficiais para a ocorrência desse tipo de conversação em rede. No caso das que trabalham com a editoria de esportes no Brasil, a construção do espaço oficial se dá majoritariamente pela proposição de *hashtags* no *Twitter*, a serem acionadas pelo público durante transmissões de jogos e programas de debate.

Essa forma de indexação é destacada por Recuero (2014) como fundamental para que haja espaços de negociação de sentido na internet. Tanto para a própria ocorrência da conversação quanto para a viabilidade de sua investigação, as *hashtags* tornam-se chave importantíssima, ao passo que também fixam temáticas debatidas em espaços acessíveis por buscas simples.

Através do uso da hashtag, que provê o contexto, é possível acompanhar centenas de pessoas falando umas com as outras, em uma conversação que parece caótica e complexa. A conversação em rede, assim, é passível

de ser contextualizada e recuperada e, por isso, consegue espalhar-se e amplificar-se dentro das redes sociais (RECUERO, 2014, p. 126).

Com esses apontamentos iniciais em mente, outra maneira de observar o fenômeno da conversação em rede, agora de maneira mais diretamente associada ao consumo de conteúdos televisivos, é viabilizada pelo acionamento do conceito de Social TV. Como mais um dos aspectos presentes no cenário de reconfiguração de práticas culturais relacionadas ao consumo televisivo advindas do digital, a Social TV seria um aprofundamento e uma nova forma de vivenciar algo que sempre esteve presente na fruição televisiva, dado o caráter social do meio. O laço social da televisão (WOLTON, 1990) e seus desdobramentos invade, portanto, os fóruns de debate das redes sociais de internet.

2.2 Social TV

Tomando como objeto de meditação as práticas de conversação em rede diretamente relacionadas à experiência televisiva, e discernindo nas mesmas certos processos de reconfiguração que são tributários da própria estrutura técnica da TV, passa a ser importante relacionarmos o “falar sobre” o futebol televisivo ao conceito de Social TV: ideia mais abrangente, mas que se refere também ao consumo de conteúdos que podem vir a tematizar o esporte.

Esse conceito está situado num amplo debate suscitado pelo processo de digitalização pelo qual a TV passou. É no centro dele que Carlón e Fechine (2014) discutem o suposto fim da televisão sob alguns parâmetros específicos. Embasados pelas contribuições de intelectuais de vários países, os autores consideram que as tomadas de posição frente a narrativa de declínio do meio desembocam em, ao menos, duas tendências de pensamento: 1- *a TV não está morta nem morrendo*; 2 - *uma certa televisão está morrendo*.

Interpretando o século XX a partir dos meios de comunicação de massa, Carlón (2014) propõe, então, que o debate sobre o suposto declínio da TV seja ampliado para outros meios cujo esteio histórico foi a estrutura clássica de broadcast. Para o autor, que considera que uma certa TV está morrendo, e não o meio essencialmente, a crise da televisão (ou do modelo televisivo tradicional) “deve-se as mudanças nos dispositivos midiáticos, discursivos e nas práticas sociais de produção e recepção discursiva” (p.17).

O discurso ao redor de tais mudanças ultrapassa os postulados apresentados por Carlón e Fechine e frequentemente desemboca em juízos de valor entusiastas do que se compreende como uma total relativização das estruturas de transmissão televisiva mais lineares. Aqui cabe fazer uma ressalva que reaparecerá em outros momentos do presente trabalho: não é nossa intenção aderir a essa retórica da novidade (muito pelo contrário). Como primeiro estranhamento necessário à mesma, o estado da arte feito por Sigiliano (2017) nos ampara num sentido cautelar; sobretudo no ponto em que constata haver, de maneira frequente, uma exagerada euforia tecnológica ao redor do conceito de Social TV. Essa condição estaria materializada em debates que, ainda segundo a autora, tendem a um profetismo e a uma visão purista do fenômeno, derivando previsões que tomam como exata a experiência televisiva.

No mesmo sentido, fica evidente também haver uma instrumentalização do conceito para fins – obviamente – mercadológicos, ambicionados pelas emissoras. A própria retórica do convite ao que se convencionou chamar de participação do público nas transmissões (outro ponto que retornará ao debate de forma mais central), possibilidade apresentada quase que como em pé de igualdade com a voz dos jornalistas nelas envolvidos, se afigura como uma operacionalização comercial dessas formas de entusiasmo pouco criteriosas.

Dito isso, e levando em conta também as potencialidades representativas do conceito em questão, trazemos ao trabalho algumas das suas definições. Ainda que não esgotem a abrangência teórica de um debate bastante amplo, estas que apresentamos já apontam para diferenças valiosas, a começar pelas variações no nome dado ao fenômeno. Almeida (2018), que traduz a expressão e a ela se refere enquanto TV Social, a conceitua como:

(...) uma experiência que abrange práticas de conversação, necessariamente on-line e em rede, experimentadas por audiências que desejam participar e interagir com o conteúdo televisivo, motivadas por estratégias desenvolvidas pela indústria televisiva ou pela iniciativa e interesse dos próprios telespectadores. Essa interação tende a se concentrar durante a exibição dos programas, portanto, em tempo real, instaurando uma audiência coletiva compartilhada, ou seja, a experiência de assistir à televisão juntos, sendo menor antes e após a sua veiculação (ALMEIDA, 2018, p. 57).

Demandando uma socialização em tempo real, o público associa as temporalidades próprias do esporte, da televisão, e do estabelecimento de conversações em rede para obter uma experiência, pelo menos em teoria, coletiva. Mais uma vez, a *hashtag* teria um papel fundamental, sendo ela, para Sigiliano e Borges (2015), o espaço de redes sociais na internet no qual fala-se com pessoas desconhecidas, mas com interesses em comum, e a partir do qual “(...) se forma as comunidades de ocasião. Segundo Bauman (2003), essas comunidades são ‘autoconstruídas em torno de eventos, ídolos, pânicos ou modas’” (p. 55).

Sob esses parâmetros, a repercussão das transmissões ao vivo do futebol televisivo engendraria um dos espaços mais profícuos para a ocorrência das referidas comunidades de ocasião. Como grande parte do envolvimento emocional com o futebol se dá pela imprevisibilidade do esporte, é quase que imprescindível à vivência do mesmo que ela seja experienciada em tempo real, sendo também em tempo real que se daria a instauração da audiência coletiva compartilhada mencionada por Almeida (2018).

Voltando a acionar Sigiliano (2017) e ao estado da arte por ela realizado, devemos reconhecer que, mesmo havendo a existência de perspectivas e enquadramentos distintos, as reflexões sobre Social TV contêm, no geral, uma certa coerência discursiva. Ainda segundo a autora, abordagens teóricas que partem das engenharias, da matemática e da informática têm o enfoque principal na integração estrutural de plataformas (como aplicativos específicos para práticas de Social TV, as próprias redes sociais de internet já existentes e outros tipos de dispositivos); já em movimentos teóricos de áreas como a comunicação, a definição se concentraria nas práticas de sociabilidade e de conversação “mediadas” por essas estruturas. Em meio a essas duas grandes correntes distintas, portanto, haveria, para Sigiliano (2017), um ponto de interseção fundamental, que nos permite compreender as práticas culturais e os dispositivos técnicos envolvidos nas mesmas como dotados de uma relação de interdependência. Aqui cabe recorrer também a d’Andrea (2016), para quem as redes sociais (ainda que não pensadas sob a perspectiva da Social TV) afiguram-se como “redes sociotécnicas”.

Para Fechine (2017), a noção de Social TV (ou TV Social, como a autora também prefere) estaria, no contexto brasileiro, diretamente relacionada a estratégias comerciais desenvolvidas por emissoras e produtoras de conteúdo ao redor de outra noção fundamental no contexto de digitalização do meio: a transmídiação. Considerando que o incentivo à propagação de conteúdos (por meio da ressonância e retroalimentação discursiva) faria parte desse cenário mais geral, a autora indica que dele resultariam

práticas de conversação em rede constituidoras da Social TV. Num esforço elucidativo, Fechine ainda indica:

(...) podemos, por fim, definir a TV Social como um tipo de conversação em rede e em ato em torno de conteúdos televisivos, realizada por meio de plataformas (redes sociais digitais) e tecnologias (aplicativos) interativas, atreladas a estratégias das indústrias televisiva e/ou de desenvolvimento de softwares, capazes de proporcionar o efeito de assistir junto a algo remotamente (efeito de contato), a partir de um modo de copresença produzido pelo compartilhamento de conteúdos em uma mesma temporalidade instaurada pela programação e/ou por aplicativos (FECHINE, 2017, p.94).

Percebe-se a existência de convergências entre as duas definições acionadas. As noções de assistência em conjunto e de um modo de copresença, em Fechine (2017), remetem à ênfase dada por Almeida (2018) à ideia de audiência coletiva compartilhada. Na definição de Fechine, no entanto, a atribuição de nexos entre a Social TV e as narrativas da transmidiação é reforçada pelo atrelamento intrínseco da dimensão conversacional do fenômeno a “estratégias das indústrias televisiva e/ou de desenvolvimento de softwares”. A marcação de presença desse aspecto na definição da autora endossa a apropriação cautelosa que buscamos fazer do debate.

Retorna também à argumentação aquele aspecto que nos permitiu pensar nas comunidades de ocasião e que se demonstrou fundamental para que tais práticas possam ser operacionalizadas pelos referidos interesses mercadológicos: a condição indispensável de sincronia entre o evento assistido e a repercussão do mesmo.

Para tratar dele de maneira mais específica, fazemos referência a Franciscato (2018) e sua sistematização de cinco categorias presentes na atualidade jornalística. Essas categorias descrevem tipos de fenômenos temporais operados pelo jornalismo, alguns dos quais nos parecem ter relação direta com a experiência do jornalismo esportivo e de suas transmissões televisivas em tempo real. Sendo elas: instantaneidade, simultaneidade, periodicidade, novidade e revelação pública; a instantaneidade consistiria em uma:

(...) possibilidade material de ausência do intervalo de tempo entre a ocorrência de um evento e seu registro, transmissão e recepção por um público, assim como uma referência simbólica que vincula fenômenos socioculturais a experiências do presente (FRANCISCATO, 2018, p.8)

A ausência de intervalo de tempo entre o jogo, a sua transmissão televisiva ao vivo, a recepção do público e a conversação nas redes sociais de internet sobre o que está sendo

transmitido é condição fundamental para que o fenômeno da Social TV ocorra na assistência de conteúdos relacionados ao futebol. Tudo isso, de uma forma ou de outra, configura maneiras de se assistir ao futebol televisivo em conjunto: repercutindo acontecimentos, compartilhando impressões, conflitand o opiniões e vivenciando, a partir do digital, os processos de socialização que envolvem esses dois elementos.

A experiência conjunta que a instantaneidade das transmissões ao vivo cria compreende também os jornalistas envolvidos na transmissão e a emissora por ela responsável. Como já destacado, a conversação do público é incentivada por essas instituições com a criação de espaços oficiais materializados nas *hashtags*. Dessa forma, para além do debate entre o público, as publicações feitas com os indexadores propostos retornam para a transmissão ao vivo e são repercutidas pelos que a conduzem.

Se nos primórdios da TV a transmissão ao vivo era sinônimo de uma certa indomesticabilidade (MACHADO, 2000), atualmente essas emissões são, cada vez mais, fruto de um minucioso processo de planejamento e roteirização (JOST, 2007). Este significativo controle permite, entre outras estratégias, a inclusão de momentos pré-determinados de ‘abertura’ da transmissão televisiva para a participação do espectador, por exemplo, através da exibição na tela, durante uma disputa esportiva ou de um programa de auditório, de *tweets* cuidadosamente selecionados pela produção (d’ANDREA, 2015, p. 66)

É natural que o retorno da conversação ao polo transmissor não contemple a sua totalidade, permanecendo de fora desse diálogo com os jornalistas a maior parte dos comentários publicados. No entanto, como destacado por d’Andrea (2015), por mais que haja um filtro das transmissões no momento da repercussão dos comentários (tributário do recorte estratégico feito pelas emissoras), espaços como esse suscitam respostas ilimitadas e fugidias do controle daqueles que os propõem.

Respondendo, portanto, a essa lógica de mercado, e se apropriando da conversação do público sobre a transmissão, as emissoras retroalimentam o “falar sobre” o futebol e a televisão de maneira a gerar várias camadas discursivas que, se observadas sob outra lente teórica, passam a se sobrepor. Passemos, então, ao exame dessa sobreposição.

2.3 Falação esportiva

“O Esporte é o Homem, o Esporte é a Sociedade” (ECO, 1984, p. 221). Em um ensaio escrito em 1969 e publicado no Brasil no livro *Viagem na Irrealidade Cotidiana*, de 1984, Umberto Eco dá indícios críticos de um manejo instrumental dos discursos ao

redor do esporte (especialmente, claro, daquele sobre o qual mais se fala: o futebol). Antes de tratar das transformações relacionadas aos processos de racionalização pelos quais o esporte moderno passa – dos quais a noção de falação esportiva, esteio do ensaio, é resultante -, Eco nos lembra do caráter estritamente fático de um certo esporte originário.

Em poucas palavras (...), o esporte é a aberração máxima do discurso fático, e portanto – ao limite – a negação de todo discurso, e por isso o princípio de desumanização do homem, ou a invenção ‘humanista’ de uma ideia do Homem mistificadora desde o início (ECO, 1984, p. 221).

A atividade esportiva essencialmente não corrompida seria de ordem despreziosa, dominada pela ideia de desperdício, um “desperdício lúdico ao qual não podemos renunciar: exercê-lo significa ser livre e livrar-se da tirania do trabalho indispensável” (ECO, 1984, p. 221). Nesses termos, correndo o risco de incorrer na idealização de um certo estatuto esportivo anterior aos processos de institucionalização (incluindo aí os pré-modernos), consideramos que se trata de tomar a dimensão estritamente corpórea e performática do jogo como uma atividade sensível de natureza autorealizada, constatação que a colocaria em total desconformidade com aquilo que hoje se entende como esporte profissional.

Para Eco, incidiriam sobre esse seguimento várias etapas de desvirtuamento do esporte. A primeira delas se apresentaria quando o meu desperdício lúdico passa a ser contrastado com o de outro, estabelecendo assim um grau de seriedade iminentemente comparativo. Dessa comparação, nasce a competição, o enfraquecimento inaugural do caráter desprezioso adjacente àquela aberração máxima do discurso fático.

Importante aqui frear o desenrolar da narrativa de desvirtuamento do esporte (ainda com alguns capítulos) e por um instante se ater especificamente a esse primeiro enfraquecimento da ludicidade do seu estatuto originário. No movimento comparativo característico desse estágio, a perda do recreativo essencial ainda seria leve, mantendo-se dele diversos resquícios. Percebe-se que, no estágio comparativo primário, a prática esportiva conserva a importância central do desperdício de energias físicas, já que ainda é principalmente por ele que perpassam as experiências dos sujeitos envolvidos. Como veremos, no progresso do que Eco chama de degenerações da competição, ainda que mantido por certos sujeitos, o emprego dessa pulsão corpórea passa a ser cada vez mais coadjuvante na experiência do jogo.

Retomando, então, o curso gradativo dessas degenerações, Eco (1984) chega ao atleta: arquétipo que nasceria do progresso da competição e que se apresentaria como “um ser que hipertrofiou um único órgão, que faz de seu corpo a sede e a fonte exclusiva de um jogo; o atleta é um monstro, (...) destinado à instrumentalização total” (p.222). Esse ser tem origem quando o esporte ganha a sua primeira potência e torna-se, então, um esporte elevado ao quadrado. Não mais um jogo jogado em primeira pessoa, o esporte ao quadrado edifica um discurso sobre o jogo, um jogo enquanto espetáculo, jogado (se em comparação a quem o assiste) e assistido (se em comparação a quem o joga) por *outros*. Nesse estágio, já haveria a efetivação do afastamento daquela função fática inicial (função que retornará na forma de falação, como demonstraremos).

Em níveis de racionalização posteriores, verificáveis na função que o atleta passa a exercer, é fortalecida essa dimensão *voyeurística* de uma experiência que não só já não é só minha, como passa a remeter, fundamentalmente, mais ao outro do que a mim mesmo. Experiência que passa a ter na prática esportiva performada por autênticos monstros de Frankenstein a sua principal função social, numa equação na qual a racionalização do esporte apresenta-se como o Prometeu Moderno. Os atletas monstruosos, profissionalizados, lidam então com o jogo de maneira instrumental, deixando para os torcedores, os *voyeurs*, as dimensões afetivas e emocionais também inauguradas (pelo menos em âmbito massivo) nas degenerações. Aquele esporte ao quadrado passa a engendrar, portanto, um esporte ao cubo, que seria:

(...) o discurso sobre o esporte enquanto assistido: esse discurso é em primeira instância o *da* imprensa esportiva, mas engendra por sua vez o discurso *sobre* a imprensa esportiva, e portanto um esporte elevado à *enésima* potência. O discurso sobre a imprensa esportiva é o discurso sobre um discurso na medida em que vê o esporte alheio como discurso (ECO, 1984, p.223).

Com a sobreposição potencialmente infinita de camadas discursivas, o afastamento daquela dimensão fática inicial (ainda permeada pela prática física do jogo) se consolida. Num estágio como esse, tendo o esporte se tornado essencialmente um discurso sobre a imprensa, Eco conclui que a falação sobre a falação esportiva adquire as aparências de um discurso político, para qual o objeto não seria a Cidade ou o Estado, mas sim o estádio e seus bastidores. Ela se tornaria, então, uma paródia do discurso político.

A aparente dimensão analítica da falação esportiva permitiria ao esporte também desempenhar um papel de falsa consciência. Uma vez que a falação sobre o esporte dá a

ilusão de que se tem interesse pelo mesmo, a prática e o discurso se confundem e levam o falante a se considerar esportista (ECO, 1984), equivalendo, em última instância, o esporte “em si” ao seu “falar sobre”. Eco então aciona Heidegger para pensar na função de uma falação (essa mais geral) que estaria relacionada, de acordo com o filósofo alemão, à possibilidade de compreensão de tudo sem qualquer apropriação preliminar da coisa. A falação, estando ao alcance de todos, garante um discurso correto, sem engano, já que não necessita remontar ao fundamento daquilo que é dito.

É aqui que a função fática do esporte, inicialmente atrelada à sua prática física e posteriormente descartada em nome da racionalidade, retorna ao centro de uma experiência que agora é atravessada pela prática discursiva ao redor do jogo. Se é por meio de artifícios de linguagem de caráter principiador que podemos organizar a comunicação, e que deles as trocas comunicacionais podem ou não evoluir para interlocuções mais substanciais, uma função fática hipertrofiada engendraria “um contato contínuo sem qualquer mensagem” (ECO, 1984, p. 226). A falação (aquela mais geral) seria um discurso fático tornado fim em si mesmo; já a falação esportiva, com sua infinita sobreposição, incorre nessa hipertrofia esvaziada de significações complexas.

Surgida como elevação à enésima potência daquele desperdício inicial (e calculado) que era o jogo esportivo, a falação esportiva é a magnificação do Desperdício e por isso o ponto máximo de Consumo. Sobre ela e nela o homem da civilização de consumo consome diretamente a si próprio (e a toda possibilidade de tematizar e julgar o consumo decorrente ao qual é convidado e submetido) (ECO, 1984, p. 226).

Dessa maneira, o desperdício lúdico ligado à prática esportiva originária, que se perdeu frente os primeiros processos de racionalização, volta a se associar ao esporte por meio da falação esportiva, essa se transformando no foco principal da experiência do jogo (transformada, ao fim e ao cabo, numa forma de consumo).

Ainda que reconheça a força de tal instrumentalização, Marques (2002) usa o cenário brasileiro para realizar um contraponto. Para o autor, a ascensão do esporte a uma das maiores representações de nossa cultura o faria transcender a esfera do entretenimento e o incluiria numa ordem social mais geral. Isso faria com que a falação esportiva e o “esporte elevado a enésima potência” assumissem outra dimensão, na qual se transformariam naquilo que já não é contaminado pelo discurso político, mas que contamina outros tipos de discursos nos usos mais coloquiais da linguagem.

Fato é que, transbordando sua influência para outros discursos ou não, a falação esportiva seria resultado da exacerbação de uma estrutura de entretenimento que, vale destacar, existe desde as primeiras degenerações do esporte. Para Telles (2013), por exemplo, o estádio e o seu campo de jogo rodeado por acomodações (disposição muito anterior à televisão, já que remete aos anfiteatros da antiguidade) têm uma estrutura análoga a do teatro; e o apreço pela realização de atividades físicas, mesmo que executadas por outros, sempre foi um importante elemento cultural e esteve historicamente relacionado a diversas outras atividades, como a própria guerra.

Em um contexto histórico permeado pelos meios de comunicação de massa, Eco (1984) não poupa críticas às maneiras de representar as atividades físicas e ao processo de profissionalização que contribuem para que o jornalismo esportivo transforme o discurso sobre o esporte em seu objeto basilar. Essas estruturas criam condições para que, por conseguinte, os agora consumidores desse discurso gerem novas camadas discursivas que se distanciam da prática esportiva em si e efetivam a elevação a enésima potência.

