

# CRICIÚMA X FORTALEZA: UM SHOW PARA ALÉM DO DISCURSO MIDIÁTICO

Diego de Sousa Mendes – Acad. EF – UFSC

<diegomendes20@hotmail.com>

Mauro Silveira Maule – Prof. EF – Acad. Pedagogia – UDESC

<mauromaule@yahoo.com.br>

## RESUMO

*Este estudo visou investigar a relação estabelecida entre o discurso midiático e a espetacularização do esporte, onde os torcedores são os consumidores deste espetáculo. O objetivo do trabalho é transcender e inverter esta lógica estabelecida, colocando o torcedor como principal elemento do show esportivo, apropriando da própria linguagem midiática para explicar esta hipótese, através de um vídeo produzido aos moldes de um video-clip, a partir da final da série B do Campeonato brasileiro de 2002 no jogo Criciúma X Fortaleza.*

## INTRODUÇÃO

Não é de hoje, os eventos esportivos estão sendo transformados em espetáculos, num comércio que tem um cobiçado valor pelo telemercado, pela mídia, que transforma o produto final deste em um verdadeiro mercado virtual. Desta forma, esta perspectiva tem implicações na vida cotidiana das pessoas, e é fruto da chamada “Industria Cultural”.

O conceito de “Industria Cultural”, foi elaborado por Theodor Adorno e Max Horkheimer, em 1985, e se refere à racionalização das técnicas de produção de produtos culturais adaptados ao consumo das massas e que determina esse consumo.

Desta forma, a “Industria Cultural” também age neste sentido, uma vez que produz os bens culturais como mercadoria e os cidadãos em consumidores, mas também, e principalmente, no sentido de expropriar a cultura do povo. O fim é retirar dos homens o senso de pertencimento cultural, familiar e regional. E, deste modo, o sujeito cultural passa a ser um consumidor de cultura, da sua própria cultura ressignificada (Gomes, 1999). Neste sentido, podemos facilmente estabelecer um paralelo com os espetáculos esportivos, isso por que, os torcedores que primariamente seriam os geradores da cultura desportiva, passam a consumi-la, como se esta fosse um bem “particular” e não um bem de “domínio” público, pois é produzido pela massa. Passam também a consumir um espetáculo onde eles próprios são os artistas.

Nem por um momento podemos imaginar um espetáculo esportivo ou qualquer espetáculo que seja, sem a presença do público, dos torcedores. Tomemos como exemplo, o caso da “Final do Campeonato Brasileiro da Série B” pois este foi o nosso objeto de estudo. Previamente já sabíamos que seria um espetáculo, mas não um espetáculo produzido somente pelos jogadores, mas produzido também pela torcida, independente do resultado. Se por um acaso, nenhum torcedor comparecesse ao jogo certamente não teríamos um espetáculo. Na verdade não teríamos mais do que uma simples “pelada” que são jogadas pelos milhares de “campinhos” que existem pelo interior do nosso país.

Segundo Oliveira (2001, p.106 ),

Vivemos numa sociedade que pauta seus princípios no lucro, na eficiência e na utilidade, na qual os indivíduos têm passado por um processo de coisificação, perdendo, então, suas identidades para ceder espaço às funções que exercem na sociedade...

Por esta lógica, podemos facilmente tentar compreender o raciocínio utilizado pela indústria cultural para o desenvolvimento de suas ações. Pois na verdade o que a “Indústria Cultural” faz, nada mais é, do oferecer às massas como bem de consumo, um produto produzido por elas mesmas, em outras palavras, as massas compram o que elas mesmas produziram. E o fazem sem ter a real consciência deste mecanismo utilizado pela “Indústria Cultural”, pois este conhecimento, a “Indústria Cultural” faz questão de não tornar conhecido, ou até permite este tomar de consciência, como uma espécie de pseudo-satisfação.

Outro aspecto bastante relevante e que não pode ser esquecido, diz respeito às conseqüências desta forma de relacionamento encontrado pela “Indústria Cultural” com as massas. Uma vez que a “Indústria Cultural” reduz a complexidade do fenômeno, para que este se torne mais facilmente assimilado pelas massas, ela cria um outro conceito, é o conceito de semicultura, que também é de autoria de Theodor Adorno. Foi criado no início da década de 60 e somente publicado no Brasil no ano de 1996. A semicultura é fruto da “Indústria Cultural”, trata-se do consumo da cultura, e de como a “Indústria Cultural”, por meio da mídia “industrializou” os produtos culturais, segundo Pires e Oliveira (2002, p.289), semicultura pode ser definida da seguinte forma:

...é a integração enquanto ideologia, constituindo a tensão entre a concepção de realidade e a realidade mesma. Nessa dinâmica, a contínua reprodução das condições objetivas mantém a impotência da consciência crítica. Os conteúdos da (semi) formação tornam-se objetivos, coisificados, com caráter de mercadoria, sem relações vivas com os sujeitos, já que se constituem a partir de noções ideológicas, que tiram as relações entre sujeito e realidade.

Na verdade o que a Indústria Cultural faz é reduzir a complexidade da realidade, facilitando desta forma, a compreensão e promovendo a adaptação do cidadão ao seu ritmo e linguagem, conseqüentemente favorecendo o consumo dos bens culturais que ela veicula. Sendo assim, mantém de forma estratégica as massas alienadas em relação a este processo, isso é fundamental para a manutenção do mercado criando e mantido pelas massas. Estando alienadas a este processo, as massas não têm total compreensão da complexidade destes conhecimentos, é o que Pires e Oliveira (2002) citam, a chamada semiformação. Para os autores, as capacidades críticas, comunicativas e a criatividade não são habilidades inatas; são construídas ou negadas, valorizadas ou reprimidas, tematizadas para servirem de ferramentas pedagógicas ou exploratórias como possibilidades da prática educativa. Como não é de interesse da “Indústria Cultural” que as massas sejam “educadas”, autônomas ou emancipadas, ela não mede esforços para que os componentes das massas se enxerguem enquanto agentes construtivos do processo, sendo assim, estão constantemente sendo influenciados pela “Indústria Cultural”, e desta forma, contribuem para a manutenção deste processo.

Contada tal situação, decidimos pela realização de um estudo que pudesse mostrar a outra “face” deste “espetáculo”, onde os verdadeiros “atores” são os torcedores, as massas. Por esta ótica, os torcedores passaram a protagonistas do espetáculo, deixando na condição de meros coadjuvantes, os jogadores.

## **IMAGENS COMO CAMINHO METODOLÓGICO.**

Este estudo foi realizado como trabalho de conclusão da disciplina Ed. Física Esporte e Mídia do CDS/ UFSC e <sup>1</sup>dividido em duas etapas: inicialmente foi realizada uma fundamentação teórica, com intuito de se acumular conhecimentos prévios, que dissesse respeito ao fenômeno proposto a ser estudado. Fez-se a opção por esta metodologia, pela necessidade de se ter uma fundamentação teórica que viesse a dar suporte a ótica pela qual foi feita análise e interpretação do problema.

Numa segunda etapa, foi realizado um trabalho de campo que é descrito a seguir. Buscamos explorar o universo pesquisado, descrevendo algumas características deste universo, e buscando apresentar algumas explicações. Contamos colaboração de dois outros acadêmicos<sup>2</sup> durante o processo de Filmagens e elaboração de roteiro.

O campo empírico foi os acontecimentos que envolveram a partida Criciúma x Fortaleza, válida pela final do Campeonato Brasileiro de Futebol da Série B do ano de 2002. O regulamento deste campeonato garantia aos dois finalistas a participação no ano seguinte no Campeonato Brasileiro de Futebol da Série A. E ao campeão, além do título, a participação na Copa do Brasil. Estes dois, são os maiores e mais importantes campeonatos de futebol existentes no Brasil, e os dois reservam a seus vencedores participação na Copa Libertadores da América, esta a mais importante competição para os times do Continente americano.

Para a coleta de dados usamos duas filmadoras amadoras mini VHS. Uma localizada estrategicamente dentro dos domínios do gramado, onde pudemos captar as ações dos torcedores na sua totalidade, e outra nas arquibancadas, onde estivemos em contado direto com os torcedores. Também foram realizadas filmagens anteriores ao início da partida, estas fora do estádio e também filmagens depois do término da partida, onde pudemos contrastar os diferentes momentos. Também foram realizadas pequenas entrevistas com os torcedores, antes, durante e depois da partida.

Ao todo realizamos aproximadamente 2 horas de imagens, o que depois de realizada a edição nos rendeu a produção de um pequeno documentário com aproximadamente 13 minutos de duração.