Já em um contexto de digitalização desses meios, notamos que a sobreposição discursiva decorrente da instrumentalização do esporte apontada por Eco segue em pleno curso. Nos canais de TV que tratam especificamente de esportes, por exemplo, a própria construção das suas programações diárias tem como base o ao vivo, numa repetição de programas fabricantes de notícias e acontecimentos esportivos e suscitadores, de uma maneira cada vez mais declarada, de novas camadas de repercussão discursiva.

No Brasil, emissoras como a ESPN, a Fox Sports e o SporTV (todas trabalhando exclusivamente com a editoria de esportes, e mantendo o foco central no futebol) possuem, cada uma, pelo menos 3 canais, sendo um principal: com programação direta que se estende, em média, entre as 9h e as 00h de todos os dias da semana. Para o preenchimento de uma grade de programação tão extensa, as emissoras recorrem a formatos de programas muito parecidos: quase todos conduzidos por um apresentador e poucos comentaristas, semelhantes às clássicas mesas-redondas.

Tendo a maioria desses programas duração de até 3h30, diversas pautas são exaustivamente debatidas pelos jornalistas e sempre remetem ao já mencionado convite ao público para a participação no debate, por intermédio das redes sociais na internet. Muitas dessas pautas não se referem ao resultado das partidas ou ao desempenho das equipes, mas ao discurso de jogadores e treinadores, a episódios relacionados à vida pessoal de atletas, a questões envolvendo o mundo administrativo do esporte, etc.

Aqueles espaços oficiais de conversação nas redes sociais propostos pelas emissoras e a forma como elas operam a ideia de que o público faz parte ativa da construção narrativa do esporte se apresentam, portanto, como novas formas de se incitar a falação esportiva e de se utilizar o conceito, no seu sentido fenomênico, para fins de engajamento. Se entendermos que o discurso dos jornalistas já configura, nos moldes do que Eco (1984) aponta, um esporte elevado ao cubo, a repercussão do mesmo nas redes sociais, e não a prática do esporte em si, estabelece as potências de elevação discursiva posteriores de maneira substantiva.

O retorno do discurso do público sobre o discurso jornalístico ao espaço institucional da emissora também contribui para esse processo ao encetar uma relação inesgotável de comentários, réplicas, tréplicas, e assim por diante. O formato dos programas e das transmissões esportivas permite que essas camadas discursivas sejam sobrepostas no espaço institucional de maneira simultânea ao conteúdo exibido (volta à tona o tempo real da Social TV).

As potencialidades apresentadas na noção de falação esportiva e na relação estabelecida entre as práticas de conversação em rede/Social TV e os conteúdos futebolísticos são tributárias da popularidade do esporte, dos meios de comunicação de massa (principalmente a televisão) e, mais recentemente, também das redes sociais de internet. O “falar sobre” o futebol se une ao “falar sobre” a televisão em apropriações das ferramentas digitais que são tanto capazes de gerar novos laços de socialização (embora estes nem sempre sejam, como verificaremos, dotados de solidez) quanto de sobrepor tênues camadas discursivas.

3. DIALÉTICAS DO FUTEBOL TELEVISIVO

Na tentativa de consolidar uma inflexão crítica frente as potencialidades que reconhecemos inerentes ao acionamento dos conceitos de Social TV e conversação em rede, nos propomos a dar prosseguimento ao debate guiando-nos pelas questões levantadas, principalmente, naquilo que vem à tona a partir da falação esportiva.

Nesse sentido, se mostrou oportuno discutir outras referências que pensam a relação do futebol e da televisão sob as suas dimensões mercadológicas e que reconhecem nas mesmas a submissão da origem lúdica do jogo a interesses hegemônicos espetacularizantes. Para esse fim, e como brevemente exposto na introdução do trabalho, iniciamos o presente capítulo com as contribuições de Muniz Sodré ao debate sobre futebol e TV e realizamos mais uma vez a tentativa de observar um terceiro elemento que passa a circundar essa relação: o digital. Ainda durante a primeira seção, apresentada como “Despretensão *versus* modernização”, trazemos à luz novas considerações sobre a falação esportiva (aqui atribuída como prática motriz de uma nova forma de fazer jornalismo) referenciando Telles (2020) e o seu debate sobre a “leifertização”; e pontuamos, ainda que de maneira breve, a poética da contradição adjacente ao futebol no capitalismo, versada por Maffei (2016).

Na seção seguinte, a relação entre futebol e política é aprofundada nos termos de Sandvoss (2003), autor que empresta reflexões habermasianas sobre a esfera pública para pensar a constituição do sujeito contemporâneo enquanto torcedor/cidadão (destacando também o papel da TV nesse processo).

Em seguida, ainda referenciando Sandvoss (2003), também acionamos postulados de Bale (1998) e de Baudrillard (1991) para discutir a experiência em volta do que temos chamado de futebol televisivo, rendendo apontamentos que dão indícios do quanto a padronização da mesma adapta-se a problemáticas de socialização no digital. Nesse ponto, também refletimos sobre as reconfigurações do torcer no cenário pandêmico atual.

Por fim, adentramos cautelosamente num espinhoso debate sobre identidade e alteridade com o amparo de Safatle (2015); e o colocamos em diálogo com as supracitadas problemáticas de socialização no digital, pensando nas mesmas a partir de Marques e Martino (2015), Martino (2016) e Han (2018).

3.1 Despretensão *versus* modernização

Na esteira de autores como Eco e Huizinga (fazendo referência direta ao segundo), Sodré (1984) se debruça sobre o esporte moderno tomando-o como uma certa evolução

do jogo originário, que possuía como caráter fundante o manejo de um excedente físico a ser colocado em prática ludicamente.

Essa base de discussão do esporte, a qual talvez possamos considerar sociológica, é tomada como ponto de partida, no entanto, para a realização de um movimento de cunho comunicacional e político. Nele, Sodré (1984) percebe, como que em gradações, outros elementos que vão contribuindo para a intensificação de uma dimensão profissional que rivaliza com a despretensão originária (de certa forma análogas às degenerações apontadas por Eco).

Interessante abrir aqui um parêntese para destacar como essa constatação reaparece, de diferentes formas, em vários autores que versam sobre a complexidade desse cenário. Para Sandvoss (2003), por exemplo, as forças de racionalização do industrialismo e do capitalismo moderno são condição *sine qua non* para o nascimento do futebol institucionalizado. Essa potência é também força motriz das transformações da relação entre futebol e torcedores, construindo uma forte tensão entre o processo de racionalização e as formas de expressão que a ele resistem.

Como causa e consequência desse processo de racionalização do esporte, a televisão seria elemento central. Ainda que tenham existido movimentos normatizadores anteriores ao da TV (como a institucionalização de regras para a prática do futebol, a sua popularização ao redor do mundo feita em termos regulatórios, e o próprio papel do rádio nos primeiros modelos de transmissão), ela talvez consolide o passo mais significativo rumo ao enfraquecimento daquele aspecto descontraído do jogo. Outro autor que versa sobre esse cenário é Alabarces (2012), que toma o contexto argentino como ponto de partida para postulados representativos de uma ordem global. Para o autor, a relação entre futebol e televisão pode ser lida na tensão estabelecida entre duas lógicas irreduzíveis: uma do jogo, originária, da marca lúdica que pelo menos no início permeia todos os esportes; e outra da maximização do lucro, própria da mercantilização e industrialização. Alabarces ainda trabalha a ideia de que, dentro dessa tensão constante, estão situados na potência do imprevisível e na falta de exatidão do jogo de futebol os elementos que o tornam tão relevantes culturalmente. É essa desordem que a TV tenta suprimir.

(...) a natureza caótica do jogo é enfrentada pela rigidez da indústria; A imprevisibilidade do resultado é suprimida do acaso pela manipulação da agenda de partidas; à imprecisão, à aleatoriedade da jogada, à transgressão e às travessuras é imposto um olhar policial que restaura a ordem. Em suma, à lógica do jogo, à lógica dos excessos improdutivos, (...) do desejo e da fantasia, a indústria da televisão contrasta a lógica do

capitalismo, da ordem, do controle, do lucro (ALABARCES, 2012, p. 72-73, tradução nossa).³

Sob essa perspectiva, a profissionalização de atletas, o caminho trilhado por clubes e confederações rumo a estatutos empresariais, a capitalização do esporte por intermédio de patrocinadores, dentro outros elementos e fatores, seriam consequência direta do ingresso da televisão como força central na engrenagem do futebol. Dito isso, retornemos então a Sodré (1984) e ao que ele tem a nos dizer sobre a tensão em curso.

O autor considera que o debate por ele proposto gira em torno de uma questão fundamental: estaria o futebol mais próximo de uma propriedade teatral ou televisiva? A teatralidade seria adjacente à origem lúdica do esporte, e seria a qualidade constantemente conflitada com a televisão e o processo de modernização por ela instrumentalizado.

O vínculo do futebol com essa teatralidade, embora recalcado em nome da função televisiva, seria fundamental para a consolidação da popularidade do esporte (assim como em Alabarces). Ela seria a dimensão responsável pela transformação do futebol em espaço de representação. Espaço no qual “O jogo da bola afigura-se (...) como um lugar de representações sociais afetadas por valores que circulam no campo ideológico das diferentes classes na formação social brasileira” (SODRÉ, 1984, p. 142).

Essas representações, personificadas nos atletas, se tornariam objeto de aspiração dos torcedores, agentes transformados em consumidores do esporte. Esses mesmo sujeitos, mesmo quando no estádio (portanto, sem o intermédio da estrutura televisiva), fariam parte ativa de um grande sistema de representações (essas mais gerais) no qual a torcida ocupa importante papel.

No espetáculo futebolístico, o torcedor é espectador e ator ao mesmo tempo. Espectador, porque não participa fisicamente do que se passa em campo. Ator porque a “torcida” (a discussão acalorada, o arrebatamento, enfim a maneira como o espectador desempenha o seu papel) faz parte necessária do *show* (SODRÉ, 1984, p. 140-141)

É nessa essência da torcida enquanto dispositivo também atuante que mora o conteúdo político trabalhada por Sodré, proposto na sua obra nos moldes de crítica do

³ “(...) a la caoticidad del juego le enfrenta la rigidez de la industria; a la imprevisibilidad del resultado le imprime la supresión del azar y la manipulación de la agenda de partidos; a la vaguedad, la aleatoriedad de la jugada, la transgresión y la picardía le impone la mirada policíaca que restablezca el orden. A la lógica del juego, en suma, lógica de excesos improductivos, o del sentido en exceso, lógica del deseo y la fantasía, la industria televisiva le contrapone la lógica del capitalismo, del orden, del control, de la ganancia”.

capitalismo. Na qualidade de classe desprovida de participação, de sociedade civil apartada do Estado (se quisermos acionar os termos de Marx), um grupo como o que compõe as torcidas e que se envolve afetiva e efetivamente com o futebol o faria como forma de direcionar certas aspirações políticas coletivas frustradas.

O que sugerimos como hipótese é a existência (lógica) de uma energia psíquica grupal, regulada por um princípio de constância histórico, capaz de explicar determinadas mudanças de interesses ou de aspirações coletivas, por substituição do objeto. Assim, o futebol seria um “objeto” deslocado (à maneira de uma encenação teatral) de tendências político-sociais frustradas (SODRÉ, 1984, p. 142).

Com base na “substituição do objeto” central de aspirações coletivas, que acaba colocando o futebol como forma de expressão de um certo afeto político recalcado, consideramos admissível pensar em outras formas de realizar novas substituições. Sugerindo uma nova hipótese, desenrolada ainda nos termos apresentados, poderíamos pensar nas próprias práticas de conversação em rede/Social TV sobre conteúdos televisivos futebolísticos como outras formas de canalizar a energia psíquica grupal oriunda da frustração político-social à qual Sodré se refere, sendo assim o combustível para uma nova espécie de aspiração política inaugurada pelo digital.

Seria mais uma forma de pensar as práticas de socialização ao redor do futebol e da televisão postas em prática por meio do digital como afluências da potencialidade desses elementos na formação histórico-cultural do Brasil recente. Como Sodré (1984) ainda aponta, citando as reminiscências feudais e agrárias no capitalismo moderno, é possível que modos de produção (ou dispositivos históricos como um todo) coexistam sem que haja uma sobreposição completa que torne a história evolução purista.

Sendo assim, o futebol teatralizado - que mesmo quando vivenciado no estádio ainda gerencia representações - se mantém como espaço de fruição de afetos coletivos e daquela energia psíquica grupal; ao passo que o que temos aqui chamado de futebol televisivo, que antes tinha na sua natureza localizada um impedimento para as fruições grupais (pelo menos em uma escala tão grande quanto a do estádio), também passaria a gerenciar demandas de identificação de forma tensionada a uma coletividade agora acessível via espaços digitais.

Talvez caiba pensar também numa pulsão que origina um uso inerentemente político das redes sociais de internet em si, de maneira independente da sua vinculação a conteúdos futebolísticos. De alguma forma nos parece que, ao ser um novo espaço de

canalização de certas frustrações político-sociais pertencentes aos modos mais tradicionais, o digital poderia inaugurar uma nova forma de aspiração que se mostra viável e instrumentalizável muito facilmente. Como se a frustração política pudesse gerar uma reconfiguração do que se entende como política e de como se age nesse campo. Claro que para isso caberia outro tipo de investigação, mas não é pouco relevante a associação que tem sido feita entre os afetos futebolísticos e políticos (vide o postulado de Eco que toma a falação esportiva como paródia desse tipo de discurso).

Vale ressaltar também que, à medida em que o futebol se apresenta como um espaço dialético, no qual coexistem lógicas lúdicas e racionalistas, informais e normativas, feudais e capitalistas, condensadas na relação entre jogador e clube, as estruturas midiáticas que o envolvem também passam por processos de instrumentalização em conflito com certa informalidade. Sodré resalta como essa modernização atinge a cobertura jornalística do jogo.

O velho comentarista agenciava a dinâmica da interação torcedor/jogador através de uma linguagem criativa, fortemente metafórica. Os novos jornalistas do esporte – gente que passou pela Universidade ou que pelo menos tende a utilizar uma linguagem universitária – procura utilizar um discurso unívoco, a chamada “objetividade jornalística” (SODRÉ, 1984, p. 146-147)

Nesses termos teríamos, portanto, uma apropriação puramente emocional e afetiva dos espaços de socialização, permeada por motivações políticas oriundas de frustrações cotidianas; ao passo que, no âmbito da dimensão emissiva da relação (leia-se: as emissoras televisivas e os seus jornalistas), haveria processos que consolidariam uma forma de expressão racionalista, equilibrada, imparcial e objetiva, já institucionalizada por meio da modernização do esporte.

É nesse ponto que cabe uma ressalva importante, talvez uma tentativa de atualização do valioso escrito de Sodré. Ainda que possamos concordar com o autor no entendimento de que a racionalização do esporte alcança a sua dimensão discursiva e conseqüentemente a imprensa esportiva, acionamos também Telles (2020) para considerar que a pretensa objetividade jornalística sempre teve na editoria esportiva um entrave e uma relação sinuosa. Essa relação chega a uma virada importante com a chamada “leifertização” do jornalismo esportivo, processo que tem prezado justamente pelo contrário: a informalidade na produção de conteúdos voltados para esse nicho.

Em artigo no qual analisa a “leifertização” e os estudos que a tomaram como objeto de crítica nos últimos anos, Telles (2020) problematiza as concepções que têm colocado em oposição o jornalismo e o entretenimento. É como se essa cisão advogasse em nome da noção racionalista identificada e criticada por Sodré.

Como apresentamos, ao tomar por base a perspectiva de Sodré (1984), é possível reconhecer diferentes movimentos de racionalização que tem afastado o esporte da sua dimensão lúdica originária. Já as críticas da “leifertização” e da centralidade que a mesma dá à informalidade na produção de conteúdos jornalísticos acabaria defendendo uma objetividade natural do jornalismo ao considerar que a mesma estaria se esvaindo. Um perderia sua essência lúdica gradativamente (jogo virando esporte); outro perderia a sua essência racional abruptamente (jornalismo virando entretenimento).

Ainda que, a título de sistematização, tenhamos colocado as duas críticas lado a lado (por considerar que ambas observem uma essencialidade perdida ou enfraquecida), cabe ressaltar que o movimento realizado por Sodré (1984) nos parece mais valioso, já que configura uma avaliação estrutural capaz de reconhecer nuances históricas que vão além das problemáticas do objeto de crítica central (no caso, a televisão).

A crítica da “leifertização”, discutida e problematizada por Telles (2020), nos parece, segundo o mesmo, não realizar esse movimento; daí que tenhamos proposto uma espécie de postulado da mesma considerando que a perda da essência racional seria para ela abrupta. Aqui o trabalho de Telles (2020) nos dá, então, uma chave de reflexão importantíssima: para ele, a falação esportiva proposta por Eco (1986) (que aqui temos aproximado da perspectiva de Sodré) seria um antídoto à separação compulsória e abrupta entre jornalismo e entretenimento, impedindo que a crítica ao segundo se torne vulgar ao reconhecer que desde aquela emersão da alteridade na vivência do jogo, da primeira elevação do esporte (ao quadrado), o fenômeno esportivo já seria objeto de mediação e de algum nível de enquadramento normatizador.

Não se trata realmente de um conceito, mas de uma ação: uma *fala* que ocorre ao redor de um conjunto de textos midiáticos em graus distintos – esporte ao quadrado, ao cubo e na enésima potência. É nela que se encontra uma tipologia eficiente para pensarmos os diversos graus de produção midiática em respeito ao esporte. A partir daí, poderíamos analisar em qual **grau** a técnica jornalística está sendo desconsiderada – se é que está. Inevitavelmente, esta análise também alteraria a “função” dessa técnica, pois a reconheceria não mais como um discurso, mas enquanto forma narrativa – o que libertaria o pesquisador a pensar o

storytelling empregado pelos jornalistas como uma estratégia comunicacional (TELLES, 2020, p. 104-105, grifo nosso)

De tal forma, seria purista cobrar que o enquadramento realizado pelo jornalismo ao debruçar-se sobre o fenômeno esportivo seja essencialmente objetivo. Como Telles (2020) coloca, a falação esportiva e, se quisermos generalizar, a noção ampla de que o futebol possui um caráter lúdico originário, nos permite questionar a função da técnica de apropriação jornalística tomada nesses moldes. “Ou seja, mesmo a construção ‘jornalística’ do fenômeno esportivo *já seria* uma ‘banalização’ na medida em que transpõe para outro campo de atividade humana o campo esportivo” (p. 105).

Relativizando uma postura pretensamente objetiva frente o fenômeno, Telles ressalta o potencial da falação esportiva (não só como conceito, mas como hábito) em um movimento que reconhece a sua dimensão eminentemente fática como fundamento da socialização ao redor do futebol. Ainda para o autor, a falação esportiva seria, sobretudo, um elemento que promove a correlação entre interlocutores, no qual a ligação acaba “sendo mais importante, de um ponto de vista analítico, do que o conteúdo em si” (p. 106). Dessa forma, a construção de um discurso midiático que maneja esse potencial não visa a elucidação factual através de artifícios noticiosos, mas sim uma circulação discursiva capaz de criar e reforçar laços sociais. Naturalmente que esse processo também é passível de crítica (movimento que temos tentado esboçar no presente trabalho) e que se faz necessário reconhecer sua dimensão mercadológica, mas o que parece ser mais adequado é que se vá além da defesa de uma objetividade não menos articulada com os interesses e estruturas racionalistas do capitalismo.

O que parece ser “perfumaria” poderia adquirir valor assim que a circulação alcançasse um grande nível de difusão, engajando os agentes na falação esportiva. A transformação de valor não seria baseada (apenas) nas propriedades intrínsecas dos objetos ou das mensagens de um ponto de vista jornalístico (na “qualidade da informação”), mas *emergiria* como efeito da circulação. Tiago Leifert e suas opções narrativas pelo *storytelling* e pelo entretenimento podem ser pensadas como *estratégias comunicacionais* a fim de gerar circulação entre os circuitos de sociabilidade dos telespectadores. **Esse entendimento poderia levar a novos modos de interação entre instituições esportivas, mídias esportivas e atores sociais consumidores/espectadores dessas comunicações** (TELLES, 2020, p. 109-110, grifo nosso).

O entendimento desses novos modos de interação deve obrigatoriamente levar em conta o papel dos que consomem e replicam o discurso fático manejado pela imprensa esportiva (daí a centralidade desse tipo de circulação para o presente trabalho). O público (para além daquele presente no estádio ao longo de uma partida) emula novas formas de expressão de seus afetos políticos e futebolísticos, construindo e repercutindo narrativas nos espaços digitais.

Telles conclui que se deve reconhecer esse valor narrativo na produção jornalística (chegando a pontuar que matérias de outras editorias não ganham descrédito por serem “histórias contadas”), cabendo entender que o jornalismo esportivo aos moldes de Leifert acerta ao transformar a sua linguagem. Acionando Sandvoss (2003), autor também central para a discussão aqui proposta, é argumentado que:

(...) o consumo/a apropriação tanto de *narrativas* ficcionais (como *Buffy, a caça-vampiros*) quanto “reais” (como algum clube da Premier League inglesa) são negociadas através da recepção mediada dos textos-base, sejam eles uma telessérie *cult* ou uma teletransmissão esportiva e seu entorno jornalístico. Ou seja, a maneira como o esporte é consumido é iminentemente narrativa (TELLES, 2020, p. 111).