## **PARA QUAL ESPETÁCULO AS LENTES DA TV SÃO DIRIGIDAS?**

Para qual espetáculo vão as lentes da TV? Esta pergunta parece ter uma resposta evidente, pois já estamos acostumados com “Espetáculos” esportivos tradicionais, onde toda a atenção é destinada aos atletas, e são certamente eles os merecedores de toda a atenção. Os torcedores, que no nosso ponto de vista são os verdadeiros “artistas” deste espetáculo, não merecem nenhuma atenção. Nossa proposta como dito anteriormente, foi a elaboração de um estudo que viesse a inverter esta lógica, colocando a condição de protagonistas os torcedores.

Para tal exigência, optamos pela construção de um breve documentário onde pudéssemos mostrar por detrás das lentes oficiais da TV, um outro espetáculo. Isto foi feito, e como resultado obtemos um vídeo, que foi editado aos moldes de um vídeo-clipe, no qual tivemos a oportunidade de expressar uma outra face ou espetáculo. Nesta perspectiva o próprio olhar midiático demonstra o quanto se pode manipular as prioridades a serem apresentadas aos receptores assim como foi comentado na descrição dos conceitos de Indústria Cultural e Semi Cultura. No caso de nossos estudos, o olhar da câmera nos

---

<sup>1</sup> CDS/UFSC: Centro de Desportos/Universidade Federal de Santa Catarina.

<sup>2</sup> Colaboraram os acadêmicos Marcelo G. Heidemann e Mozart Maragno.

apresentou um direcionamento de toda mídia esportiva focando e centralizando a espetacularização do esporte somente na partida de futebol em si, reduzindo o fenômeno em sua complexidade e totalidade, desarticulando-o de outros elementos como, por exemplo, os torcedores. Esta centralização das lentes televisivas somente nos atletas pode ser explicada pelo poder comercial que estes exercem sobre os “consumidores/torcedores”, evidenciando um estreito paralelo existente entre Espetacularização e Mercadorização Esportiva como sugere Oléias (1999, p.87).

O isolamento dessa manifestação cultural (esporte) das camadas populares refere-se fundamentalmente à sua prática. Mantém-se, entretanto, o consumo de produtos esportivos. Por sua vez, é o mercado que interage no meio social e faz o papel de mediador com a sociedade. Esta interação/mediação compreende a atividade – consumo, que atinge as camadas populares através da indústria cultura, que vai desde a construção do imaginário social até a produção e venda dessas mercadorias, em forma de espetáculo.

O telemercado juntamente com o discurso midiático formam um sistema concreto para a manipulação da consciência sobre o papel do torcedor em meio aos procedimentos de espetacularização do esporte, através principalmente da oportunidade que a tecnologia televisiva propicia através da edição de imagens e do direcionamento proposital das lentes das câmeras somente para os atletas e suas camisetas/propagandas, anúncios ao redor do campo e todo tipo de marketing possível de apresentação pela TV. Assim, os torcedores por não trazerem intencionalmente e significativamente elementos comerciais, são colocados como se não participassem de forma direta na espetacularização, ficando confinados a condição única de consumidores esportivos. Desde a década de 70 na Europa com a chamada “nova esquerda” havia uma crítica aos modelos de produtividade e rendimento da sociedade e nesta mesma crítica incluía-se o esporte, que já era utilizado como objeto de manipulação da classe dominante segundo o autor J. M. Brohm como foi citado por Bracht (1998), comprovando que não é de hoje que se utiliza o fenômeno esporte como substrato para manipulação de massa.

## **VÁ AO ESTÁDIO, ASSISTA A UM ESPETÁCULO ESPORTIVO E GANHE UM OUTRO SHOW!**

Vá ao estádio, assista a um espetáculo esportivo e ganhe um outro show, e tudo isso pagando por apenas um. Esta frase certamente poderia ser o “slogan” do Campeonato Brasileiro de 2004, isso se fosse reconhecida por parte dos organizadores do evento o show que é realizado pelos torcedores. Na verdade, sabemos que os organizadores dos eventos esportivos sabem do tamanho da importância que os torcedores têm não somente para a lucratividade dos espetáculos, assim também como para que o evento se torne um verdadeiro espetáculo. Porém não podem assumir este reconhecimento publicamente, pois desta forma, estariam confessando aos torcedores/consumidores que eles é quem realmente são os atores do espetáculo, e que nesta condição deveriam ser recompensados e não pagar para que possam participar do espetáculo. Se assim fizessem, estariam explicitando as massas consumidoras que fazem uso de artifícios não tão explícitos, para que possam favorecer o consumo dos bens culturais que está veiculando.