Ainda que tenhamos ressalvas quanto à ideia de que a práxis pós “leifertização” acerta ao realizar tal deslocamento (ou pelo menos continuamos reconhecendo nesse processo o seu problemático caráter mercadológico), também nos alinhamos a Telles ao perceber na maioria das críticas à informalidade um tratamento da mediação jornalística sob um viés racionalista. Com uma lente pretensamente objetiva, a crítica incorre numa falsa ideia de desmediação, ignorando a dimensão espetacularizante de qualquer representação de massa em qualquer contexto, sobretudo no digital.

É ainda nessa vereda que, ao realizar um giro crítico, Sodré (1984) coloca as contradições internas dos sistemas observados e nos aponta a informalidade originária do futebol como centro de sua popularidade. Ao que parece, já no cenário digital, parte da imprensa esportiva reconhece a importância dessa dimensão e recupera, no seu conteúdo, a coloquialidade necessária para circular o mesmo entre o público consumidor; aspecto que solidifica a falação esportiva como hábito.

A reflexão mais geral diria respeito, portanto, a uma sempre presente tensão entre classes no contexto sócio-político brasileiro (passível de ser representada nas várias oposições aqui apresentadas), a partir da qual o futebol - e defendemos aqui que também

o digital - passa a ocupar lacunas e ser espaço de projeções pessoais de ação no campo político anteriormente recalçadas.

Trata-se de reconhecer uma dimensão fundamentalmente dialética da prática esportiva e, conseqüentemente, da dimensão discursiva que a envolve. Uma dimensão que também se manifesta nas apreensões de um objeto que não cessa de ser representação daquilo que de mais contraditório possa existir. Contradição que, para Maffei (2016), no futebol se manifesta como gesto que guarda um “poder de poética subversão, resistência e reação ao capitalismo, crescentemente posto, dentro e fora do jogo e de seus subúrbios, como caminho estrito” (p. 25).

Àquela dimensão fática superficial, é tensionada uma dimensão poética, manifestação lírica de um jogo que detém a capacidade de “nos questionar sobre coisas de nós mesmos, estejamos ou não torcedores” (MAFFEI, 2016, p. 25). Ambas, claro, envoltas de desígnios políticos instrumentalizados pela lógica racionalista do capital e pelas tentativas de resistência à mesma.

Essa resistência, quando espontânea, pode residir na prática futebolística em si, ou na fragilidade efêmera a qual Maffei (2016) se refere ao pensar no Absoluto de Zizek. Já em leitura nossa, esse absoluto remeteria à essência estética da experiência do jogo, às trivialidades que escapam da ordem do racional e do racionalizado; em última instância, àquela dimensão estritamente corpórea e performática do jogo que faz dele uma atividade sensível de natureza autorealizada, pensada aqui a partir de Eco.

Por mais que estas possam ser enfraquecidas por dispositivos institucionais, se o futebol quiser continuar sendo futebol, ele precisará conservar alguma despreensão e imprevisibilidade que remetam ao motivo fundamental de sua fruição. Paradoxalmente (ou talvez nem tanto), alguns desses dispositivos institucionais têm instrumentalizado a coloquialidade originária em seu favor, em mais um traço adaptativo da lógica moderna capitalista na apropriação de elementos da cultura popular (fenômeno que ainda poderia ser pensado sob uma perspectiva adorniana).

Certamente a imprensa passou a reconhecer nessa dimensão o combustível da moção que alça o esporte a elemento tão relevante num cotidiano como o brasileiro. O digital aparece, então, como um novo meio de circulação da falação esportiva (discurso fático) presente nesse cotidiano; mas não somente isso, ao passo que também se consolida como um elemento que reconfigura relações de ainda contraditórias estruturas políticas, sociais e discursivas em si mesmo.

3.2 Torcida e esfera pública

Em sentido similar ao exposto por Sodré, Sandvoss (2003) aponta que os discursos e ações cotidianas dos torcedores sugerem que o ato de torcer é político tanto no seu conteúdo quanto nas suas implicações, ainda que ele seja negociado fora das esferas tradicionais do discurso político institucional. O autor ainda nos lembra que, curiosamente, a própria negação do papel político do esporte é política em si. Essa pretensão cisão baseia-se em:

(...) ideias liberais que buscam separar lazer e política, público e privado e ideias de concorrência padronizada e desimpedida, espelhando as principais ideologias do capitalismo. No entanto, é precisamente essa divisão entre esporte e política que está sendo borrada (SANDVOSS, 2003, p. 52, tradução nossa).⁴

Considerando o torcer no futebol um ato de “autorreflexão formadora de identidade”⁵, o autor ainda destaca que os torcedores buscam externalizar e projetar seus valores nos seus clubes. Sendo o objeto do torcer (os clubes) um texto - dimensão que se articula ao valor narrativo do consumo do esporte reforçado por Telles -, os aficionados não só negociam o significado desse texto como também definem seus limites, na medida em que excluem segmentos do mesmo que não correspondem ao que procuram na apropriação particular que realizam.

Ainda que essa apropriação possua uma dimensão individual (daí o potencial de formação e reforço de identidade), é evidente que ela se dá na experiência de um espaço eminentemente coletivo. Para Sandvoss (2003), essa vivência coletiva do esporte e seu caráter político podem ser observados sob um acionamento crítico da noção de esfera pública originalmente forjada por Habermas.

O acionamento crítico ao qual nos referimos ocorre por meio da afirmação contundente de que a construção de uma esfera pública não se dá pela soma de diferentes públicos (num formato que tornaria possível separar o cidadão – com toda a sua natureza política – do torcedor), mas sim pelo reconhecimento da complexidade dos agentes que constroem o público como sujeitos presentes em diversas frentes.

⁴ “(...) on liberal ideas seeking to separate leisure and politics, the public and the private and ideas of standardized, unhindered competition, mirroring key ideologies of capitalism. Yet it is precisely this divide between sport and politics that is being blurred.”

⁵ “identity-building self-reflection”.

É apenas por meio de uma conceituação da esfera pública como uma condição unificada, porém fragmentada, na qual ocorre o intercâmbio acelerado de informações, que podemos analisar significativamente como o futebol e a política formam um ao outro, como os cidadãos se tornam torcedores e os torcedores se tornam cidadãos. É justamente porque o futebol e seus torcedores fazem parte de um público único - embora não coerente - que temas como religião, sexualidade, política partidária e etnia formam e refletem seu discurso (SANDVOSS, 2003, p. 57, tradução nossa).⁶

A noção dura da esfera pública habermasiana não daria conta dos borrões que começam a surgir entre as diferentes funções sociais que exercemos. Essa perspectiva, também dialética, toma a esfera pública como um espaço “unificadamente fragmentado”, que teria passado por transformações estruturais. É aí que Sandvoss medita sobre outro ponto de grande importância para o presente trabalho, ao tomar a televisão como elemento central dessas transformações (movimento ao qual também consideramos ser possível somar a importância do digital).

O autor se baseia na obra de John Hartley para pensar o papel das mídias populares e do futebol na negociação de significados e crenças políticas na esfera pública. Os torcedores/espectadores se tornariam cidadãos porque projetam suas crenças nos clubes que apoiam e por intermédio deles se comunicam entre si, movimento que aparece tanto na forma de reforço ideológico quanto de frustração. Como exemplo: têm sido muito discutidas, no contexto brasileiro atual, as demonstrações diretas e indiretas de tendências políticas por parte dos clubes mais populares. A repercussão desses posicionamentos é em si parte da necessidade que cada torcedor tem de participar de um debate da ordem do político, incentivado pela existência inevitável (ainda que muitas vezes discursivamente negada) de uma dimensão dessa natureza nos clubes (enquanto instituições). Seriam formações cidadãs autodidatas, externas à definição de cidadania da teoria política mais tradicional.

Ainda nos termos de Hartley, Sandvoss (2003) atribui à televisão papel primordial nessa formação política autodidata. Ela (TV) seria transmoderna: na medida em que conserva características pré-modernas, ao concentrar diversas temáticas e proporcionar uma experiência de certa forma análoga a ambientes que remetem à Grécia antiga (nos

⁶ “It is only through a conceptualization of the public sphere as a unified yet fragmented condition in which the accelerating interchange of information takes place that we can meaningfully analyse how football and politics inform each other, how citizens become fans, and fans citizens. It is precisely because football and its fans are part of a single – though not coherent – public that themes such as religion, sexuality, party politics and ethnicity inform and reflect their discourse.”

quais democracia, teatro e didática estariam situados no mesmo lugar e seriam praticados pelas mesmas pessoas); e pós-moderna, por ser também responsável pela construção de identificações, sobretudo nessa imbricação com o digital, e por ser frequentemente demandada em circunstâncias individuais (vide o advento de conteúdos sob demanda e a consolidação dos mais diversos nichos temáticos).

O futebol e a televisão, com seus ícones e textos, seriam lidos de múltiplas formas, permitindo que os torcedores construam uma autodeterminação semiótica. Essa participação, “como muitos outros aspectos da vida cotidiana, não é traduzida diretamente na política partidária, no entanto, constitui uma forma de ação política na qual os códigos de convivência comunitária são examinados, negociados e transformados” (SANDVOSS, 2003, p. 65, tradução nossa).⁷

Vale ressaltar, no entanto, que essa concepção de autodeterminação semiótica toma como base a leitura (ou o consumo, do ponto de vista mercadológico) de produtos culturais institucionalizados pela lógica racionalista da indústria cultural a qual temos criticado. Portanto, é elementar reconhecer que ela também está submetida às condições materiais de cada sujeito, sobretudo aquelas de ordem socioeconômica. Dessa forma, o processo de identificação e de consequente formação cidadã vinculado ao futebol e à televisão não é exatamente permeado por uma força democratizante.

Sandvoss (2003) compreende isso. Para ele, a noção de que uma construção semiótica identitária paralela a um processo coletivo resulta na democratização da ação política seria muito otimista. É aí que ele retorna aos frankfurtianos em vistas de reestabelecer a função dialética dos dispositivos observados. Empresta, então, de Adorno e Horkheimer, a concepção de pseudo-individualidade na indústria cultural, para interpretar que esse processo gera uma individualidade que só pode ser aceita enquanto a sua identificação com a generalidade não for questionada.

Ao passo que é importante demonstrar como os torcedores de futebol constroem seus próprios significados por meio do consumo do esporte, nós não podemos ignorar o contexto desse consumo. As estruturas que enquadram o futebol, a televisão e outras mídias são refletidas em seu conteúdo. A televisão, estruturalmente dependente de atração de grandes audiências interdemográficas, tinha que ser, nas palavras de Hartley (1999: 172), um bom vizinho que “evita o partidarismo político e esforça-

⁷ “like most other aspects of everyday life, is not directly translated into parliamentary politics, but nevertheless constitutes a form of political action in which the codes of communal coexistence are scrutinized, negotiated and transformed.”

se para não insultar ninguém. . . Era um vizinho verdadeiramente carinhoso” (SANDVOSS, 2003, p. 66, tradução nossa).⁸

É necessário, portanto, que se reconheça o valor da construção de uma cidadania autodidata por meio do consumo do futebol sem perder de vista algumas problemáticas inerentes a esse processo. Sendo a TV tão primordial na experiência futebolística e tendo ela uma natureza generalista (mais uma concepção que remete a Wolton e seu Elogio do Grande Público), deve-se perceber a construção da cidadania como um processo que também atende aos processos de padronização e racionalização promovidos pelos dispositivos midiáticos.

3.3 Experiência do futebol televisivo

Torna-se oportuno pensar, então, em alguns pormenores da experiência do que temos chamado de futebol televisivo e na recente importância que a utilização de redes sociais de internet passou a ter na mesma. Para tanto, é importante pensar nas diferenças entre a forma de fruição do futebol mediada por um aparelho televisivo e aquela do estádio, dando também prosseguimento aos apontamentos de Moragas (2012) que apresentamos no primeiro tópico do capítulo anterior.

Para Sandvoss (2003), ao pensarmos na relação dos torcedores de futebol com a televisão, devemos necessariamente levar em conta dois aspectos. O primeiro é: a maioria das partidas de futebol profissional é mais consumida por intermédio da TV do que *in loco* (como também chegamos a sugerir anteriormente). Em segundo lugar, aqueles fãs que assistem ao futebol na televisão se envolvem em uma prática alinhada com o enquadramento cultural e social da experiência televisiva. “Em resumo, o futebol televisivo é antes de tudo televisão, com todas as práticas e convenções cotidianas relacionadas a mesma” (p. 138, tradução nossa).⁹

Alinhado à dimensão racionalista do sistema moderno ao qual já nos referimos, o futebol televisivo seria permeado por diversas vantagens se colocado em comparação com a necessidade de deslocamento físico até o estádio. Essas vantagens seriam da ordem

⁸ “While it is important to demonstrate how football fans assemble their own meaning through the consumption of football, we must not ignore the context of this consumption. The structures framing football, television and other media are all reflected in its content. Television, structurally dependent upon attracting large crossdemographic audiences, had to be, in Hartley’s words (1999: 172), a good neighbour that ‘avoided political partisanship, tried hard not to insult anyone . . . It was a truly caring neighbor.’”

⁹ “In brief, television football is first of all television with all its related everyday practices and conventions”.

de um ideal de economia: seja no seu sentido financeiro, dados os gastos teoricamente maiores da experiência *in loco*, seja do próprio tempo que também se gasta em cada experiência. A televisão poria à disposição dos torcedores o consumo (aqui no seu sentido propriamente mercadológico) do maior número de jogos com o menor esforço e custo possíveis (SANDVOSS, 2003).

Ainda segundo Sandvoss, o reforço da versão televisiva do esporte acaba também por priorizar a visão em detrimento de outras formas de percepção sensorial, tais como a sonora (reconstruída dramaticamente pela TV) e aquelas que dizem respeito ao toque e ao cheiro, tão características do ambiente do estádio e do seu típico contato presencial com uma dada coletividade (postulado mais uma vez simétrico aos de Moragas).

Em sentido afim, Bale (1998) considera que a cristalização do futebol na sua forma televisiva responde a uma lógica operada pelo futebol institucionalizado em vistas de eliminar o lugar no qual o jogo ocorre e substituí-lo por um espaço, um “não-lugar”, absente de reconhecimento. Esse seria um esforço de mediação das particularidades logísticas e institucionais do desenrolar futebolístico em diferentes espaços em nome de dois ideais principais que teriam como força motriz o impulso padronizador: o *fair play* e o êxito esportivo.

Sendo o propósito dessa lógica higienista a transformação de um lugar com peculiaridades próprias em espaço vazio de significantes, ela acabaria por confrontar diretamente o papel do torcedor no futebol, já que o mesmo é o sujeito da experiência e, como tal, está imbricado da formulação de identificações às quais já nos referimos. Bale (1998) então nos apresenta mais uma tensão dialética: essa entre o lugar e o espaço, entre o que talvez possamos chamar de essência predicada relativa ao primeiro e impredicada (indefinida, pretensamente neutra) alusiva ao segundo.

No caminho que ruma ao esvaziamento da condição referente do espaço do estádio (representativo de outras formas de apagamento de particularidades), Baudrillard (1991) - em postulados que são também acionadas por Sandvoss (2003) e Bale (1998) - considera que esse seria um movimento fundamentalmente preventivo. Para o autor, havendo um perigo sempre iminente de que os espectadores se tornem agentes e vítimas da violência, de que o esporte deixe de ser esporte e se torne terrorismo, cabe aos dispositivos de racionalização realizar a supressão do público como garantia de que o único evento apreensível seja aquele de natureza televisiva. Baudrillard (1991) então apresenta um exemplo simbólico: uma partida entre Real Madrid e Napoli ocorrida em 1987, sem a presença de público por conta de uma punição aplicada ao time mandante.

(...) em setembro de 1987, em Madrid, a partida da Copa da Europa entre Real Madrid e Napoli ocorre em um estádio vazio, com a ausência de todo público por uma medida disciplinar da Federação Internacional como resposta aos excessos dos torcedores madrilenos em uma partida anterior. Milhares de torcedores cercaram o estádio, no entanto nenhum o adentrou. A partida é retransmitida integralmente pela televisão. Uma punição desse tipo jamais abolirá a paixão ufanista do futebol, por outro lado ilustra perfeitamente o hiper-realismo terrorista do nosso mundo, aquele em que o evento "real" ocorre no vácuo, expurgado de seu contexto e visível apenas de longe, na televisão. Exemplo da antecipação cirúrgica dos nossos acontecimentos futuros: um evento tão mínimo que poderia não ter acontecido em absoluto, junto com o seu aumento máximo nas telas. Ninguém terá experienciado o real curso dos acontecimentos, mas todo mundo terá recebido uma imagem dos mesmos. Tornou-se um evento puro, à margem de qualquer referência natural, do qual também se pode oferecer um equivalente em imagens sintéticas (BAUDRILLARD, 1991, p. 88, tradução nossa).¹⁰

Para Sandvoss (2003), as experiências de consumo do futebol televisivo relatadas pelos participantes do seu estudo reiteram a visão que Baudrillard tem sobre as formas então futuras (agora presentes) de representação dos eventos esportivos. Essa concepção constata que a simulação do futebol televisivo é cada vez mais não-referencial. O evento é retirado de seu contexto e ocorre num vácuo, tornando-se mínimo, sem conteúdo.

O exemplo dado por Baudrillard não poderia estar melhor retratado senão no contexto pandêmico ao qual o mundo inteiro foi submetido em 2020. Com as condições sanitárias que obrigaram qualquer evento de largo apelo coletivo a se adequar a uma logística que dispensa a presença de público (condições que, num cenário menos racionalizado, seriam por si só razões para que tais eventos não ocorressem), o esvaziamento referencial inerente ao sobressalto do futebol televisivo como forma de consumo central se efetivou sem grandes resistências.

Tivemos uma retomada gradativa das atividades futebolísticas em várias regiões do mundo em períodos ainda críticos de contaminação por Covid-19, incluindo, por

¹⁰“(...) en septiembre de 1987, en Madrid, el partido de Copa de Europa de Real Madrid-Nápoles se juega de noche en un estadio vacío, con ausencia de todo público por una medida disciplinaria de la Federación Internacional por los desmanes del público madrileño con motivo de un partido anterior. Millares de hinchas asedian el estadio pero no entran en él. El partido es retransmitido íntegramente por televisión. Jamás una prohibición de ese tipo abolirá la pasión patrioter del fútbol, pero, en cambio, ilustra perfectamente el hiperrealismo terrorista de nuestro mundo, aquel en el que el acontecimiento «real» se produce en vacío, expurgado de su contexto y visible solamente de lejos, televisivamente. Ejemplo de anticipación quirúrgica de nuestros acontecimientos futuros: un acontecimiento tan mínimo que podría no haber ocurrido en absoluto y una amplificación máxima en la pantalla. Nadie habrá vivido sus peripecias, pero todo el mundo habrá captado su imagen. Se ha vuelto un acontecimiento puro, al margen de cualquier referencia natural, del que también se podría ofrecer el equivalente en imágenes de síntesis”.

exemplo, o amplamente considerado precipitado retorno do Campeonato Carioca no mês de junho do mesmo ano. Retorno que talvez represente a adequação máxima do jogo à lógica instrumental do esporte racionalizado, visto que não só trouxe consigo a reafirmação de que a presença do público no estádio é dispensável, como também escrachou o desprendimento do futebol da realidade afetiva da população ao efetivar o desenrolar esportivo quase que literalmente no mesmo espaço de tratamento de pessoas infectadas pela doença, já que, nos dias de jogo, o complexo do Maracanã foi simultaneamente estádio e hospital.¹¹

A transformação de uma performance real em objeto puramente representado, como Baudrillard mesmo aponta, não consegue anular totalmente as relações afetivas que envolvem o futebol e que são reforçadas pela sua dimensão não racionalizada, mais próximas daquela despreensão originária resumida na imprevisibilidade do jogo. No entanto, parece submeter tal afetividade e despreensão a uma vivência cada vez mais particularizada e – necessariamente - intermediada pela televisão. São considerações mais uma vez correlatas aos termos de Eco (1986), para quem o esporte como prática não mais existe, ou existe por motivos econômicos, “visto que é mais fácil um atleta correr do que inventar um filme com atores que fingem correr” (p. 224).