Os torcedores normalmente não são apontados pela mídia de maneira direta, a imagem do torcedor esta geralmente relacionada a esforços próprios para se fazerem notados pela mídia, isto se dá através de cartazes e faixas e bandeiras. Na mídia em geral quando destacados, os torcedores, o são pela violência de alguns poucos.

A ótica do espetáculo feito pelos torcedores inverte a lógica consumista estabelecida até então e a figura da ridicularização e violência. Sendo colocados como peça principal do show esportivo, o torcedor transfere-se da passividade de mero assimilador do processo, para posição ativa na produção, manutenção e modificação do espetáculo esportivo. Assim as decisões ou medidas tomadas por instituições tanto públicas quanto privadas em relação aos espetáculos esportivos não competem somente a elas, a torcida enquanto elemento presente no processo tem força direta de interferência e participação em toda e qualquer ação ligada ao seu espaço cultural e social junto ao show do esporte, ou ao menos deveria ter.

Ao tentarmos focar nossos estudos no espetáculo futebolístico filmando a final da serie B do Campeonato Brasileiro 2002, constatamos em vídeo, ou seja, utilizando a mesma linguagem tradicionalmente apresentada aos telespectadores do esporte, que a complexidade do fenômeno “espetáculo” contrasta com a realidade assistida somente pela TV, o que certamente os freqüentadores dos estádios brasileiros também podem perceber. No estádio, os torcedores são a alma do show que se passa, as manifestações da torcida, principalmente nos grandes estádios interfere diretamente na atuação dos atletas, nas relações entre dirigentes, técnicos, árbitros e todos o que estão envolvidos neste sistema, a configuração de uma final, por exemplo, não gira em torno somente da partida (o jogo) mas em sua estrutura cabe também considerações a cerca dos torcedores.

Com isto, os próprios torcedores promovem um show que transcende aquele que ocorre entre as quatro linhas do campo, criando um espetáculo paralelo, ou melhor, um espetáculo dentro do que nós consumimos como espetáculo, e que constitui então um único sistema, que histórica e culturalmente nos é transmitido fragmentado (devido a questões mercadológicas) promovendo uma visão também fragmentada da existência de um espetáculo esportivo e um espetáculo da torcida, este último sendo um show secundário, existente em função do primeiro e que em nossa lógica, constitui na verdade uma única unidade, transfigurada pela indústria cultural por meio da mídia, para atender aos fins da mesma.

## **OS ARTISTAS DO SHOW, A MAQUIAGEM E SEUS EFEITOS ESPECIAIS...**

Quem já teve a oportunidade de ir a um estádio de futebol ou de um outro grande evento esportivo, talvez se enxergue no que vamos relatar agora, e não vale qualquer estádio não, tem que ser aqueles lotados, e principalmente naqueles dias de grandes decisões, onde a presença do publico é enorme, onde precisamos nos apertar com um estranho, uma pessoa que nunca vimos, mas que naquele momento parece um dos nossos melhores amigos, amigos de anos, apenas para assistir ao jogo. Como assim apenas para assistir ao jogo? O termos mais correto talvez seja: para participar do jogo.

Optamos em reservar este espaço, apenas para relatar um pouco da “magia” que um espetáculo esportivo pode proporcionar. Podemos começar pela concentração. Esta pode ser caracterizada por um período de espera, a espera pelo grande momento, a hora de ir para o jogo. Muitas pessoas sentem as mais diversas sensações, alguns ficam nervosos, outros não sentem fome, alguns tem vontade de ir ao banheiro a toda hora, sem falar naqueles que não conseguem dormir apenas imaginando como será o “grande dia”. E ainda tem aqueles supersticiosos, que usam a mesma roupa, um pequeno ramo de arruda atrás da orelha, uns rezam, oram, outros fazem macumba...

Será que depois destes sintomas alguém realmente pode duvidar que esta pessoa vai realmente participar uma grande decisão? Mas não pára por aí, ainda tem mais...

Então agora estamos na fila, já podemos ver o estádio e muitos outros torcedores à nossa volta. Alguns na fila, outros conversando empolgadamente, outros bebendo cerveja, refrigerante ou qualquer outra coisa, pais trazendo seus filhos no colo, segurando-os pela mão. E cada vez mais gente chegando... e a nossa hora de entrar insiste em não chegar, afinal tem tanta gente na nossa frente e ainda tem os engraçadinhos que insistem em “furar” a fila. Mas finalmente nossa hora chegou, estamos entregando o ingresso para o “cara” da portaria, que apesar de nunca ter-nos visto na vida começa um “papo” animado conosco, concordamos em tudo, e acabamos concluindo e não há motivo de tanta ansiedade, afinal o jogo vai ser fácil, nosso time é bom e vai ganhar de 3 x 0, e como a muito não acontecia, desta vez vamos nos sagrar campeões brasileiros.

Alguém ainda tem dúvida de que esta pessoa realmente vai jogar? E vai jogar o jogo mais importante de sua vida até o momento.

Finalmente entramos no estádio, podemos ver o gramado lá em baixo, ainda não é hora do jogo começar, mas já tá cheio de gente. Pessoas que mal podemos enxergar, afinal estamos tão longe delas, mas já gostamos mais de umas do que de outras, gostamos mais daquelas que usam as mesmas cores que as nossas, as cores no nosso time, nosso time do coração, e que se tudo der certo, será o time do coração do nosso filho também. E ao entrarmos no estádio não vemos apenas o gramados e as pessoas lá em baixo, tem também uma imensidão de pessoas, umas mais perto, outras mais longe, não dá nem para imaginar quantas são. E as cores, então? São milhares de cores, para todos os lados que olhamos podemos ver cores, e como aconteceu com as pessoas lá em baixo, umas cores nos agradam mais que outras. Não são apenas as cores nas camisas das pessoas que nos chama a atenção, as cores estão por todas as partes, nas bandeiras (e que bandeiras enormes!), no rosto das pessoas, alguns pintam o rosto inteiro com as cores do nosso time, outros pintam bandeiras por todos os lados, na testa, na bochecha, no braço, enfim, em todos os lugares, até parece “festa à fantasia”, as pessoas todas maquiadas. Passado aquele impacto inicial, já mais calmos, começamos a reparar melhor naquela imensidão de cores e nos damos conta que nem são tantas assim, na verdade são apenas duas, a primeira a nossa cor, a cor do nosso time, e a segunda uma cor qualquer, que nem gostamos muito mesmo, é a cor do time adversário. Além das cores, ainda tem um som ensurdecedor, que momentaneamente nos incomoda, dói em nossos ouvidos, mas que minutos depois já estamos acostumados, e cantando o mais alto que podemos, contribuindo e muito para que aquele som que outrora nos incomodava se torne cada vez mais alto. Pois tem que se tornar tão alto que faça o som que vem da direção daquelas cores lá longe deixe de existir, ou que pelo menos deixemos de escutar. Um momento estranho... Parece incrível, inacreditável, mas as duas cores, as duas torcidas emitem o mesmo som, “filho da ... “. O que será que está acontecendo? É apenas o trio de arbitragem entrando em campo, e neste momento, por incrível que pareça as duas torcidas se unem parecendo uma só. Pois nenhum de nós gosta deles, e isso tem um excelente motivo, afinal eles sempre roubam contra o nosso time, são uma espécie de espião que esta do lado nosso adversário, e por isso não gostamos deles. De repente começa um som mais alto ainda, por um momento pensamos que algo errado esta acontecendo, mas não é anda disso, e o nosso time quem esta entrando em campo, e isso não pode passar em silêncio, é por isso que cantamos cada vez mais alto, um pouco depois um outro som ensurdecedor, mas desta vez um pouco diferente, desta vez são vaias, pois desta vez é o time adversário quem esta entrando em campo, e isso também não pode passar em silencio. Ainda tem as vezes em que os dois times não entram em campo ao mesmo tempo, causando uma confusão nas nossas cabeças, não sabemos se cantamos com orgulhos ou vaiamos, mas sem duvida alguma devemos cantar, pois afinal o nosso time também está entrando em campo.