O processo de padronização da experiência futebolística por intermédio da sua submissão à lógica televisiva pode ser condensado em outro apontamento crucial feito por Bale (1998). Como o autor pontua, num jogo de futebol assistido no estádio, duas pessoas não podem ver o mesmo evento, já que elas não podem também ocupar o exato mesmo espaço. Já na transmissão televisiva, todos os espectadores assistem ao mesmo drama representado, ao passo que são submetidos à cooptação do desenrolar esportivo feita pelas câmeras. Vê-se exatamente o que elas veem. A televisão então reposiciona o espectador. Sandvoss (2003) leva o argumento de Bale ainda mais adiante, e considera que “o futebol televisivo substituiu uma perspectiva individual num ambiente coletivo (o estádio de futebol) por uma perspectiva coletiva num ambiente individual” (p. 146, tradução nossa).¹²

Essa lógica cria demandas que passam a ser naturalizadas como expectativas na vivência do esporte. A própria assistência do jogo no estádio passa a ser condicionada

¹¹ Para mais informações: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2020/06/em-3o-dia-com-mais-mortes-de-covid-no-rio-flamengo-joga-e-faz-eco-no-maracana.shtml> (Acesso em: 02/01/2021)

¹² “(...) television football has substituted an individual perspective in a collective environment (the football stadium) with a collective perspective in an individual environment”.

pela experiência televisiva, vide a palpável preferência pelos lugares na arquibancada que emulam a posição já tornada clássica da câmera centralizada. Ou, ainda nos termos de Bale (1998), a presença de telões nos estádios, prontos para a exibição de *replays* em *slow motion* e do exaustivo manejo de planos detalhe. “Uma condição pós-moderna na qual a imagem é superior à realidade” (p. 247, tradução nossa).¹³

Em sentido semelhante à já trabalhada ideia de televisão como “o bom vizinho”, na sua natureza generalista, trata-se de reconhecer na submissão do futebol à lógica televisiva um reforço constante de esvaziamento de referenciais, de padronização com base numa pretensa neutralidade. A adequação da narrativa ao espaço de isenção vai além da essência generalizante das câmeras, alcançando a participação dos jornalistas na cobertura de tais eventos (em constatação que se articula à discussão já apresentada envolvendo a “leifertização”).

Talvez possamos também tomar os próprios clubes de futebol como, pelo menos historicamente, bons vizinhos, dada a natureza também generalista que os permeia. Como já citamos, no processo semiótico de construção da identidade por intermédio da leitura dos textos midiáticos e clubísticos, o torcedor/espectador é provocado - num sentido mesmo de instigação, de incitamento – sempre que um clube (principalmente aquele pelo qual ele se afeiçoa, mas não somente) dá indícios públicos de tendências que em última instância seriam políticas.

De tal maneira, nos parece ser possível pensar no digital como um espaço profícuo para o desenrolar das problemáticas inerentes à relação do público com o futebol televisivo. No entanto, nos parece também que ele possui dinâmicas próprias que vão além dos processos até aqui apresentados apenas de forma tangencial. Tomando-o, portanto, como espaço dotado de particularidades, nos parece relevante também verificar as tensões presentes no digital partindo do pressuposto de que o já referido processo de autodeterminação semiótica (carregado da sua natureza de identificação e, dessa vez, mais geral do que o futebolístico), quando expressado por intermédio do mesmo, é obrigado a conviver com a inerente erupção de uma alteridade também digital.

3.4 Identificação e alteridade no digital

Temos buscado verificar as tensões que emergem na experiência do futebol televisivo com uma abordagem que toma como fundamentalmente dialéticos diversos

¹³ “(...) a postmodern condition where the image is superior to the reality”.

aspectos que num primeiro olhar poderiam parecer configurar oposições puristas de forças motrizes.

Nesse sentido, ao trabalharmos com a ideia de processos de autodeterminação semiótica, de preenchimento de lacunas com projeções de si e, portanto, de construção e expressão de identificações (vinculadas aqui aos afetos clubísticos), estamos observando um cenário dotado de tensões constantes com a alteridade que emerge do mesmo. É evidente que observar essa superfície de contato entre postulações, sentimentos e circunstâncias de natureza opostas se mostra um exercício especialmente complexo, e que para abarcar uma discussão de fôlego sobre o mesmo seria necessário um árduo esforço, paralelo ao aqui realizado. No entanto, tendo isso em mente e sem a pretensão de simplificar o debate, também nos parece significativo abordar (ainda que de maneira breve) algumas reflexões que consideramos fundamentais para o que se entende como comunicação (pensando mesmo na partilha de um comum) e para a empiria aqui observada.

Partimos então de uma problemática inerente à afirmação determinada de identificações, para que depois pensemos o desenrolar dessa problemática no espaço digital e na sua relação com o torcer futebolístico. Nesse sentido, Safatle (2015), em obra extensa na qual discute o circuito dos afetos políticos e sociais presentes nas sociedades contemporâneas, tangencia a necessidade do abandono de sistemas normativos (nos quais a noção liberal de indivíduo ecoa e aos quais muitas vezes as demandas de identificação respondem) em nome de uma “des-identificação” fundamental, na qual seja possível a construção política de sujeitos impredicados, e não de indivíduos estabilizados como categoria.

A “determinação sob a forma de indivíduos” é o nome que damos à produção de modalidades de inscrição no interior de um corpo político unitário, que pretensamente teria superado a dimensão ontológica dos antagonismos. Não apenas dos antagonismos ligados a conflitos sociais, pois indivíduos estão em estado contínuo de conflitos de interesses concorrenciais, mas dos antagonismos formais ligados à instabilidade interna a normatividades próprias ao ordenamento social. Uma perspectiva realmente crítica partirá, necessariamente, da desconstrução desse modo de inscrição de sujeitos políticos em indivíduos. Única maneira de produzir a abertura social à multiplicidade formal própria a um corpo sem eu comum e unidade. Ele nos levará a pensar um corpo aberto a sua própria spectralidade (SAFATLE, 2015, p. 27).

Safatle ainda problematiza as teorias do reconhecimento que têm colocado o indivíduo numa condição profundamente normativa (incluindo aí a defendida por Honneth, autor que, mesmo vinculado à tradição crítica, teria formulado uma noção predicativa desse processo). Essa predicabilidade definiria uma espécie de solo pré-político, no qual a pretensa individualidade proprietária traria “(...) em seu bojo a crença de as lutas sociais serem, em sua compreensão genérica, lutas que visam à constituição de um espaço social de reconhecimento de indivíduos proprietários emancipados” (SAFATLE, 2015, p. 28).

No cerne dessa solidez, não haveria espaço para o reconhecimento daquilo que não se deixa determinar pelo indivíduo no campo formal, impedindo que a força produtiva do não dito, do recalcado, venha à tona. Força produtiva presente na tradição dialética de Hegel e Marx, por exemplo, ou mesmo nos postulados da Psicanálise; e que estaria representada fundamentalmente na noção de negatividade.

Caberia então, ainda para Safatle, um horizonte antipredicativo de reconhecimento, uma postura política que não se organize a partir da consolidação de institucionalidades e normatividades “capazes de permitir o reconhecimento mais exaustivo de predicacões dos indivíduos e a **consequente ordenação social de diferenças**” (p. 29, grifo nosso). Aquela ideia de “des-identificação” resultaria no horizonte de indiferença, indiferença que não é proposta num sentido de ausência de afetações, mas sim como uma “zona objetiva de indiscernibilidade”.

No esteio de articulações dialéticas e psicanalíticas, Safatle defende, em última instância, que uma desestruturação das diferenças culturais se faz necessária, já que enquanto as noções de reconhecimento estiverem vinculadas a uma consolidação assertiva das mesmas não haverá garantias de que tal processo impeça a justificativa de práticas nada emancipatórias. O autor então recorre a Nancy Fraser para lembra que políticas de identidade e reconhecimento embasaram tanto processos de limpeza étnica e genocídio quanto a resistência a esses mesmos processos. Nesse sentido, a razão para que se desestruture a identidade no processo político seria o fato de que “reconhecer a necessidade de lidar com algo em mim não completamente estruturável em termos de identidade, me levaria a uma maior solidariedade com aquilo que, no outro, sou incapaz de integrar” (p. 351)

Entendendo a complexidade de uma proposta como essa e a aparente distância da mesma em comparação ao jogo político atual, Safatle então dá chaves de leitura de uma possível aproximação com a noção hegeliana de identidade a partir dos pressupostos

negativos, portanto, uma forma de identificação que ocorre sem se endurecer com base apenas no que está mais palpável na linguagem, cultura e sociedade.

Ainda que a perspectiva trazida pelo autor esteja preocupada, sobretudo, com os efeitos políticos da construção de identificações resultantes dos processos de reconhecimento, trata-se, aqui, da tomada da questão como aspecto significativo de um campo teórico e empírico propriamente comunicacional. Essa perspectiva estaria em diálogo direto com os subcampos da Estética da Comunicação e das Teorias da Comunicação, ao perceber no ato comunicacional (independentemente de qualquer intermédio técnico) o compartilhamento de uma esfera sensível.

A dimensão estética da comunicação coloca em cena, com especial destaque, alguns problemas de constituição dialógica de identidade e alteridade. Um de seus problemas é pensar as condições de apropriação sensível reflexiva do outro de maneira que seja possível não apenas “ver o mundo” com os olhos da alteridade, mas entender, em perspectiva dialógica, os modos de sentir a realidade constituídos – e constituintes – dessa alteridade; pensar e sentir a partir do outro como maneira de compreender melhor o sentir, o viver e o pensar de si mesmo está no âmago de um processo estético da comunicação que procura desenvolver o sentido da comunicação como um “compartilhar” que permita, ou demande, um envolvimento para além do cognitivo (MARQUES; MARTINO, p. 36-37, 2015)

Aquilo que alça a questão da alteridade ao status de discussão central no pensamento comunicacional e estético perpassa a sua essência transformadora, o seu caráter iminente estranhado, inquietante. Reside aí uma potente articulação com uma noção (de inspiração benjaminiana) de *experiência*, algo que escaparia da redundância do campo de vivências prévias e que, mesmo que mediada, poderia (ou não) gerar sentido e ser apreendida por um sujeito.

Para Martino (2016), que está na esteira do pensar comunicacional, a relação com a alteridade nas mídias digitais residiria sobre um paradoxo: o excesso de informações, longe da aparente transparência que possa dele resultar, converte-se na opacidade de uma apreensão metonímica do outro. O autor considera que esse processo se dá por dois motivos principais: “1) as informações online a respeito de alguém são facilmente confundidas com o conhecimento sobre o outro; 2) por conta disso, as enunciações online de si e dos outros raramente avançam para além de uma impressão primeira sobre a alteridade” (p. 2).

Cabe tomar a afirmação de identificações como necessariamente engendradora do que talvez possamos chamar de uma tipificação essencialmente limitante. É nesse sentido que, ainda para Martino, as afirmações da identidade e da alteridade se dão por um ato enunciativo imbricado de relações de poder. Ao enunciar o outro, eu reduzo a sua potência desconhecida aos limites hermenêuticos do discurso no qual lhe inseri. Trata-se do reconhecimento de uma natureza determinista nos processos de significação daquilo (ou daquele) que me é inicialmente estranho.

As representações performadas nas redes sociais de internet, portanto, responderiam muito bem a essa lógica de enunciação limitante do outro. Martino aponta como nelas também seria privilegiado um núcleo central de interações concêntricas, de certa forma endógenas, sem nem permitir, por vezes, a erupção da alteridade e do seu caráter negativo.

A velocidade das relações virtuais não permite, nesse sentido, se não uma rápida visão e atribuição de sentido ao outro, apropriado na rapidez da atualização dos perfis dos aplicativos ou da troca de mensagens. Sem conhecer o outro parece ser ainda mais complexo conviver com ele. A arquitetura das mídias digitais em rede coloca em jogo, na potencialidade enunciativa, o curso da velocidade. Parece, por conta disso, não existir propriamente uma relação entre enunciados, mas apenas sua exposição contínua, permanente, com poucos ecos, à beira da indiferença (SANTOS, 2015), quando não na ausência completa de ressonância que indica uma solidão potencial no ambiente das mídias digitais (FRANZEN, 2000) (MARTINO, 2016, p. 6).

Também pensando na comunicação digital como repleta dessas problemáticas, Han (2018) considera que esta seria composta por indivíduos singularizados. Mesmo que em contato com uma dada coletividade, o indivíduo preservaria a sua identidade privada, impedindo que dessa relação nasça uma concepção unitária de interesses, uma massa organizada e engajada.

Para o autor, nessa concepção individualista de comunicação, o sujeito do digital ocuparia um ambiente limitado à positividade. A experiência, fundamentada numa noção de transformação ao contato com o desconhecido, é reduzida a um autoespelhamento imaginário, no qual a alteridade não irrompe, não vem a superfície, permanece recalcada.

Sem dor, sem negatividade do outro, no excesso da positividade, nenhuma experiência é possível. Viaja-se para tudo quanto é lugar sem se chegar a uma experiência. Conta-se sem parar, sem poder se narrar.

Toma-se conhecimento de todas as coisas sem chegar a um reconhecimento (HAN, 2018, p. 93)

No contato superficial da minha representação nas redes sociais de internet com a representação de outrem, haveria um constante reforço ideológico (num sentido amplo, não só político), visto que o manejo das representações é imbricado de afetividades determinadas pela demanda de interesses pessoais. Embora seja interessante trazer a noção de autoespelhamento imaginário postulada por Han e apontar a tendência à manutenção de relações prioritariamente positivas nas redes digitais, consideramos que a alteridade, o negativo, vem sim à tona; mas emerge, como temos trabalhado (e como Han também não nega ocorrer), de maneira essencialmente conflituosa. Essa circunstância seria, portanto, ainda mais acentuada quando falamos da expressão de afetividades clubísticas.

4. PRÁTICAS DE SOCIABILIDADE EM REDE: MAPEAMENTO E ANÁLISE

É com base no debate teórico acionado e em observações empíricas prévias da utilização, por parte do público espectador das transmissões e programas constituidores do futebol televisivo, dos recursos viabilizados pelas plataformas das redes sociais de internet para fins de socialização (MIRANDA, BASTOS, 2016; BASTOS, 2017; BASTOS, BORGES, 2019), que chegamos à hipótese apresentada na introdução. Vale reiterar que ela depreende a ocorrência de processos de projeção realizados por torcedores/espectadores/interagentes e norteados pela intenção de preencher espaços esvaziados de referenciais com expectativas e interesses estritamente pessoalizados; demanda que resulta em uma profunda dificuldade no trato com a negatividade que emerge de todo processo de identificação (especialmente aqueles de ordem clubística) e que se adequa a lógicas próprias do digital. As referidas observações empíricas prévias ainda nos permitiram constatar que, no geral, o emprego das *hashtags* sugeridas pelas emissoras obedece a uma tendência que não nos parece estabelecer aquilo que aqui temos chamado de conversação em rede, engendrando, pelo contrário, uma repercussão na maioria das vezes solitária e fortalecedora das supracitadas autorreflexão formadora de identidade (SANVOSS, 2003) e falação esportiva (ECO, 1986), na qual a indexação de qualquer comentário limita-se, a priori, a torná-lo rastreável pela busca do seu indexador.

Entendemos que, para além dos presumidos graus de sociabilidade não corroborados pelo uso das *hashtags* (pelo menos a nível do estabelecimento de laços na própria interface das redes sociais e com outros interagentes na posição de espectadores), o objetivo principal da sua utilização estaria diretamente relacionado à possibilidade de destaque nas transmissões ao vivo, de ter efetivada a promessa de participação apresentada pelos jornalistas e pelas emissoras. Nos mesmos trabalhos, observações que também se voltaram para o fluxo das transmissões nos permitiram compreender melhor as maneiras pelas quais a repercussão feita pelo público é nelas inserida.

Dessa forma, optamos por direcionar a observação para aquilo que aparenta se aproximar mais de uma pretensa experiência de sociabilidade, ainda que a mesma esteja imbricada dos já citados conflitos dialéticos que rondam o assentamento de uma identificação clubística. Para tal, um movimento que nos pareceu ser proveitoso e palpável foi a investigação de publicações dos perfis oficiais de canais responsáveis pela estruturação do futebol televisivo no Brasil, ressaltando aquelas que geraram mais respostas por parte dos seguidores e contextualizando os debates temáticos observados

juntamente aos seus desdobramentos dialógicos. Pretendemos, assim, ir além do falar sozinho comum às *hashtags*.

Ainda que o critério para esse movimento se baseie, em parte, em uma das diversas quantificações viabilizadas pelas “Application Programming Interfaces” (APIs)¹⁴ do *Twitter* (a saber: a quantidade de respostas obtidas pelas publicações dos perfis oficiais acompanhados), buscamos fugir de apropriações simplórias que pudessem incorrer em deslocamentos analíticos que atribuam alto grau de confiabilidade aos dados disponibilizados, como, por exemplo, numa categorização inconsistente do material coletado; ou na proposição de hierarquias absolutas vinculadas a outras métricas de uso menos dispendioso para os usuários das plataformas, como no caso de parâmetros que se guiam pela quantidade de *retweets* e curtidas.

De maneira geral, a ressalva aqui feita às tentadoras generalizações fundamentadas nas métricas acessíveis pelas APIs dialoga com a leitura de referenciais teóricos que destacam os perigos da “datificação da web”, alertando para que não se realize, nas investigações desse cenário, a cessão à uma lógica que pretende transformar as informações circuladas online em dados puramente quantitativos e tornar naturalmente mensuráveis as práticas sociais ali desenroladas (D’ANDREA, 2016, 2020 (a), 2020 (b); GERLITZ, RIEDER, 2018).

No campo das pesquisas acadêmicas que se apropriam de dados obtidos via APIs, a ênfase excessiva no volume de dados coletados, a pouca transparência dos processos metodológicos empreendidos e a adoção indiscriminada de termos como “monitoramento” ou “análise de sentimentos” podem ser indícios de uma excessiva crença na confiabilidade dos resultados obtidos (D’ANDREA, 2020b, p. 6).

De certa forma semelhante a já relatada padronização do consumo do futebol televisivo (embora com requintes de uma ainda maior circunscrição da experiência), haveria um esforço das plataformas no caminho da padronização das atividades dos usuários por meio de funcionalidades como “curtir” e “compartilhar” (D’ANDREA,

¹⁴ “Por meio de suas “Application Programming Interfaces” (APIs), plataformas como Spotify, Twitter e YouTube oferecem acesso a uma parte dos dados por elas gerados e/ou armazenados, como os gêneros musicais atribuídos a um artista (Spotify), as postagens vinculadas a um termo ou a uma hashtag (Twitter) ou o total de visualizações, curtidas e comentários, até um dado momento, dos vídeos postados por um canal (YouTube). Já plataformas como Instagram (em 2016) e Facebook (em 2018) cercearam o acesso às suas APIs públicas³, tornando mais evidentes os atravessamentos políticos e epistemológicos das políticas de dados das plataformas, como já haviam apontado autores como Bucher (2013) e Puschmann e Burgess (2014)” (D’ANDREA, 2020b, p. 2)

2020b). Gerlitz e Rieder dão nome a esse processo, considerando que, ao normatizar o que é possível (e impossível) de ser feito por intermédio de estruturas técnicas, as plataformas estariam “gramatizando” as ações dos usuários.

A gramatização da ação em formas predefinidas, como tweets, retweets, respostas, menções ou hashtags, permite às plataformas colapsar em vez de sequenciar a ação, a gramática e a captura de dados, inscrevendo as atividades do usuário diretamente em unidades altamente formalizadas. As gramáticas, portanto, vêm com certa força normativa, pois demarcam os horizontes possíveis (e impossíveis) de ação. No Facebook, os usuários podem gostar, mas não desgostar, mesmo que queiram. É assim que as atividades são canalizadas para formas tecnicamente definidas, que produzem instantaneamente dados igualmente estruturados (GERLITZ, RIEDER, 2018, p. 531)¹⁵

É nesse sentido que o acompanhamento das respostas (portanto, ações que exigem mais do que um clique de endosso) nos parece trazer um material mais dinâmico, ainda que, por se tratar de uma funcionalidade gramatizada como as outras, também se encontre inscrita nessa lógica. Na busca por uma empiria que nos desse indicativos valiosos e com a intenção de fazer um recorte passível de contextualização (mais do que de generalizações), propomos, então, um mapeamento progressivo das camadas de sociabilidade desenroladas a partir de publicações dos perfis oficiais das emissoras de TV ESPN Brasil, Esporte Interativo e Fox Sports no *Twitter*.

Talvez possamos resumir o processo até aqui exposto à superação de certas retóricas que tematizam as práticas de sociabilidade desenroladas nas redes sociais de internet sobre o futebol televisivo de maneira entusiasmada; e que desemboca no reconhecimento de que o objeto observado é configurado por redes sociotécnicas (D’ANDREA, 2016), e não espaços de natureza meramente intermediária a partir dos quais essa dimensão social se expressa livremente.

Nesse mesmo caminho, o mapeamento progressivo das camadas de sociabilidade despertadas pelas publicações dos perfis oficiais selecionados funcionou da seguinte maneira: primeiramente, a título de um panorama mais geral, contabilizamos, por espaço temporal de um dia, a quantidade de publicações que obtiveram 10 ou mais respostas.

¹⁵ “The grammatization of action into predefined forms such as tweets, retweets, replies, mentions, or hashtags allows platforms to collapse rather than sequence action, grammar, and data capture, inscribing user activities directly into highly formalized units. Grammars thus come with a certain normative force as they demarcate horizons of possible (and impossible) action. On Facebook, users can like, but not dislike, even if they would want to. This is how activities are channeled into technically defined forms that instantly produce equally structured data”.

Com esse levantamento, pudemos verificar quais temáticas e formatos retóricos acionados pelas emissoras e seus jornalistas costumam gerar mais repercussão.

Em seguida, a proposta foi verificar, dentre todas as publicações com 10 ou mais respostas, aquela que obteve a maior quantidade delas. Com posse dessa publicação específica, o terceiro passo, que já avança no sentido da contextualização, consistiu em realizar uma nova contabilização, verificando quantas das respostas referentes a publicação mais repercutida geraram uma segunda camada de respostas. Embora possa soar confuso, a ideia foi verificar precisamente o que se sugere: quantas (e quais) respostas aos perfis oficiais geraram novas respostas, essas agora no nível da audiência. Aqui pudemos nos aproximar daquilo que tanto sentimos falta nos levantamentos orientados pelas *hashtags*: o debate entre o público das emissoras nas redes sociais de internet.

A quarta e última etapa do mapeamento consistiu em mais um desmembramento específico, no qual se averiguou qual das respostas do público aos perfis oficiais gerou mais novas respostas entre o próprio público. Elegendo, então, aquela resposta a partir da qual mais se debateu, nos propomos a realizar uma contextualização temática e formal orientada pela construção teórica e analítica que apresentamos até aqui.

Temos assim, portanto, dois critérios que se alternam: a quantidade de *tweets* que obtiveram respostas (recorte da primeira e terceira etapas do desmembramento) e a quantidade de respostas obtidas pelos *tweets* especificados (recorte da segunda e quarta etapas). O movimento analítico realizado ficará mais evidente a seguir, na apresentação dos dados obtidos.

4.1 Parâmetros de coleta dos dados

Realizando o recorte de publicações que obtiveram, no mínimo, 10 respostas dos seguidores dos perfis das emissoras (@ESPNBrasil, @ESP_Interativo; @FoxSportsBrasil), e aplicando esse critério a um espaço amostral de 7 dias (domingo, 08/11; segunda-feira, 09/11; terça-feira, 10/11; quarta-feira, 11/11; quinta-feira, 12/11; sexta-feira, 13/11; e sábado, 14/11), chegamos a observação de algumas tendências no comportamento dos perfis das emissoras e dos seus públicos.

O processo de operacionalização desses critérios foi realizado de maneira interna à própria plataforma do *Twitter*, com os recursos disponíveis na funcionalidade da “busca avançada”. Com os filtros opcionais, especificamos o perfil, o número mínimo de

respostas e o período a ser observado (como ilustrado na Figura 1, referente ao filtro aplicado para a busca piloto do dia 23/10)¹⁶.

Figura 1 - Filtros aplicados à busca piloto realizada no dia 23/10

The image shows two side-by-side panels of the Twitter 'Busca avançada' (Advanced Search) interface. The left panel is titled 'Contas' (Accounts) and includes three filter sections: 'Destas contas' (From these accounts) with the example '@ESPNBrasil'; 'Para estas contas' (To these accounts) with the example '@Twitter - enviado em resposta a @Twitter'; and 'Mencionando estas contas' (Mentioning these accounts) with the example '@SFBART @Caltrain - menções a @SFBART ou menções a @Caltrain'. The right panel is titled 'Engajamento' (Engagement) and includes three filter sections: 'Número mínimo de respostas' (Minimum number of replies) set to 10, with the example '280 - Tweets com pelo menos 280 respostas'; 'Número mínimo de curtidas' (Minimum number of likes) set to 280, with the example '280 - Tweets com pelo menos 280 curtidas'; and 'Número mínimo de Retweets' (Minimum number of retweets) set to 280, with the example '280 - Tweets com pelo menos 280 Retweets'. Below the engagement filters is the 'Datas' (Dates) section, which has 'De' (From) set to October 23, 2020, and 'Para' (To) set to October 24, 2020.

Com as filtrações realizadas separadamente e o acesso a um universo amostral reduzido, pudemos aplicar os critérios de contabilização de maneira manual, na própria interface do *Twitter* (acessado por computador na sua versão web), dispensando a utilização de *softwares* externos e das suas sistematizações calcadas na confiabilidade representativa dos dados mecanicamente espelhados a partir das APIs da rede social. Em posse dos dados obtidos com os recortes, geramos a seguinte tabela geral:

¹⁶ Vale destacar que, numa tentativa prévia de verificação da viabilidade dos parâmetros propostos, o referido piloto foi experimentado no mapeamento das publicações e respostas ao perfil da ESPN Brasil durante 5 dias (sexta-feira, 23/10; domingo, 25/10; terça-feira, 27/10; quinta-feira, 29/10; sábado, 31/10). De fundamental importância para análise aqui apresentada, certos aspectos presentes nesse movimento preliminar serão trazidas à tona ao término das contextualizações diárias.

Tabela 1 - Dados detalhados por dia, perfil e critério de mapeamento

		Nº DE TWEETS COM 10+ RESPOSTAS	TWEET COM MAIS RESPOSTAS	Nº DE DEBATES ENTRE O PÚBLICO	DEBATE COM MAIS RESPOSTAS
08/nov	ESPN	33	Obteve 752	4	Obteve 11
	EI	30	Obteve 206	18	Obteve 15
	FOX	57	Obteve 758	8	Obteve 15
09/nov	ESPN	60	Obteve 473	17	Obteve 10
	EI	33	Obteve 586	24	Obteve 23
	FOX	69	Obteve 1100	7	Obteve 18
10/nov	ESPN	50	Obteve 602	15	Obteve 9
	EI	40	Obteve 471	27	Obteve 41
	FOX	67	Obteve 579	13	Obteve 13
11/nov	ESPN	29	Obteve 105	9	Obteve 5
	EI	34	Obteve 349	28	Obteve 41
	FOX	68	Obteve 392	26	Obteve 30
12/nov	ESPN	16	Obteve 866	37	Obteve 20
	EI	21	Obteve 511	36	Obteve 16
	FOX	29	Obteve 993	19	Obteve 16
13/nov	ESPN	8	Obteve 147	12	Obteve 4
	EI	12	Obteve 494	27	Obteve 20
	FOX	20	Obteve 306	26	Obteve 49
14/nov	ESPN	9	Obteve 324	9	Obteve 6
	EI	14	Obteve 273	26	Obteve 12
	FOX	13	Obteve 428	11	Obteve 15

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados da Tabela 1 retratam o mapeamento progressivo gerado a partir dos parâmetros supracitados. Compreendemos que eles acabam por refletir, ainda que de forma quantitativa, o engajamento tão buscado pelos perfis oficiais. Os fins para o alcance desse objetivo e de melhores métricas ficarão mais evidentes quando apresentadas as contextualizações de cada publicação. Antes, para um panorama geral orientado pelo recorte que separa as três emissoras e as médias quantitativas dos dados obtidos, montamos uma segunda tabela que acreditamos ser capaz de retratar onde cada perfil ganha força.

Tabela 2 - Média dos dados por emissora

	Nº de tweets com 10+ respostas	Tweet com mais respostas	Nº de debates entre o público	Debate com mais respostas
ESPN	29,3	Obteve 467	14,7	Obteve 9,3
EI	27,2	Obteve 412,8	26,5	Obteve 24
FOX	46,1	Obteve 650,8	15,7	Obteve 22,3

Fonte: elaborado pelo autor.

Percebemos uma diferença considerável do perfil da Fox Sports em comparação aos outros dois quando nos atemos ao que talvez possamos considerar um engajamento geral. Sendo as duas primeiras etapas do mapeamento referentes ao retorno que o público dá na forma de respostas às publicações dos perfis oficiais, a alta média (tanto de publicações que obtiveram 10 ou mais respostas quanto de respostas direcionadas à publicação mais repercutida) angariada pelo perfil da Fox Sports indica o êxito do canal no alcance de parâmetros métricos quantitativos.

Quando observamos as métricas que representam o debate entre o público, percebemos o destaque das interações entre torcedores respondentes ao Esporte Interativo. Com mais debates gerados pelas suas publicações e sendo estes, na média, também os debates mais profícuos, o perfil do EI pareceu ser o mais competente na proposição de temáticas controversas responsáveis por suscitar a emissão de opiniões clubísticas conflituosas e críticas. Por vezes, as identificações realizadas nesses debates rivalizaram com a própria emissora, e não somente com outros torcedores.

Com médias intermediárias, o perfil da ESPN Brasil, assim como o da Fox Sports, parece obter maior êxito nos parâmetros referentes ao angariamento quantitativo de respostas do público às suas publicações. A aproximação entre as tendências dos dois

perfis deve-se a um aspecto fundamental: ambas as emissoras passam por um processo de fusão, já que pertencem, atualmente, ao grupo Disney. Ainda que mantenham parte de suas programações específicas, o já em curso trânsito entre jornalistas originalmente exclusivos de cada emissora também se evidencia no comportamento de ambas no *Twitter*: no caso de publicações que referenciam a programação televisiva, verificamos o deslocamento de recortes da programação da ESPN, por exemplo, publicados no perfil da Fox Sports (e vice-versa). Vale destacar, no entanto, que embora o borrar dessas fronteiras já evidencie aspectos de uma profunda aproximação, a manutenção dos dois perfis como objetos de análise distintos é calcada na percepção de que ainda existe um leve recorte diferencial das linhas editoriais e no próprio público dos dois canais. Talvez, num momento futuro não muito distante, a linha atualmente borrada seja por completo apagada.

De posse desses indicativos gerais e das tendências que eles nos sugerem, cabe partir para a contextualização temática e formal dos *tweets* e respostas de cada dia observados à luz do debate aqui proposto. A alternância entre a quantificação e a especificação das respostas nos permitiu alcançar a superfície de contato na qual se desenrolam as tensões presentes nos diferentes graus de sociabilidade e na expressão daqueles afetos clubísticos tão carregados de conflitos.

4.2 Contextualização dos dados

Para realizar a contextualização dos dados levantados, destrinchamos as respostas apresentadas de maneira quantitativa na Tabela 1 e adentramos nos debates desdobrados a partir das publicações de cada emissora em cada um dos dias contemplados pelo período de observação. Organizamos o processo descrito em subtópicos alusivos aos dias, dentro dos quais constam, separadamente, os perfis oficiais das três emissoras e as respostas obtidas pelas suas publicações.

Vale ressaltar também que o contexto pandêmico nos parece influenciar o corpus analisado em níveis que ultrapassam o âmbito temático. Com a reconfiguração das nossas práticas mais cotidianas, as condições específicas para o próprio estabelecimento de conversações informais sobre o futebol, geralmente viáveis presencialmente, são esvaziadas, impedidas. De certa forma o *Twitter* e outros espaços digitais compensam esse esvaziamento; o que, sem dúvida, reconfigura também o seu uso, que passaria de

complementar a central. As conversações apresentadas a seguir podem ser representantes desse cenário.

4.2.1 Domingo (08/11/20)

@ESPNBrasil

No dia 08/11, o perfil da ESPN Brasil publicou, ao todo, 33 *tweets* que receberam 10 ou mais respostas. Dentre esses, aquele que mais repercutiu entre os seguidores do canal obteve um total de 752 respostas. Embora em grande quantidade, apenas 4 dessas geraram debate no âmbito do público; sendo a que mais repercutiu responsável por incitar 11 novas respostas. É esse debate mais específico que ilustramos na Figura 2.

Figura 2 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (08/11)



Como nos demonstra a figura, a publicação feita pelo perfil oficial da ESPN que mais repercutiu entre o público foi um convite à opinião, uma espécie de enquete aberta que solicitou aos seguidores um posicionamento sobre a responsabilidade do treinador Domènec Torrent na derrota sofrida pelo Flamengo contra o Atlético-MG, no mesmo dia. Fica evidente que, no presente caso, a emissora se aproveitou, de maneira bem sucedida, de um debate que já estava em curso, com a intenção prévia de gerar o grande engajamento que alcançou.

Como também já destacamos, apesar da elevada quantidade de respostas (752) obtidas pela publicação do canal, apenas 4 delas geraram debate (na forma de novas

respostas) entre o público. Depreende-se daí que, de maneira geral, as respostas do público ao *tweet* funcionaram de maneira análoga à utilização das *hashtags*, naquele modelo que mais expõe um posicionamento unilateral do que gera a tão referida conversação em rede. A resposta que mais gerou debate, também ilustrada na Figura 2, expressa a paciência de um torcedor flamenguista frente às adversidades enfrentadas pelo clube sob o comando do treinador citado, desembocando no que é apresentado como o limite da mesma. O número relativamente alto de curtidas e *retweets* também pode ser indício de que se trata de um sentimento com algum nível de representatividade, bem como as respostas de outros torcedores ao desabafo inicial.

Figura 3 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 08/11)



Dentre as 11 respostas obtidas pelo desabafo do torcedor (todas ilustradas na Figura 3), 10 foram em concordância com o que foi dito. Talvez esse seja mais um indício do acerto do canal na proposição desse debate: fica claro que a atribuição de responsabilidade ao treinador já era um sentimento comum a vários torcedores, e que esse seria o tom de uma parte considerável das respostas obtidas pela publicação original. Aqui, de maneira geral, o que se tornou relevante foi algo limitado aos torcedores flamenguistas, sem a ocorrência de situações conflituosas (tanto no âmbito da relação torcedor-torcedor, quanto daquela que põe em contato torcedor e canal).

@ESP_Interativo

O perfil oficial do Esporte Interativo publicou no dia 08/11, ao todo, 30 *tweets* que obtiveram 10 ou mais respostas. Aquele que mais repercutiu dentre esses obteve por si só 206 respostas do público. Dessas 206, 18 geraram debate; tendo aquele que mais incitou novas respostas recebido um total de 15. A Figura 4 nos demonstra o debate selecionado para contextualização.

Figura 4 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutidos (08/11)



Assim como no caso da ESPN, o Esporte Interativo se aproveita de um debate já em curso entre o público e lança na apresentação do tema um convite à opinião. A publicação até deixa claro que se inspira na repercussão feita pelos torcedores e com isso oportuniza o caso para engajamento atrelado ao próprio perfil. O convite é feito exibindo imagens estáticas de um lance em vídeo, amplamente considerado violento por parte do jogador Felipe Melo, do Palmeiras. A resposta que mais gerou debate entre o público (15 novas respostas) é também ilustrada na Figura 4, e se refere a um torcedor vascaíno que anexa ao seu comentário o vídeo do lance, expressando indignação não só com a atitude do atleta, mas também com quem a defende.

Figura 5 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 08/11)



A Figura 5 ilustra o reforço da indignação. No diálogo da primeira coluna, outro vascaíno ingressa no debate e chega a citar a defesa do atleta feita por torcedores palmeirenses, ao que um terceiro torcedor, aparentemente palmeirense, responde fazendo um *mea culpa* e concordando com os rivais. Em outra conversa, um perfil chega a associar a falta de punição ao jogador a uma suposta ajuda a todos os clubes paulistas, citando também casos do que considera favorecimentos em outras partidas da rodada. O torcedor de um terceiro clube, o Santos, ao ser indiretamente citado, também ingressa no debate para negar que ocupe qualquer posição de privilégio. Essa é uma tendência que observaremos ser comum.

Apesar de verificarmos a inserção de torcedores não vascaínos, de maneira geral, o caso não gerou situações propriamente conflituosas. Talvez isso passe pelo fato de, aparentemente, a crítica ao jogador (de certa forma endossada pelo canal) ser quase que unânime. Mais uma vez, a postura da emissora ou de um jornalista não entrou em debate, sendo o espaço oficial aproveitado apenas para a continuidade de um debate que não é da ordem da imprensa.

@FoxSportsBrasil

No caso do perfil oficial da Fox Sports, as publicações do dia 08/11 que obtiveram 10 ou mais respostas somaram um total de 57. Dentre essas, aquela que mais obteve respostas por si só agregou ao todo 758. No espaço das 758 respostas, apenas 8 geraram debate entre o público. Dentre os 8 debates, aquele mais profícuo incitou 15 novas

respostas. O *tweet* do perfil oficial da emissora e a resposta responsável pelo maior debate estão ilustrados na Figura 6.

Figura 6 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutidos (08/11)



Bem como no caso das duas outras emissoras, a publicação mais repercutida se apresentou como um convite à opinião do público torcedor. Assim como feito pela ESPN, a pergunta tematiza as dificuldades enfrentadas pelo Flamengo e pelo seu então treinador, Domenèc Torrent. Nesse caso, a publicação já direciona o debate para a problemática defensiva, citando os placares largamente adversos sofridos pela equipe.

Ainda que grande parte das respostas tenha se atido ao proposto pelo convite à opinião, chama a atenção a frequente ocorrência de comentários idênticos ao mais repercutido e destacado na Figura 6 (14, ao todo). Num movimento aparentemente espontâneo, vários perfis de torcedores rivais aderiram à provocação exposta, no caso acima, por um torcedor do Internacional. Cópias exatas desse texto renderam, inclusive, a maioria dos 8 debates gerados a partir de respostas à publicação do perfil oficial da emissora (todos calcados na indignação de torcedores flamenguistas).

Figura 8 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (09/11)



A publicação que mais repercutiu nesse dia consistiu na replicação de uma matéria publicada originalmente no site da emissora. Pelo retratado, o vice-presidente de relações externas do Flamengo (Luiz Eduardo Baptista, o BAP) estaria dificultando a renovação do goleiro Diego Alves e entrando em rota de colisão com outro dirigente do clube carioca, o vice-presidente de futebol Marcos Braz. A resposta do público destacada para contextualização nos parece bem representativa da indignação gerada em grande parte da torcida que ali se manifestou: vê-se como absurda a postura do dirigente flamenguista, e, no caso em questão, chega-se a atribuir à matéria e à emissora um aura de credibilidade, sendo elas responsáveis por evidenciar a conflituosa política interna do clube.

Figura 9 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 09/11)



O tom de certa forma autocrítico é referendado pela maioria dos torcedores que dialogam com a indignação inicial. No entanto, ainda que direcionado, sobretudo, à diretoria (posta em questão pela matéria), percebemos que ele chega a se ater ao papel da torcida em si, quando numa das respostas outro flamenguista considera os aficionados pelo clube “cegos e omissos”.

A atribuição de culpa à imprensa por noticiar um ponto negativo do clube, que, a priori, imaginávamos aparecer como padrão, vem à tona em somente uma intervenção, ilustrada no terceiro diálogo da Figura 9. Quando ela aparece, no entanto, é acompanhada pela ressalva de um terceiro torcedor, que chama a atenção para a falta de credibilidade do dirigente em questão.

@ESP_Interativo

O perfil do Esporte Interativo publicou, no dia 09/11, um total de 33 *tweets* respondidos 10 ou mais vezes. O que mais repercutiu somou um total de 586 respostas. Dentre essas, 24 geraram debate; e o debate que incitou mais novas respostas recebeu ao todo 23. A Figura 10 retrata as publicações a serem contextualizadas.

Figura 10 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutados (09/11)



Mais uma vez, percebemos que a publicação mais repercutada se apresenta como uma enquete aberta ao público, um convite à opinião sobre um assunto específico. A emissora se apropria de um debate em voga para alcançar os níveis de engajamento pretendidos, e o faz abordando um assunto que tematiza o clube mais popular do país. No caso da resposta mais repercutada, observamos uma torcedora escolhendo uma das opções levantadas pelo canal e adicionando outra que considera viável; ao mesmo passo em que entende que o restante não se apresenta como possível.

No entanto, o comentário responsável por incitar a maior parte do debate atrelado às publicações já destacadas foi feito por outro torcedor em respostas à primeira. Nesse caso, um são paulino entrevistado para afirmar que um dos treinadores pretendidos pelo Flamengo naquela altura não assinaria com o clube: Rogério Ceni. Talvez pelo fato de o nome em questão ser ídolo do São Paulo, o torcedor tenha registrado um certo incômodo em vê-lo associado a outro clube do sudeste do país.

Figura 11 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 09/11)



Eis que a partir desse novo debate posto, e da mais uma vez ocorrente citação a outros clubes inicialmente não envolvidos, novas demonstrações de afirmação de identificações clubísticas conflituosas se apresentaram nas respostas. A começar por um novo diálogo incitado por um torcedor flamenguista que não aceitou ver seu clube comparado aos outros.

Figura 12 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 09/11)



A confirmação da ida de Rogério Ceni ao Flamengo, poucas horas depois do início do debate, também rendeu provocações de torcedores rubro-negros, ilustradas na Figura

13. Nela também consta o ingresso de um torcedor palmeirense na discussão, considerando inaceitável a possibilidade de interesse do seu clube pelo referido treinador.

Figura 13 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 09/11)



Todos esses recortes apresentados deixam evidente que se pode atribuir a motivação do embate desenrolado a partir da publicação do perfil oficial da emissora mais uma vez às necessidades afirmativas das respectivas identificações clubísticas; pelo menos de maneira mais frequente do que a conversas ponderadas sobre a possibilidade de serem vistos concretizados acontecimentos desagradáveis para o detentor de determinados afetos.