De repente começamos a gritar com muita empolgação o nome de cada um dos jogadores do nosso time, e eles também acenavam em nossa direção, enquanto isso do outro lado ouve-se vaias. De repente um som diferente o som do apito do arbitro, e por um momento ficamos em silêncio, mas passados alguns minutos, novamente começamos a alternar cantos de apoio ao nosso time com vaias contra o adversário. Esta sincronia, como jamais poderíamos imaginar, as pessoas começam a fazer movimentos estranhos, se levantam e levantam os braços em seqüência, umas após as outras, é a chamada *ôla*. A *ôla* é uma espécie de onda que se estende pelo estádio inteiro, relatos dizem que é uma invenção dos torcedores mexicanos na década de 70, durante a copa do mundo realizada neste país. É incrível quanta sincronia, até parece efeitos especiais daqueles dos filmes de Hollywood.

### **ATORES DE TODAS AS IDADES...**

Dizem os especialistas que a carreira de um atleta dura em torno de 10 anos, isso quer dizer, que um atleta consegue se manter no auge de sua forma física, e, portanto no mais alto rendimento, por aproximadamente 10 anos. O período anterior a este é um período onde o candidato a atleta se prepara para um dia se tornar um atleta. E o período após estes 10 anos, é caracterizado pelo declínio do seu rendimento esportivo. Muito bem, estes três períodos merecem atenção especial. Tomemos o caso dos candidatos a jogadores de futebol. É sabido que apenas uma minoria daqueles que se candidatam, alcançam a carreira esportiva, o restante é descartado. Já no segundo período, para a maioria dos atletas, é marcado por inúmeras incertezas, onde o atleta em nenhum momento tem assegurado que a sua carreira realmente vá durar 10 anos, pois a qualquer sinal de perda de rendimento ele pode ser “descartado”. O terceiro período, portanto, acontece depois que a pessoa deixou de ser atleta, e isso como dito anteriormente, acontece quando o atleta já não tem mais um rendimento suficiente. Em comum, estes três períodos têm a certeza que em certo momento o atleta será excluído, não podendo mais participar do processo.

Muito bem, no caso dos torcedores, idade não tem a menor importância, desde aquela criança que veio ao estádio no colo do seu pai, até aquele senhor que vem vestido com o uniforme que o nosso time usava na década de 70, são extremamente fundamentais, não sofrem a menor forma de exclusão ou preconceito. São queridos e amados por todos, até por aquelas pessoas que nunca tinham os vistos.

Neste sentido aquela lógica presente na nossa sociedade capitalista de mercado, a mesma lógica existente no esporte onde somente os melhores têm lugar assegurado, se inverte, deixa de existir, nesse momento novas regras são construídas, talvez regras mais próximas daquelas que achamos importante para uma sociedade, mais justa e harmônica.

### **A TORCIDA É O ESPETÁCULO!**

Ao focarmos nosso olhar para o espetáculo esportivo a partir dos torcedores, verificamos em imagens, um novo olhar, ressignificado, com novos horizontes e outros referenciais sobre a participação destes em meio ao espetáculo, distantes daqueles aos quais estamos acostumados, devido a anos de consumo de uma só vertente de expressão/comunicação televisiva, baseada, sobretudo na TV americana, com muitos quadros, imagens muito rápidas e foco extremamente objetivo. A própria forma de linguagem que hora nos conquista e nos propõe um jogo de futebol fragmentado, com sentido somente na partida em si, produzido pela mídia e diretores esportivos, agora nos apresenta o contra ponto desta perspectiva, com a produção de um vídeo descritivo na forma de video-clip objetivando o espetáculo dos torcedores.

Filmando a final da série B do Campeonato Brasileiro de “dentro para fora”, ou seja, do campo para a torcida, ou em meio aos torcedores nas arquibancadas, percebemos nitidamente que a torcida é o espetáculo.

A torcida é a manifestação humana, orgânica das codificações e simbologia existentes nas entrelinhas do jogo, é a concretização de toda subjetividade implícita no jogo ou esporte, evidenciando as inquietações, os conflitos e as emoções que estão contidas no movimento humano e esportivo. Assim os torcedores constituem uma unidade com a partida e não um espetáculo a parte como estamos acostumados a compreender. Uma partida de futebol reflete nas ações da torcida e as ações da torcida refletem no partida de futebol.