@FoxSportsBrasil

No dia 09/11, o perfil oficial da Fox Sports obteve um total de 69 publicações com 10 ou mais respostas do público. Aquela que mais repercutiu alcançou o impressionante número de 1.100 respostas. Ainda que em altíssima quantidade, observamos que apenas 7 debates ocorreram entre os torcedores. O mais profícuo obteve 18 novas respostas. A Figura 14 nos auxilia nesta contextualização.

Figura 14 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutados (09/11)



Assim como no caso dos dois outros canais mapeados, a publicação do perfil oficial da Fox Sports mais repercutada no dia 09/11 envolveu o clube mais popular do Brasil, e mais uma vez tematizou a demissão do treinador Domenèc Torrent. Ela se apresentou como uma enquete aberta aos torcedores, em mais um convite ao debate, lançando como questão central o acerto ou não por parte do clube na escolha pela demissão. Dentre as mais de 1000 respostas, das mais variadas, aquela que mais repercutiu também obedeceu algo que temos observado como padrão: tratou-se de um comentário controverso, de uma provocação por parte de torcedores de outros times. No caso, um torcedor são paulino acusa o clube de falha no planejamento, considerando um erro a demissão e chegando à conclusão de que o sucesso de 2019 foi alcançado por sorte (ponto que parece ter sido central para a indignação responsiva).

Figura 15 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX – 09/11)



No primeiro diálogo destacado, à esquerda na Figura 15, observamos o ingresso de um torcedor palmeirense no debate por intermédio de uma breve ressalva sobre a narrativa de sorte seguida de um endosso, ao que o são paulino responde com apreço e na tentativa de demonstrar as suas boas intenções. Fica evidente que, ainda que seja uma linha argumentativa pretensamente equilibrada, é mais fácil para torcedores rivais trabalharem com essa narrativa.

No caso das várias respostas de flamenguistas, ilustradas pelos diálogos destacados no lado direito da Figura 15, a indignação é mais uma vez o principal incitador. O questionamento direto à ideia de sorte põe por terra a possibilidade de ingresso num debate que aparentava ser pretendido, pelo são paulino, no campo da razoabilidade. Para os flamenguistas envolvidos, não é possível acionar um debate argumentativo calcado na noção de que o sucesso foi obtido por ordem do acaso; ao que respondem, portanto, com outro modelo de expressão de afetos clubísticos, esse mais evidentemente vulgar.

4.2.3 Terça-feira (10/11/20)

@ESPNBrasil

No dia 10/11, as publicações do perfil da ESPN Brasil que obtiveram 10 ou mais respostas somaram um total de 50. Aquela que mais repercutiu recebeu 602 respostas. Dessas, 15 geraram debate entre o público; sendo aquela que mais incitou discussão responsável, por si só, por 9 novas respostas. A Figura 16 ilustra as publicações destacadas para fins de contextualização.

Figura 16 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (10/11)



Mais uma vez a publicação consistiu numa espécie de convite à opinião do público, e mais uma vez tematizou a contratação do técnico Rogério Ceni pelo Flamengo. Outro aspecto que se repete é o tom polêmico da resposta responsável pelo debate mais denso. No caso, um torcedor do Internacional ironiza a contratação apresentando a possibilidade de insucesso do treinador no clube carioca sucedido de retorno ao Fortaleza, seu clube anterior. Essa é uma clara referência à transferência do técnico do Fortaleza para o Cruzeiro, em 2019, por essa ter ocorrido, de certa forma, nos moldes da ironia apresentada. Essa referência velada ao clube mineiro rendeu uma outra resposta responsável por avivar ainda mais o debate, essa já feita por um torcedor do Atlético-MG.

Figura 17 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 10/11)



O comentário do torcedor atleticano rendeu dois debates travados no decorrer das 9 respostas já assinaladas. O primeiro deu conta do valor da multa rescisória paga pelo Flamengo ao Fortaleza. O segundo repercutiu o tamanho dos clubes mineiros, em resposta ao desdém com o qual o Cruzeiro foi tratado pelo torcedor rival.

Figura 18 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 10/11)



Nos diálogos destacados à esquerda, percebemos a intervenção de torcedores flamenguistas com a intenção de diminuir a importância do valor rescisório. O que chama a atenção é a resposta do torcedor do Internacional, que nos parece fazer um duplo movimento: diminuir o Fortaleza, clube de origem do treinador, e por consequência o Flamengo, por contratá-lo. A provocação se estende a níveis ainda mais profundos. Já no lado direito, estão os casos de referência ao tamanho dos clubes mineiros, quando flamenguistas e um provável cruzeirense rebatem a provocação atleticana.

Em todos esses níveis, a afirmação da identificação clubística aparece em diferentes gradações e expressões, por vezes a um passo da vulgarização. O contato entre torcedores, quando não efetivado por meio de provocações irônicas, parece estar sempre muito próximo de formas retóricas mais conflituosas.

@ESP_Interativo

As publicações do Esporte Interativo que obtiveram 10 ou mais respostas no dia 10/11 somaram um total de 40. Aquela que mais recebeu respostas totalizou 471 delas. Dessas 471, 27 geraram debate entre o público; tendo aquela que mais incitou discussão recebido um total de 41 novas respostas. A Figura 19 destaca as publicações a serem contextualizadas.

Figura 19 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutidos (10/11)



O *tweet* do Esporte Interativo que mais repercutiu no dia 10/11 fez referência à montagem (ainda em curso até então) de um time ideal dos melhores jogadores do primeiro turno do campeonato, escolhidos pelo voto de torcedores nas redes sociais da emissora. O motivo central de tamanha repercussão foi a presença dominante de jogadores do Flamengo, mesmo com a fase conturbada vivida pelo clube. Certamente, a recorrência de jogadores flamenguistas se justifica pelo tamanho de sua torcida e pelo caráter popular da eleição; fato esse que não impediu o despertar da indignação de outros torcedores. Como destacado também na Figura 19, a resposta do público que mais incitou debate consistiu na montagem de uma seleção alegadamente isenta da influência

clubística flamenguista. Nessa, somente dois jogadores rubro-negros estariam eleitos. O torcedor, diga-se, é são-paulino.

Figura 20 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 10/11)



No extenso debate desenrolado nas 41 respostas obtidas pela montagem da seleção ideal feita pelo torcedor são-paulino pudemos observar, naturalmente, diferentes tendências. Destacamos na Figura 20 algumas delas. À esquerda, vemos vários comentários que, apesar de uma ou duas ressalvas, endossaram a seleção montada pelo primeiro torcedor. Dentre esses casos, dois atleticanos sugerem uma troca envolvendo o ingresso de jogadores dos seus clubes; e um flamenguista o faz sem defender jogadores rubro-negros. Percebemos um debate que se pretende isento e equilibrado, como raramente ocorre nessas interações.

No diálogo destacado à direita, verificamos outra forma de ingresso por parte de um flamenguista. Ao defender com naturalidade a presença massiva de jogadores do seu clube, o mesmo reconhece que isso se atribui ao caráter popular da eleição, e que, mesmo que pessoalmente não considere razoável a presença de tantos flamenguistas, reafirma o seu voto naqueles que representam o clube que ama. Numa argumentação mais pragmática (capaz de reconhecer também o clubismo, mas o tornando razoável), o torcedor lembra o atleticano de que muito provavelmente ele faria o mesmo. Aqui, o trânsito entre o posicionamento que poderia ser considerado racional ou clubista não cessa em um dos dois campos, borrando uma linha opositiva.

@FoxSportsBrasil

As publicações feitas pelo perfil da Fox Sports no dia 10/11 que geraram 10 ou mais respostas somaram um total de 67. A que mais as recebeu totalizou 579. Dessas, ao todo 13 geraram debate entre o público; sendo 13 também o número de novas respostas obtidas pelo debate que mais suscitou engajamento. Verifiquemos as publicações a serem contextualizadas.

Figura 21 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutidos (10/11)



Como nos demonstra a Figura 21, mais uma vez a publicação que rendeu mais debate se apresentou como uma enquete aberta com convite à opinião do público. Nela, a emissora compara duas contratações de técnicos confirmadas no mesmo dia: Abel Braga, pelo Internacional, e Rogério Ceni, pelo Flamengo. A resposta que mais gerou novas respostas pareceu defender a prevalência de Abel Braga, mas demonstrou fazê-lo, num segundo olhar, de forma irônica.

Nela, um torcedor flamenguista brinca com a escolha do Internacional. Isso muito provavelmente se dá pela recente passagem do treinador pelo Flamengo, considerada malsucedida. Ao ver um técnico tido como ultrapassado sendo colocado em paralelo a outro tido como promissor, o torcedor expressou, por meio do deboche, a absurdidade com a qual encara tal comparação. Pela repercussão, verificamos que vários outros perfis endossaram a brincadeira.

Figura 22 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX – 10/11)



Ainda que, para muitos, o tom sarcástico tenha ficado evidente, também observamos a ocorrência de torcedores que levaram a sério a provocação e a utilizaram para criticar mais abertamente o treinador contratado pelo Internacional. Um deles, como apresentado na Figura 23, torcedor do maior rival do clube gaúcho, pareceu achar razoável a fala sarcástica, apenas pontuando que Abel não poderia treinar o seu clube pela identificação que tem com o Internacional.

Figura 23 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX – 10/11)



4.2.4 Quarta-feira (11/11/20)

@ESPNBrasil

No dia 11/11, as publicações do perfil da ESPN que obtiveram 10 ou mais respostas somaram um total de 29. Aquela que mais repercutiu gerou 105 respostas. Dentre essas, 9 suscitaram debate entre o público, sendo o debate mais longo responsável por 5 novas respostas. A Figura 24 destaca o conteúdo a ser contextualizado.

Figura 24 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (11/11)



Pelos dados pouco expressivos, fica evidente que esse talvez tenha sido, pelo menos no caso do perfil da ESPN, um dos dias com a menor ocorrência de controvérsias debatidas. Pela primeira vez, verificamos que a publicação mais repercutida tematizou a seleção brasileira, e não um dos clubes do Brasileirão. No caso, a postagem contém um link que redireciona o leitor a um trecho da coletiva do jogador Gabriel Jesus, publicado no site da emissora, e traz na manchete e na chamada do *Twitter* uma fala central da entrevista: a constatação, por parte do jogador, de que deveria fazer gols. A aparente obviedade da constatação gerou diversos comentários sarcásticos, mas o que mais

repercutiu, como também demonstra a Figura 24, foi a crítica de um torcedor ao fato de ele ter sido o camisa 9 do Brasil na última Copa do Mundo.

Figura 25 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 11/11)



Poucas também foram as discussões desenroladas a partir da crítica do primeiro torcedor. Como demonstrado na Figura 25, e apesar de a maioria das respostas à publicação da emissora terem seguido o mesmo caminho da destacada na Figura 24, alguns torcedores saíram em defesa do atacante e justificaram a sua falta de gols na Copa do Mundo pela função tática por ele exercida. Dentre esses, vale destacar, 3 palmeirenses (torcedores do clube pelo qual Gabriel Jesus foi revelado).

@ESP_Interativo

As publicações que obtiveram 10 ou mais repostas no perfil do Esporte Interativo no dia 11/11 somaram um total de 34. Aquela que mais repercutiu recebeu 349 respostas, dentre as quais 28 suscitaram debate. O debate que mais gerou discussão entre o público suscitou 41 novas respostas. A Figura 26 os ilustra.

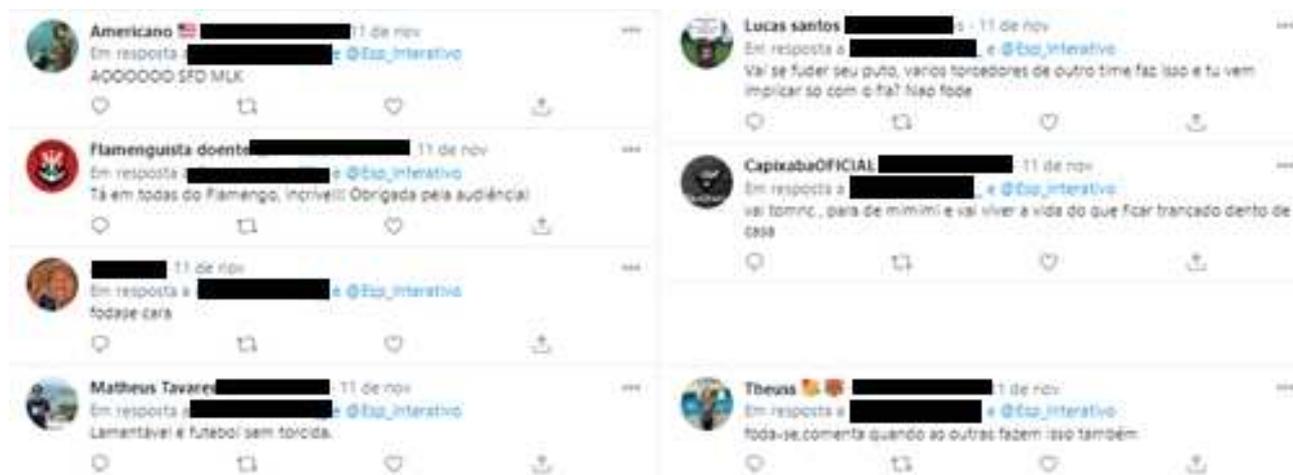
Figura 26 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutidos (11/11)



Mais uma vez, a publicação feita pelo perfil oficial da emissora tematizou o Flamengo, dessa vez dando destaque à sua torcida e à festa realizada na recepção do time para um jogo. No entanto, um fato inédito veio também à tona: a resposta que gerou mais debate problematizou uma dimensão política do evento e da publicação que o romantiza. Aqui, mais explicitamente, o embate clubístico se confunde com o político na cobrança pela aglomeração exposta e na defesa afirmativa da mesma.

Essa soma de motivações afetivas para a problematização do primeiro torcedor suscitou, em vários dos que se opuseram nas respostas, um duplo ultraje às suas formas de identificação. Parecem não somente ter visto questionada a sua essência flamenguista, como também viram a narrativa de tranquilidade frente a pandemia (com a qual, aparentemente, coadunam) sendo posta em cheque. A Figura 27 demonstra essas reações.

Figura 27 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI – 11/11)



Essa contextualização é a que demonstra de maneira mais explícita a relação dos afetos clubísticos com aqueles da ordem do político. As expressões de identificação entram em um sólido conflito com a alteridade que representa não mais um sujeito outro com diferenças contornáveis, mas uma existência que, ao também se expressar, acaba por atingir várias identificações do primeiro; não se limitando a afetos clubísticos costumeiramente rivalizados.

@FoxSportsBrasil

As publicações do perfil da Fox Sports no dia 11/11 que renderam 10 ou mais respostas foram, ao todo, 68. Aquela que mais obteve respostas por si só angariou um total de 392. Dessas, 26 geraram debate entre o público; tendo aquela que mais rendeu novas respostas obtido um total de 30. A Figura 28 as destaca.

Figura 28 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutidos (11/11)



Mais uma vez a publicação mais repercutida tematizou o Flamengo; e mais uma vez a resposta que gerou mais debate se apresentou como provocação de um torcedor de outro clube. No presente caso, o perfil da Fox Sports publicou um vídeo do funk feito pela torcida para o técnico Rogério Ceni, recém contratado pelo clube carioca (outro assunto recorrente). A resposta, de um torcedor são-paulino (clube pelo qual Rogério é o ídolo máximo, como jogador), ironiza o fato de o treinador já receber tamanha homenagem e constata que, por conta disso, ele já estaria sendo tratado como ídolo flamenguista. O são-paulino ainda afirma que essa rápida ascensão representaria a carência da torcida rubro-negra.

Figura 29 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX – 11/11)



Dentro do debate de 30 respostas, destacam-se a defesa da idolatria do jogador Ronaldo Angelim (menosprezado no comentário inicial) e novas provocações em resposta ao são-paulino, insinuando que ele estaria incomodado ao ver seu maior ídolo em outro clube. O debate, no geral, permaneceu nesse campo puramente controverso e conflitante entre flamenguistas e o são-paulino em questão.

4.2.5 Quinta-feira (12/11/20)

@ESPNBrasil

O perfil da ESPN Brasil publicou ao todo 16 *tweets* que obtiveram 10 ou mais respostas no dia 12/11. Aquele que mais recebeu respostas somou um total de 866. Foram 37 debates desenrolados a partir da publicação da emissora, e o debate mais profícuo rendeu 20 novas respostas entre o público. A Figura 30 ilustra o conteúdo a ser contextualizado.

Figura 30 - Tweet da ESPN Brasil e resposta do público mais repercutidos (12/11)



Dessa vez, a publicação mais repercutida não trouxe em si um tema propriamente controverso, mas deu destaque a algo que diversos espectadores consideraram supérfluo. O vídeo de um treinamento da seleção brasileira e do acerto de um cruzamento pelo jogador Everton Ribeiro, do Flamengo, apresentado como algo especial, provocou em diversos torcedores, principalmente de clubes rivais (talvez passe por aqui o aspecto que mais aproxime a publicação de uma controvérsia) respostas irônicas e críticas. Como evidenciado na Figura 31, a resposta em questão foi de um torcedor palmeirense.

Figura 31 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN – 12/11)



Destacamos aqui a sequência mais significativa do debate gerado pela resposta. Nela, a ironia inicialmente posta em jogo pelo torcedor palmeirense é levada adiante por um número considerável de perfis, rendendo, nessa continuidade sarcástica exagerada, 9 repostas de outros torcedores. Dentre eles, foi possível identificar a presença de atleticanos, corintianos, e outro palmeirense.

Apesar de também rivais entre si (sobretudo corintianos e palmeirenses), vemos aqui um exemplo do encontro de identificações clubísticas diferentes num espaço de certa forma ainda dotado daquela autoafirmação de desfavorecimento. Como se, ao reconhecerem uma postura do canal que compreendem se apresentar em benefício de um clube rival (fica evidente a referência feita ao fato de o jogador ser flamenguista, ainda que no momento em questão estivesse com a Seleção Brasileira), tomassem para si a posição de um lado prejudicado e expressassem esse sentimento, no presente caso, na forma de ironia, mesmo sendo, entre si, também rivais. No caso destacado, corintianos e palmeirenses ultrapassam esse recorte de identificação excludente entre si e se encontram na posição, imaginamos, de paulistas, rivalizando com os favorecidos cariocas.

@ESP_Interativo

No dia 12/11, o perfil do Esporte Interativo publicou um total de 21 *tweets* que obtiveram 10 ou mais respostas do público. Aquele que mais engajou debate totalizou 511 respostas. Dessas, 36 geraram debate entre o público; e aquela que mais repercutiu obteve, por si só, 16 novas respostas. Os *tweets* a serem contextualizados constam na Figura 32.

Figura 32 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutidos (12/11)



Bem como no dia 10/11, a publicação do perfil do Esporte Interativo mais repercutida entre o público fez referência à montagem, via votação popular, da seleção ideal do primeiro turno do Campeonato Brasileiro. Dominada por jogadores do Flamengo, também é recorrente a indignação de torcedores de outros times com a montagem da seleção. Aparentemente sem se atentar para o caráter popular da eleição, o torcedor responsável por incitar o debate mais profícuo expressa estranheza na dominância rubro-negra. Dessa resposta, se desenrola um longo diálogo entre outros dois torcedores.

apontar, no debate com outro flamenguista, a natureza tendenciosa das indicações dos atletas. Para ela, a indicação das opções flamenguistas tem a intenção de gerar engajamento e revolta, já que a emissora sabe que os torcedores do clube elegerão seus representantes. Ainda que, de certa forma, favorecidos pelos parâmetros da eleição, os flamenguistas aqui engajados demonstram entendimento da lógica por trás da indignação de seus rivais.

@FoxSportsBrasil

Foram ao todo 29 publicações do perfil da Fox Sports que receberam 10 ou mais respostas do público no dia 12/11. Aquela que, por si só, mais recebeu respostas totalizou 993. Dessas, 19 geraram debate; e aquela que mais incitou discussão entre o público obteve 16 novas respostas. A Figura 34 ilustra os casos a serem contextualizados.

Figura 34 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutidos (12/11)



Mais uma vez, a controvérsia mais repercutida envolveu o clube mais popular do Brasil. Nesse caso, após um jogo entre Flamengo e São Paulo (vencido pelo clube paulista) pela Copa do Brasil, a publicação do perfil da Fox consistiu numa

autorreferência direta, trazendo para o *Twitter* a opinião de um de seus comentaristas (Leandro Quesada) emitida durante a mesa redonda pós-jogo transmitida pelo canal na TV. A intenção parece mais uma vez muito clara: gerar controvérsia e o resultante engajamento. Como o jogo foi vencido pelo São Paulo, soa contraditória a opinião de que “se tivesse um vencedor, deveria ter sido o Flamengo”, motivo pelo qual a grande repercussão se deu. A resposta do público responsável pelo mais extenso debate, como também se observa na Figura 34, consistiu na admissão por um flamenguista de que o importante seria vencer o jogo, embora o seu clube do coração tenha sido, na visão dele, muito superior. Daí desenrolaram-se diversas respostas de são-paulinos.

Figura 35 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX - 12/11)



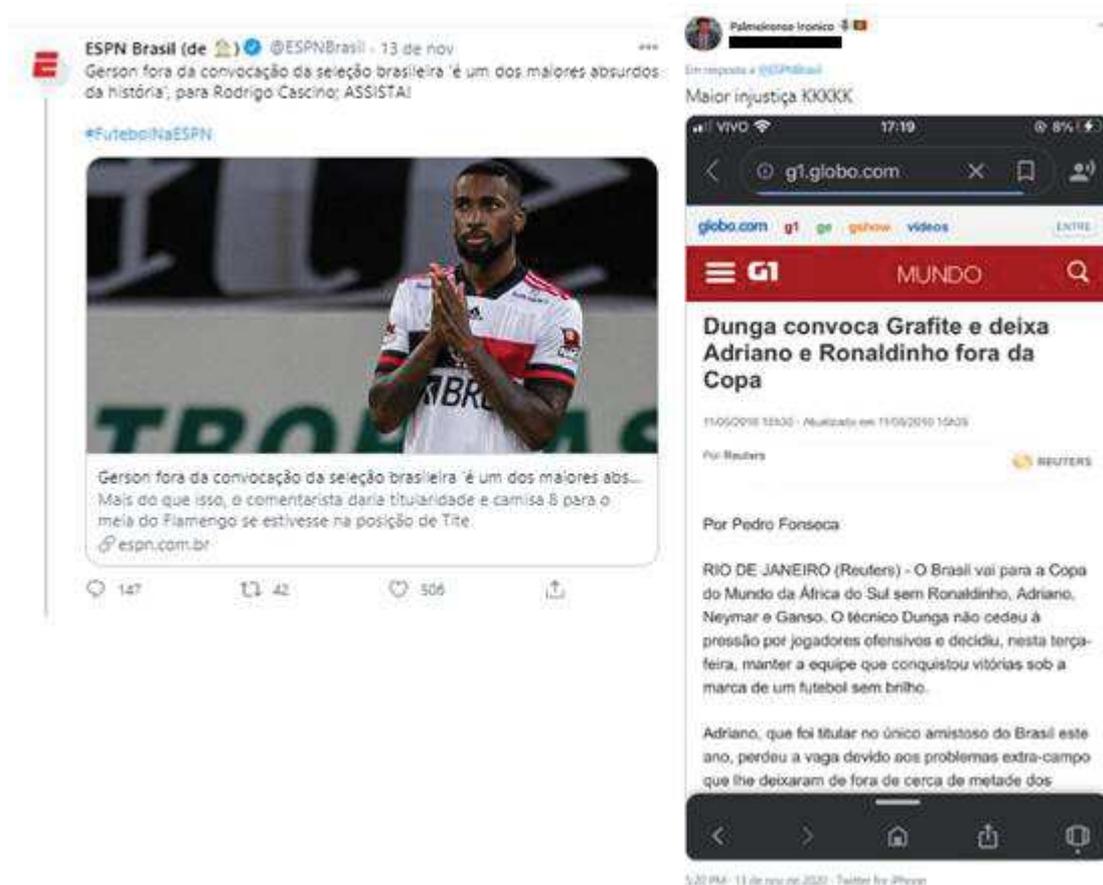
O ingresso dos torcedores são-paulinos no debate se ateve à afirmação de que eles já estariam comemorando a classificação (o jogo de volta ainda estaria por vir). Alguns pareceram se incomodar com a ideia, outros admitiram a empolgação e um torcedor chegou a questionar: “Não pode comemorar a vitória?”. Fato é que, embora esteja claro que a maioria das 993 respostas à publicação da emissora tenham sido em tom de indignação pela opinião controversa do seu jornalista (objetivo aparentemente premeditado pelo canal), o debate mais profícuo não passou por essa temática. Os torcedores são-paulinos que aqui ingressaram o fizeram em resposta ao flamenguista, e não ao jornalista e/ou a emissora. A provocação da resposta ao torcedor rival esteve à frente de qualquer questionamento direcionado ao canal.

4.2.6 Sexta-feira (13/11/20)

@ESPNBrasil

No dia 13/11, o perfil da ESPN Brasil obteve 10 ou mais respostas num total de 8 publicações. Aquela que mais repercutiu obteve, por si só, 147 respostas. Dessas, 12 geraram debate entre o público, sendo a mais profícua responsável por apenas 4 novas respostas. A Figura 36 ilustra o cenário.

Figura 36 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (13/11)



A publicação do perfil da ESPN que mais recebeu respostas nesse dia repercutiu a fala do jornalista Rodrigo Cascino num programa da Fox Sports. Na fala, o jornalista considera a ausência do jogador Gerson, do Flamengo, na lista de convocados à Seleção Brasileira, um dos maiores absurdos do futebol. Em resposta ao que consideraram um exagero, vários torcedores, principalmente de outros clubes, questionaram o comentário e rememoraram outras ausências marcantes na história do futebol brasileiro. Como também destacado na figura, a resposta do público que mais gerou debate trouxe à tona a

ausência dos jogadores Adriano e Ronaldinho na lista de convocados para a Copa do Mundo de 2010.

Figura 37 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN - 13/11)



O curto debate desenrolado a partir do comentário do torcedor palmeirense levou em consideração a teoria de que a ausência de Adriano teria sido motivada por um treinamento assistido por Dunga, então treinador da seleção brasileira. Nesse recorte, a ausência de Gerson não voltou a ser repercutida.

@ESP_Interativo

O perfil do Esporte Interativo publicou um total de 12 *tweets* que obtiveram 10 ou mais respostas no dia 13/11. A publicação que mais repercutiu obteve um total de 494 respostas. Desses, 27 geraram debate entre o público; e aquele que mais repercutiu suscitou 20 novas respostas. A Figura 38 nos permite fazer a contextualização.

Figura 38 - Tweet do Esporte Interativo e resposta do público mais repercutados (13/11)



Pelo terceiro dia, a publicação do perfil do Esporte Interativo que mais repercutiu fez referência à montagem da seleção do primeiro turno do Campeonato Brasileiro. Mais uma vez, a predominância de jogadores do Flamengo, decorrente do caráter popular da votação, causou indignação em torcedores de outros clubes. Na resposta que mais suscitou debate, um torcedor do Internacional criticou o Esporte Interativo e a Fox Sports, considerando serem esses canais que favorecem o clube carioca.

Figura 39 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI - 13/11)



O debate dessa vez se iniciou pelo alerta de torcedores do Flamengo para o caráter popular da votação como justificativa da presença massiva de atletas do seu clube. Apesar de não ter se apresentado como uma discussão profícua, o ingresso de vários torcedores flamenguistas no debate com a intenção de justificar o ocorrido pode nos indicar, mais uma vez, a tentativa de desvincular-se da posição de privilégio. Nos parece que esse engajamento se justifica pela acusação de favorecimento ao clube carioca, posição que, como já destacamos em contextualizações anteriores, parece extremamente incômoda para aqueles que nela são colocados.

@FoxSportsBrasil

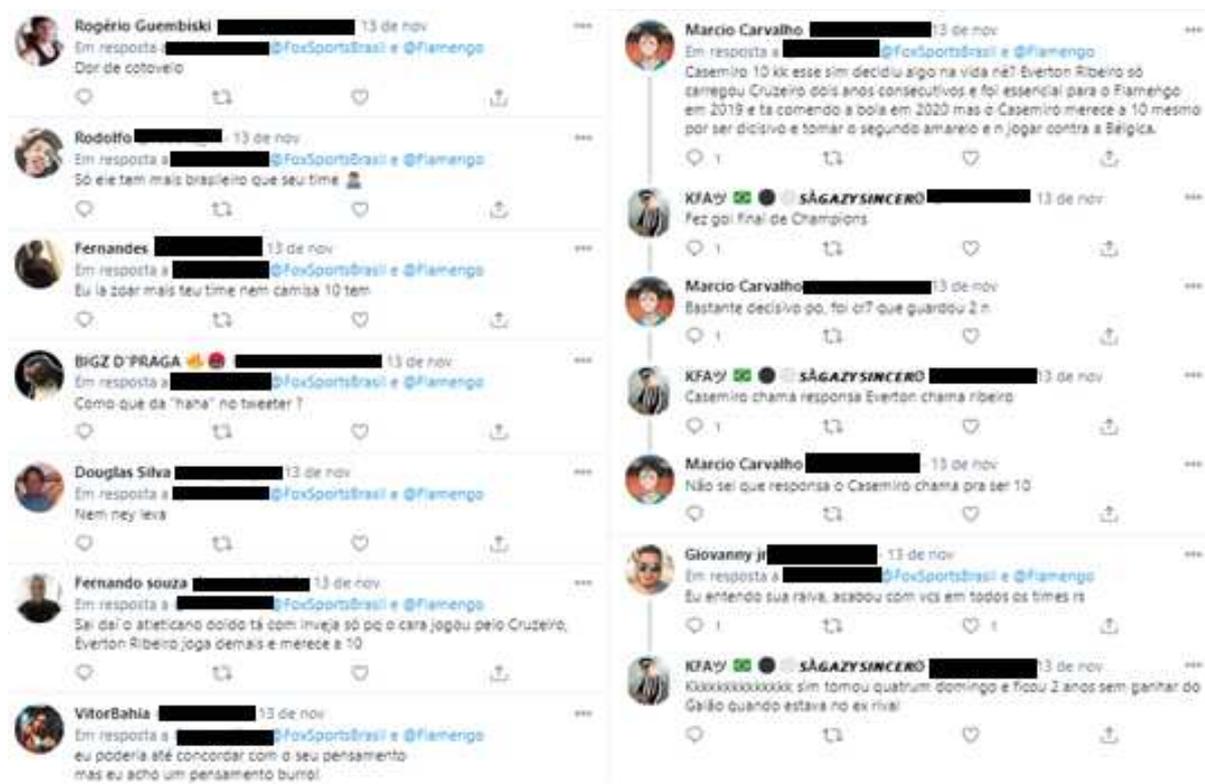
No dia 13/11, foram 20 as publicações do perfil da Fox Sports que receberam 10 ou mais respostas do público. A publicação que mais as recebeu obteve um total de 306; sendo 26 debates suscitados a partir delas. O debate que mais repercutiu foi responsável por 49 novas respostas. A Figura 40 destaca a publicação do canal e a resposta do público a serem contextualizadas.

Figura 40 - Tweet da Fox Sports e resposta do público mais repercutidos (13/11)



Mais uma vez, a publicação mais repercutida tematizou o Flamengo, mesmo que de forma indireta. No caso, a notícia de que o jogador Everton Ribeiro assumiria a camisa 10 da Seleção Brasileira depois do corte de Neymar rendeu diversas críticas de torcedores de outros clubes. Um torcedor do Atlético-MG expressou sua indignação com a escolha e ofereceu o que consideraria uma alternativa mais razoável.

Figura 41 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX - 13/11)



Na primeira coluna do debate destacado, verificamos provocações de outros torcedores que não obtiveram respostas do primeiro. Nelas, chega-se a associar o incômodo do atleticano ao fato de Evert Ribeiro já ter jogado no Cruzeiro, seu maior rival. Nos diálogos destacados na coluna da direita, constam as respostas do atleticano aos comentários de terceiros. Ambas também passam pelo Cruzeiro e incitam o sustento argumentativo pelo torcedor, mas não parecem apresentar aspectos para além do debate mais vulgar calcado no conflito das identificações clubísticas em questão.

4.2.7 Sábado (14/11/20)

@ESPNBrasil

No dia 14/11, o perfil da ESPN Brasil publicou um total de 9 *tweets* que receberam 10 ou mais respostas. Aquele que mais repercutiu obteve um total de 324 respostas. 9 delas geraram debate entre o público; e aquela que mais suscitou novas respostas obteve um pequeno total de 6. A Figura 42 contextualiza os *tweets*.

Figura 42 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutidos (14/11)



A publicação do Esporte Interativo que mais rendeu comentários entre o público no dia 14/11 foi uma espécie de enquete, permitindo ao público realizar a escolha entre os 3 Ronaldos: Gaúcho, Cristiano e Fenômeno. Uma rara oportunidade na qual o debate foge das dimensões clubísticas nacionais. A resposta mais repercutida (ainda que pouco) é a escolha de um torcedor pelo jogador português, ilustrada com uma imagem do atleta exibindo suas 5 bolas de ouro (referentes ao prêmio de melhor jogador do mundo).

Figura 43 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (ESPN - 14/11)



Apesar de não remeter aos debates comumente relacionados aos afetos clubísticos de torcedores, sobretudo aqueles projetados em clubes brasileiros, a discussão desenrolada a partir da escolha por Cristiano Ronaldo acabou trilhando outra comparação de cunho afetivo (essa não proposta inicialmente pelo canal). Dois outros torcedores responderam ao primeiro com imagens de Messi e suas 6 bolas de ouro, trazendo à tona uma rivalidade bastante presente nas redes sociais: Messi x Cristiano Ronaldo. Nesse momento, já nem entravam na discussão os Ronaldos brasileiros, e a identificação clubística foi substituída por uma análoga, mas atrelada a jogadores específicos.

@ESP_Interativo

Foram ao todo 14 publicações do Esporte Interativo que receberam 10 ou mais respostas no dia 14/11. Aquela que mais as recebeu totalizou 273. Dessas, 26 suscitaram novas respostas entre o público; sendo o debate mais profícuo responsável por 12 delas. A Figura 44 destaca os *tweets* a serem contextualizados.

Figura 44 - Tweet do EI e resposta do público mais repercutidos (14/11)



Pela quarta vez (sendo a terceira seguida), a publicação do perfil do Esporte Interativo que mais repercutiu entre o público retratou a montagem da seleção do primeiro turno do Campeonato Brasileiro por votação popular. Também mais uma vez, a resposta que mais gerou debate foi crítica à predominância de jogadores do Flamengo. O debate desenrolado a partir do comentário do torcedor se dá entre ele e um terceiro, este, atleticano.

Figura 45 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (EI - 14/11)



Bem como no caso do dia 12/11, uma questão central vem à tona a partir da indignação do torcedor: o reconhecimento de que a controvérsia gerada configura uma estratégia programada pelo canal com a intenção – bem-sucedida - de gerar engajamento. Esse alerta (feito anteriormente por uma torcedora flamenguista capaz de reconhecer o favorecimento inevitável dado ao seu clube em virtude da metodologia de montagem da seleção) agora é feito por um torcedor do Atlético-MG. Ele ingressa no debate com uma abordagem pretensamente equilibrada, quase que lembrando ao outro torcedor que era de se esperar um resultado incoerente como esse e que não se pode atribuir culpa aos flamenguistas. A conversa termina com o maior reforço possível do ponto do atleticano: é justamente pela indignação do primeiro torcedor que esse tipo de publicação é reiteradamente acionado.

@FoxSportsBrasil

No caso da Fox Sports Brasil, o número de publicações que receberam 10 ou mais respostas no dia 14/11 somou um total de apenas 13. Aquela que mais recebeu respostas, por si só, obteve ao todo 428. Dessas, 11 geraram debate entre o público; sendo o debate mais profícuo o responsável por 15 novas respostas. Observemos na Figura 46.

Figura 46 - Tweet da Fox e resposta do público mais repercutidos (14/11)



A publicação da Fox Sports mais repercutida no dia 14/11 tematizou um lance do jogo entre Corinthians e Atlético-MG, considerado por muitos um pênalti não marcado em favor do clube mineiro. Com uma opinião que segue esse mesmo caminho, o torcedor atleticano em questão insinuou o que considera ser o favorecimento reiterado da arbitragem à equipe paulista.

Figura 47 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (FOX - 14/11)



As respostas ao atleticano consistiram em intervenções de torcedores que, em mais um caso, não aceitaram ocupar a posição de favorecimento a eles imputada. Em resposta à indignação pelo prejuízo causado ao Atlético, os corintianos destacaram lances nos quais teriam sido eles os prejudicados, em mais uma tentativa de se afastar da imagem previamente construída. O lance do confronto entre Corinthians x Atlético fica em segundo plano e nem se torna discutível em si. O que engaja o debate é a atribuição e rejeição do estatuto de clube favorecido pela arbitragem.

4.3 Análise das práticas de sociabilidade

A contextualização diária e por perfil tornou possível a tão almejada aproximação com aquilo que propriamente podemos chamar de debate entre o público espectador (e seguidor) do futebol televisivo nas redes sociais de internet. A própria opção pelo

acompanhamento de respostas direcionados aos perfis oficiais das emissoras não figurava como caminho possível nas pretensões iniciais deste trabalho.

Quando a proposta que dava esteio às aspirações metodológicas centralizava as noções de Social TV e conversação em rede sem os contrapontos posteriormente realizados, os olhares continuavam direcionados ao acompanhamento das *hashtags* relacionadas às transmissões televisivas, tomando-as como a materialização de retóricas que atribuíam ao ato de publicizar um comentário um impulso de relativização das estruturas de broadcast e de reforço de laços de sociabilidade que se demonstraram profundamente frágeis nas análises anteriormente realizadas. Ainda que (e até por isso) repletas de uma essência conflituosa, as superfícies de contato com o Outro, se efetivamente materializadas, encontravam-se longe de simples indexadores sociotécnicos.

Num movimento realizado, então, em dois níveis, primeiramente nos afastamos de uma análise de publicações soltas em *hashtags* que pudesse se ater somente aos seus conteúdos temáticos (nesse caso, uma análise que trabalharia exclusivamente com o polo da recepção dos conteúdos televisivos); para depois, na aproximação junto às respostas do público aos perfis oficiais, observar também alguns dos aspectos presentes na provocação dos debates (movimento que nos permitiu também lançar luz ao polo da transmissão, já que com ele pudemos verificar parte do comportamento das emissoras no *Twitter*).

A partir desse empreendimento empírico, foi possível observar padrões temáticos e estruturais nas conversações em questão. O estranhamento necessário ao reconhecimento de repetições e desvios nos processos de proposição e repercussão de debates num espaço gramatizado como o *Twitter* rendeu apontamentos que trazemos ao trabalho agora de forma mais atenta, tendo em mãos a contextualização acima realizada e o caminho teórico trilhado.

Os primeiros apontamentos a serem reforçados concernem ao comportamento geral das emissoras nas redes. Ficou evidente, em repetidos casos, a apropriação feita de debates já em curso nesses ambientes. Como que agendando o conteúdo a ser criado, o enfoque do público em temas específicos e de caráter temporal mais localizado (como um lance polêmico de um jogo em andamento) suscitou a proposição de espaços institucionais de debate atrelados aos perfis oficiais. Uma tendência de certa forma relacionada à essa apropriação comum das três emissoras foi a proposição do que percebemos como convites à opinião e variações de enquetes. Seja por indagações mais

abertas (nos moldes de: “O que achou, torcedor?”), ou pela apresentação de opções de voto, em 14 das 21 contextualizações realizadas a publicação do perfil oficial que mais repercutiu obedeceu a esse tipo de formato.

Também foi recorrente, no que concerne ao comportamento do público, o que compreendemos como a necessidade de negação de posições de privilégio. Quando discussões envolvendo uma retórica de favorecimento a qualquer clube vieram à tona, coube aos torcedores da equipe alçada a essa posição o seu questionamento assertivo, geralmente feito com o acionamento de uma linha argumentativa cujo objetivo se mostrou a inversão da narrativa. Esse tipo de comportamento ficou mais evidente nas contextualizações dos perfis do Esporte Interativo nos dias 08/11 e 13/11; e da Fox no dia 14/11.

Diretamente relacionada à negação do privilégio imputado por terceiros, percebemos que uma certa relativização da condição absoluta da identificação clubística torna-se viável quando, por fatores específicos, ocorre uma espécie de encontro de rivais na condição de injustiçados. Como apresentado, esse aspecto fica mais evidente no debate desenrolado a partir da publicação do perfil da ESPN no dia 12/11. Nele, torcedores de alguns clubes rivais entre si (incluindo palmeirenses e corintianos, talvez a maior rivalidade do futebol paulista) se unem no apontamento implícito de uma forma de favorecimento da emissora ao Flamengo, manifestado pelo que consideraram a exaltação exagerada do jogador Éverton Ribeiro. Em outra oportunidade, na associação da falta de punição ao jogador Felipe Melo a uma suposta ajuda a todos os clubes paulistas, levantada por um torcedor vascaíno na repercussão da publicação contextualizada a partir do perfil do Esporte Interativo no dia 08/11, também foi apresentada, de certa forma, uma identificação relativa ao estado de origem do clube, e não somente ao clube em si. Para desenvolver ainda mais esse ponto, trazemos à tona uma situação semelhante verificada no mapeamento piloto.

Figura 48 - Tweet da ESPN e resposta do público mais repercutados (MAPEAMENTO PILOTO - 22/10)



O autor da resposta que mais gerou debate neste dia da observação prévia, torcedor palmeirense, vê na defesa do técnico recém demitido feita pelo jornalista Paulo Lima uma afronta ao time pelo qual torce, e depreende, dessa constatação, que o responsável pela opinião seria torcedor do Flamengo. Aqui também conseguimos ver a tensão clubística materializada numa “apreensão metonímica do outro” (MARTINO, 2016), com a afirmação da identificação afetiva (no caso, do torcedor como palmeirense) sendo antagonizada, sem a necessidade de elementos mais densos, ao que se depreende do adversário em questão (no caso, a constatação de que o jornalista seria flamenguista). O debate desenrolado a partir da manifestação do palmeirense responde às duas tendências que temos apontado: se apresenta como a negação, por parte de torcedores flamenguistas, da posição de favorecimento; seguida da retificação feita pelo primeiro e do encontro final na comunhão de um sentimento de injustiça.