Assim como em qualquer outro espetáculo que assistimos, como por exemplo, uma peça de teatro ou de dança, um show, junto à torcida não é diferente, encontramos pessoas maquiadas, com rostos e corpos pintados, vemos efeitos especiais nas chamadas “ôlas”, temos coreografias, palmas, etc. Torcedores tornam-se atores, atores de todas as idades, contracenando as emoções da partida de futebol, são expressões de alegria, felicidade, raiva, as mais diversas possíveis. Vozes cantando, gritos de guerra, hinos, enfim, a torcida apresenta-se enquanto o próprio espetáculo, espetáculo vivo, humanamente construído, repleto de sentimentos e características próprias que se modificam em cada situação. Espetáculo cultural, que exprime formas e gestos de um povo, de uma nação, um espetáculo culturalmente construído e constituído, tal como o esporte.

Sobre este aspecto cultural o professor Jocimar Daolio (2004) nos remete a um resgate sobre o termo cultura citando Clifford Geertz:

Para Geertz, a cultura é a própria condição da vida de todos os seres humanos. É produto das ações humanas, mas também é produto contínuo pelo qual as pessoas dão sentido às suas ações. Constituindo-se em processo singular e privado, mas é também plural e público. É universal, porque todos os homens produzem, mas é também local, uma vez que é dinâmica específica de vida que significa o que o ser humano faz. A cultura ocorre na mediação dos indivíduos entre si, manipulando padrões de significados que fazem sentido num contexto específico. (pág 07)

O esporte enquanto bem cultural da humanidade se apresenta aos homens, e estes enquanto torcedores participam deste bem de maneira espetacular, como citado anteriormente, maquiados, com coreografias e gritos de guerra, criam um espetáculo juntamente, ao espetáculo do esporte como forma de interação e participação. O espetáculo legitima-se e configura-se nos torcedores por meio de suas manifestações culturais, expressa sob as mais diversas formas nas arquibancadas dos estádios brasileiros.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Pudemos constatar, que como esperado, os próprios torcedores promovem um show que transcende aquele que ocorre entre as quatro linhas do campo, criando um espetáculo paralelo, ou melhor, um espetáculo dentro do que nós consumimos como espetáculo, e que constitui então, um único sistema, que historicamente e culturalmente nos é transmitido fragmentado (devido a questões mercadológica), promovendo uma visão também fragmentada da existência de um espetáculo esportivo e um espetáculo da torcida separadamente, este último sendo um show secundário, existente em função do primeiro, e que em nossa lógica constitui na verdade uma única unidade, transfigurada pela indústria cultural por meio da mídia para atender aos fins da mesma.

Por ser tratar de um curso de formação de educadores, julgamos fundamental a compreensão por parte dos futuros a importância de novos recursos enquanto ferramentas pedagógicas no processo ensino – aprendizagem. Neste contexto, os recursos audiovisuais, constituem um rico constituinte pedagógico. Para nós enquanto professores em formação, pudemos perceber a importância de tal recursos, tendo em vista o cenário atual, onde a mídia televisiva tornou-se fonte significativa de novos conhecimentos e informações.

## **REFERÊNCIAS**

Adorno, T. (Org.). **Teoria da cultura de massa**. 2, ed. Paz e Terra, 1978.

Adorno, T. & Horkheimer, M. **Dialética do Esclarecimento**. RJ: Zahar, 1985.

Gomes, E. S. L. **Imagens do corpo no programa malhação**. Revista brasileira de ciências do esporte, v. 21, n. 1, p. 382 – 287, setembro, 1999.

Oliveira, C. B. de. **Aproximações exploratórias sobre educação, Educação Física e sociedade: advesidades de um currículo**. Pensar a Prática, Goiás, v. 4, n. \_\_, p. 99 – 114, jul./jun. 2000/2001.

Pires, G. de L, Oliveira, C. A. D. de. **Currículo e formação em educação física e a semicultura de movimento: apontamentos preliminares**. In: CONGRESSO CIENTÍFICO LATINO-AMERICANO DA FIEP-UNIMEP, 2., 2002, Piracicaba. Anais... Piracicaba: UNIMEP - Universidade Metodista de Piracicaba, 2002. p. 286 -291.

DAOLIO, J. **Educação Física e o Conceito de Cultura**. Campinas, SP: Autores Associados, 2004.

LOIZOS, P. **Vídeo, Filme e Fotografias Como Documento de Pesquisa**. In: BAUER, M. W. e GASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com texto imagem e som: um manual prático. Petrópolis RJ: Editora, 2002.