Figura 49 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (MAPEAMENTO PILOTO - 22/10)



Figura 50 - Debate entre torcedores a partir das respostas à publicação da emissora (MAPEAMENTO PILOTO - 22/10)



Chamou a nossa atenção a reação do torcedor palmeirense responsável pelo início do debate ao ser confrontado por torcedores flamenguistas que se sentiram, ainda que indiretamente, atacados pela fala do primeiro. Ele acolhe a argumentação dos torcedores rivais e passa a concordar com eles ao perceber que também realizam uma crítica contundente ao jornalista. Aqui, a tensão clubística se expressa em forma de solidariedade a um outro que também se apresenta como desrespeitado, num diálogo repleto de ressalvas e absente da admissão de que haja para si qualquer favorecimento retórico por parte da imprensa.

Como expressões empíricas da condição dialética que circunda o tipo de experiência sobre a qual aqui nos debruçamos, exemplos como esse foram capazes de nos apresentar novos níveis de complexidade referentes aos processos de identificação que antes tratávamos como prioritariamente clubísticos (ou políticos). Tendo sido, simultaneamente, motivo de conflito entre aqueles que negaram ocupar os espaços de privilégio e os seus acusadores, e ponto de superação de diferenças a partir do encontro de torcedores rivais na autoafirmação de uma condição desprivilegiada, esse recorte empírico vai além das inferências apresentadas no segundo capítulo. Ele abarca situações nas quais as identificações clubísticas se mostraram passíveis de alguma relativização; ao mesmo passo em que reforça parte do que acreditávamos configurar a relação dos sujeitos com a alteridade futebolística e digital ao condicionar a relativização de identificações clubísticas primordialmente incompatíveis ao descobrimento de alguma outra forma de reconhecimento capaz de fundar um “comum” entre os torcedores em contato (seja na posição mais genérica de injustiçados; seja no acionamento de uma naturalidade coincidente, como no caso do encontro de palmeirenses e corintianos enquanto paulistas). Outro nível metonímico se materializa nesse exemplo por duas vias complexas: tanto ao permitir a construção de novas rivalidades entre identificações que generalizam um outro conflitante; quanto na viabilidade de novas formas de se expressar aquele privilégio dado a um “núcleo de interações concêntricas” (MARTINO, 2016) que, por mais que de caráter passageiro, nesse caso permite aos torcedores, também metonimicamente, simpatizar com sujeitos anteriormente tratados como rivais.

Outro ponto em que as identificações acionadas vão além das clubísticas é o que se evidencia no debate desenrolado a partir da publicação do perfil do Esporte Interativo mais repercutida no dia 11/11. Vale lembrar: nesse dia, o perfil da emissora publicou, em tom de celebração, um vídeo da recepção dos jogadores do Flamengo pela sua torcida antes de um jogo contra o São Paulo. Ao questionar a aglomeração, um torcedor foi

atacado por flamenguistas numa vulgarização das potencialidades políticas inerentes ao debate em questão (debate que, no fim das contas, passou dos clubes à Covid). Como sugerido na contextualização, acreditamos que nesse caso resida, dentre o corpus observado, a expressão mais evidente daquela substituição do objeto central de aspirações políticas coletivas a qual Sodré (1984) fez referência, bem como da hipótese que lançamos a partir desse postulado. Como sugerimos anteriormente, nos parece que a conversação em rede/Social TV sobre conteúdos futebolísticos se apresenta como outra forma de canalizar a energia psíquica grupal oriunda da frustração político-social à qual Sodré também se refere. Nesse caso específico, a demanda por reconhecimento político ultrapassa a demanda clubística (embora a ela ainda se articule) no que talvez seja, por essa soma de fatores, a mais tensa das relações entre as identificações realizadas e as alteridades que delas emergiram durante o período mapeado. Aqui a falação esportiva não é somente paródia do discurso político, de tal forma que com ele se confunde.

O reconhecimento de certas estratégias comerciais das emissoras, por parte do público, também foi outro ponto merecedor de destaque. No mapeamento, essas situações vieram à tona, principalmente, nos casos da montagem da seleção do primeiro turno do Campeonato Brasileiro realizada pelo Esporte Interativo, por intermédio de votação popular. Tendo sido, ao todo, temática responsável pela maior incidência de debates em 4 dos 7 dias observados (sendo 3 seguidos), a repercussão feita pelo público nos dias 12/11 e 14/11 culminou na identificação crítica de artifícios comuns de engajamento postos em prática pelos perfis da emissora.

No caso do dia 12/11, chamou a atenção a compreensão crítica de uma torcedora flamenguista em diferentes níveis. Inicialmente, mesmo sendo torcedora do clube favorecido pela metodologia de montagem, ela soube reconhecer a desigualdade inerente ao modelo proposto. Depois, como forma de solucionar o problema, chega a propor que o canal opere nos mesmos termos do perfil do Campeonato Brasileiro (para o qual, na eleição de seleções ideais, haveria um limite de jogadores a serem votados por time). A compreensão dessas camadas desemboca na inferência central de que “(...) eles já colocam sabendo que vai gerar discussão e por consequência mais engajamento pra eles”. No dia 14/11, essa compreensão crítica aparece novamente e desemboca quase que numa metareferência. Um torcedor atleticano conclui o debate com a constatação de que: “na real eles mesmo sabem que muitos ai não merecem, mais (sic) fazem pra outra torcidas ficarem p**** igual tu ai”. A argumentação do torcedor ganha força ao concluir que o

próprio debate travado entre os dois é resultante da indignação do outro, o que provaria ter sido bem-sucedida aquela que é considerada a intenção prévia da emissora.

Por fim, como também foi destacado na introdução, outro ponto que nos chamou a atenção foi a ocorrência do que nos soou como a expressão de um certo clubismo razoável. Novamente em um dos casos nos quais se discutiu a formação da seleção do primeiro turno do Campeonato Brasileiro pelo perfil do Esporte Interativo (falamos, agora, do dia 10/11), a presença massiva de jogadores flamenguistas foi justificada com naturalidade por um torcedor do clube num movimento retórico que foi capaz de borrar completamente a linha que separou de maneira mais clara, em outros momentos, dois modelos de argumentação diferentes: um pretensamente mais racional, equilibrado; e outro mais abertamente situado no campo do emocional e declaradamente clubístico.

Como mais uma expressão empírica das contradições que aqui temos apresentado (talvez a mais palpável delas), esse postulado declaradamente ambíguo resume como nenhum outro a complexidade dos processos de sociabilidade postos em prática ao redor da experiência do futebol televisivo intermediada por espaços de debate viabilizados em redes digitais. Mais um elemento que nos permite concluir que, em todos os níveis de sua estrutura, o futebol televisivo e suas identificações clubísticas colocam em operação pulsões eminentemente dialéticas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A escrita desta dissertação foi, até aqui, o momento mais importante de uma trajetória de pesquisa que tem feito da relação existente entre futebol e televisão o seu interesse temático central. Esteve também sempre presente a intenção de investigar a referida relação sob parâmetros (sobretudo empíricos) que trouxessem para o debate a importância dos espaços digitais como uma espécie de terceiro elemento a ser ponderado. Nessa vereda, a inflexão crítica aqui pretendida (e, esperamos, alcançada) reorganiza o olhar que se lança para o cenário descrito e dá um passo que pretendeu observar as experiências que envolvem a fruição do futebol, da televisão e das redes sociais de internet sem linhas que as separassem tão claramente.

De tal forma, o reconhecimento de que o foco deveria se voltar para as práticas de sociabilidade ao redor de transmissões televisivas de futebol desenroladas nas redes sociais de internet foi a pedra angular do trabalho. Como ponto de partida dessa pretensão investigativa, realizamos no primeiro esforço teórico o acionamento dos conceitos de conversação em rede e Social TV. Ainda pertencente a esse primeiro movimento, mas já engendrando as bases para o que viria a seguir, pudemos também enveredar pelas dimensões discursivas dessa sociabilidade a partir da noção de falação esportiva. Com o amparo dos apontamentos iniciais, demos forma a um segundo esforço teórico (esse mais estrutural) e versamos sobre aquelas tensões que denominamos dialéticas do futebol televisivo, operação que nos rendeu o alcance das formulações hipotéticas que apresentamos. Por fim, munidos desse olhar mais macro e das pistas que ele nos deu, pudemos retornar, dessa vez por exercícios empíricos, àquele “falar sobre” o futebol televisivo, tratado, inicialmente, por vias exclusivamente teóricas. Naturalmente, o itinerário percorrido na construção do trabalho foi muito menos linear do que se sugere nesse breve relato; mas acreditamos também haver nele uma lógica valiosa para fins conclusivos.

Na esteira dos apontamentos hipotéticos aos quais o caminho descrito nos permitiu chegar, avançamos até a conclusão de que, nas diversas relações dialéticas observadas (despretensão lúdica vs institucionalização; teatralidade vs televisualidade; entretenimento vs jornalismo; clubismo vs razoabilidade; etc), as demandas impredicadas acabam sendo instrumentalizadas pela formatividade institucional. O processo que aqui apresentamos como a racionalização do futebol capitaneada pela centralidade que a televisão ganha na sua fruição (transformada, ao fim e ao cabo, em mais uma forma de consumo) compromete a ocorrência de experiências (no seu sentido conceitual que

remete ao reviramento, à transformação) e culmina na conversão do esporte em um espaço vazio a ser preenchido por projeções estritamente pessoais.

Assumindo a sua dimensão mercadológica como horizonte absoluto, o futebol televisivo avança também no estabelecimento de uma estrutura inerentemente generalista. Desde as moldurações (TELLES, 2013) do jogo esportivo, repetidas em larga escala por um modelo já consolidado pelo futebol televisivo, até os discursos que, segundo Sandvoss (2003), instrumentalizam polaridades genéricas (força vs habilidade, time favorito vs azarão, juventude vs experiência, habilidade inata vs determinação obstinada, etc); estaria sendo construído um padrão que passa a ignorar os pormenores de cada evento transmitido. Trata-se, portanto, de uma estandardização tanto técnica quanto estética; calcada num processo que, para Sandvoss (2003), resulta na desterritorialização e na hiper-realidade, formando premissas que levam os torcedores à produção de textos futebolísticos semioticamente abertos e vazios.

Vale reforçar que é à essa experiência do futebol televisivo e à sua natureza referencial esvaziada que as expressões de sociabilidade no digital respondem tão bem. Também incorporadas numa lógica racionalista, as redes sociais de internet passam a ser, por si mesmas, novos espaços de realização daquela autodeterminação semiótica à qual Sandvoss (2003) fez referência quando tematizou a formação de afetos futebolísticos. Já operando a construção de uma identificação vinculada à experiência do futebol, o torcedor faria uso do digital e da sua “opacidade de uma apreensão metonímica do outro” resultante do excesso de informações nele contido (MARTINO, 2016) de uma forma reiteradamente autocentrada.

Já a perda dos espaços de experiência coletiva e de participação presencial dos torcedores poderia ser, segundo a lógica discursiva operada pelas emissoras e por entusiastas da retórica de relativização das estruturas de broadcast, substituída pelo uso das redes sociais de internet. A ideia reforçada institucionalmente ao redor das plataformas digitais é a de que elas permitiriam novas formas de socialização em torno do futebol televisivo, prescindindo do contato físico pertencente a experiências coletivas do estádio.

A despeito de realmente possuírem uma potencialidade socializante, o que fazemos aqui é o questionamento da suposta substituição equivalente de experiências (mais uma vez tomadas no seu sentido transformador) por diálogos calcados em discursos prevalentemente fáticos (daí a importância da concepção de falação esportiva), responsáveis por engendrar o contato entre torcedores numa superficialidade absente de

reviramento. Não se trata de considerar que a vivência do futebol *in loco* seja originalmente permeada por uma relação com a alteridade muito diferente daquela que aqui criticamos e atribuímos ao digital (basta reconhecer que a problemática do contato com o outro no futebol está mais relacionada aos afetos clubísticos do que aos meios pelos quais eles se expressam; e que o referido discurso fático já era manejado muito antes do advento dessas novas formas tecnológicas). No entanto, imbuído de qualidades próprias, que são somadas à já inerentemente conflituosa relação do sujeito com a alteridade futebolística, o digital se adequaria perfeitamente às demandas de racionalização do futebol televisivo e às suas consequências culturais e sociais.

Na mesma esteira dessas constatações, acreditamos que o empreendimento analítico realizado acabou por reforçar a hipótese apresentada, ainda que tenha também complexificado o olhar lançado sobre a relação entre identificação clubística e alteridade ao expor casos capazes de borrar essa e outras fronteiras. No retorno ao “falar sobre” o futebol televisivo dotado do amadurecimento teórico permitido pela observação das suas dialéticas, percebemos que o avanço crítico realizado foi fundamental para o manejo de dados nos quais pululavam dissidências.

Com esses dados concluímos também que a padronização da experiência de consumo do futebol, decorrente do referido processo de racionalização ao qual este é submetido na sua forma televisiva, incide na expressão dos afetos futebolísticos por intermédio de apreensões metonímicas de rivais e simpatizantes via redes sociais de internet; num processo que permite, a depender do referencial acionado, uma margem de trânsito do mesmo “outro” entre esses dois significantes opositivos.

A negação de posições de privilégio; a relativização de identificações clubísticas primordialmente incompatíveis em nome de algum “comum” encontrado em outras formas de identificação; a substituição do objeto de aspirações políticas em casos como num debate sobre aglomerações e COVID imbricado de dimensões clubísticas; e a ocorrência daquilo que entendemos como a expressão de um certo clubismo razoável, pelo qual iniciamos o trabalho; foram todas expressões empíricas das tensões inerentes aos afetos futebolísticos e da potencialização das mesmas pelo intermédio de espaços digitais de socialização.

Ainda que, munidos desses apontamentos, consideremos ter avançado na investigação crítica que pretendíamos, também é imprescindível reconhecer que não fez parte dos objetivos do trabalho alcançar uma conclusão contundente sobre um fenômeno tão complexo quanto o futebol televisivo e sua imbricação com os espaços digitais. Mais

do que providos de respostas, saímos do percurso de pesquisa e escrita provocados a aprofundar ainda mais um saber que tematiza e estranha estruturas tão comuns ao nosso cotidiano

Se há, no entanto, a possibilidade de nos aventurarmos na elaboração de um postulado mais ilativo, este aponta para constatação de que cabe aprimorarmos cada vez mais a crítica das dimensões instrumentais presentes na relação instável entre expressões de profundo apelo cultural e os imperativos industriais e mercadológicos que as insuflam. Sendo o futebol na sua forma televisiva uma das principais manifestações desse liame no mundo contemporâneo, que sejamos capazes tanto de compreender as estruturas daquelas degenerações do esporte às quais Eco e tantos outros fazem referência (ainda que sob diferentes denominações), quanto de desenvolver condições de resistência ao esvaziamento de experiências por elas provocado.

6. REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Tradução: Guido Antonio de Almeida. – Rio de Janeiro: ZAHAR, 2006.
- ALABARCÉS, Pablo. Deporte, Televisión y Estado: Estética, Espectáculo y Política en la Argentina. In: MARQUES, José Carlos e MORAIS, Osvando J. de (Orgs.). **Esportes na Idade Mídia: diversão, informação e educação**. São Paulo: Intercom, 2012, p. 49 – 75.
- ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. **O COMPORTAMENTO MULTITELA NA TV SOCIAL: um estudo das práticas midiáticas em torno de The Voice Brasil e MasterChef Brasil**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UFF, 2018.
- BALE, John. **‘Virtual fandoms: futurescapes of football’**, in A. Brown (ed.) *Fanatics: Power, Identity and Fandom in Football*, London: Routledge, 1998.
- BASTOS, Antonio. **Futebol e Televisão: Análise do programa Bate-Bola da ESPN Brasil e das participações dos espectadores via Twitter**. Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Comunicação, UFPA, 2017.
- BASTOS, Antonio. **Falar sobre o futebol televisivo: Práticas de Social TV e Conversação em Rede que engendram Falação Esportiva**. I Encontro da Rede de Pesquisadores em Comunicação Multiplataforma (RedCom), 2020.
- BAUDRILLARD, Jean. **La transparencia del mal: Ensayo sobre los fenómenos extremos**. Traducción de Joaquín Jordá, Barcelona, Editora Anagrama, 1991.
- CARLÓN, Mario. Repensando os debates anglo-saxões e latino-americanos sobre o “fim da televisão”. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. **O fim da televisão**. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 11-33.
- CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. O fim da televisão, diálogos. In: CARLÓN, Mario.; FECHINE, Yvana. **O fim da televisão**. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 7-10.
- D’ANDRÉA, Carlos. Conexões intermediáticas entre transmissões audiovisuais e redes sociais online: possibilidades e tensionamentos. **Revista Comunicação Midiática**. Bauru/SP, v.10, n.2, p. 61-75, mai-ago 2015.
- D’ANDRÉA, Carlos. **Controvérsias midiáticas no Twitter durante transmissões televisivas ao vivo: a rede “exoesqueleto” na abertura da Copa 2014**. Revista Famecos, v.23, n.2, mai-ago. 2016.
- D’ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando Plataformas Online: Conceitos e Métodos**. Salvador: Edufba, 2020 (a).
- D’ANDRÉA, Carlos. **PARA ALÉM DOS “DADOS COLETADOS”**: políticas das APIs e mediações algorítmicas nas plataformas de mídia social. Anais do XXIX Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande - MS, 2020 (b).

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

FECHINE, Yvana. **TV Social**: contribuição para a delimitação do conceito. *Contracampo*, Niterói, v. 36, n. 01, p. 84-98, abr. 2017 / jul. 2017.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **Temporalidade, mediação e tecnologia no jornalismo em ambientes digitais**. 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo, 2018.

GERLITZ, Carolin; RIEDER, Bernhard. **Tweets Are Not Created Equal**: Investigating Twitter's Client Ecosystem. *International Journal of Communication* 12 (2018), 528–547.

HAN, Byung-Chul. **No enxame**: Perspectivas do digital. Petrópolis: Vozes, 2018.

MAFFEI, Luis. **O futebol no capitalismo**: uma poética da contradição?. *FuLiA / UFMG*, vol. 1, n. 1, set.-dez, 2016.

MARQUES, José Carlos. A FALAÇÃO ESPORTIVA (O DISCURSO DA IMPRENSA ESPORTIVA E O ASPECTO MÍTICO DO FUTEBOL). XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2002.

MALCHER, Maria Ataíde; FLORÊNCIO, Felipe Jailson Sousa Oliveira; BASTOS, Antonio Edson Alcântara. Futebol como ambiente interacional de experiências estéticas na América Latina. XXXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2015.

MARQUES, Angela Cristina Salgueiro; MARTINO, Luis Mauro Sá. **A comunicação, o comum e a alteridade**: para uma epistemologia da experiência estética. *Revista Logos*, v. 22, p. 31-44, 2015.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **A potência da alteridade nas mídias digitais**: uma perspectiva de identidade e diferença. *Revista Lumina*, Vol. 10, n. 2, p. 1-17, ago. 2016.

MIRANDA, Fernanda Chocron; BASTOS, Antonio Edson Alcântara. Não basta assistir, é preciso debater futebol: As interações do público do programa Bate-Bola no Twitter. XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2016.

MORAGAS, Miquel de. Deporte, Medios de Comunicación e Identidades em La Sociedad Global. In: MARQUES, José Carlos e MORAIS, Osvando J. de (Orgs.). **Esportes na Idade Mídia**: diversão, informação e educação. São Paulo: Intercom, 2012, p. 17-48.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2º edição, 2014.

SAFATLE, Vladimir. **O Circuito dos Afetos**: Corpos Políticos, desamparo e o fim do indivíduo. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

SANDVOSS, Cornel. **A Game of Two Halves**: football, television and globalization. Londres e Nova Iorque: Routledge, 2003.

SIGILIANO, Daiana. **Social TV: o laço social no backchannel de The X-Files**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UFJF, 2017.

SIGILIANO, Daiana; BORGES, Gabriela (b). The Voice: novas formas de participação e interação na segunda tela. **Rumores**. v.9, n.18 – jul-dez 2015. p. 52-71.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**: função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis, Vozes, 1984.

TELLES, Marcio. **A recriação dos tempos mortos do futebol pela televisão**: molduras, moldurações e figuras televisivas. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação Comunicação e Informação, UFRGS, 2013.

TELLES, Márcio. **O “Padrão Globo de Jornalismo Esportivo” dez anos depois**: problematizando um consenso. Revista FuLiA / UFMG, v. 5, n. 1, jan.-abr., 2020.

TELLES, Marcio; SILVEIRA, Fabrício. O espetáculo do futebol: experiência estética. XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Recife. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2011.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1990.