

1. APRESENTAÇÃO

Este é o memorial de *Um passo à frente: o sonho de jogar futebol no Brasil*, produto de uma paixão pelo esporte e pelo jornalismo. Hoje trabalhando no maior site de automobilismo do país, este autor entende muito bem a diferença de tratamento do futebol em relação às outras atividades esportivas no país, seja por parte dos leitores/ouvintes/espectadores, seja pelas próprias empresas jornalísticas.

Ainda que o futebol receba muito mais atenção do que outros esportes — até do que alguns em que as seleções e atletas brasileiros têm muito sucesso —, existe a carência de alguns tipos de trabalho acadêmico sobre o tema. Há muitos livros contando a história de clubes, monografias propondo novas diretrizes para a administração esportiva, até elaborando discussões sobre a legislação esportiva, mas muito poucos produtos que tratem diretamente do principal artífice do espetáculo e do negócio futebol: o jogador.

Desta forma, foi visto como necessário tratar a “parábola

do homem comum¹” pelo ponto-de-vista daqueles principais envolvidos com este esporte. Postulantes a atletas, atletas e ex-atletas tiveram voz neste trabalho, contando suas histórias, revelando suas desilusões e discutindo problemas da militância no futebol.

Foi a crença em um esporte melhor organizado e mais justo o que gerou este trabalho. As sete histórias contadas em *Um passo à frente* foram selecionadas a partir de um universo maior, mas não por critérios estanques. Além da noticiabilidade, os processos para a escolha das entrevistas que deram início à construção do livro ao qual se refere este memorial tiveram um teor emocional muito grande, embora sem ferir a qualidade das opções — conforme ensinam alguns autores citados nesta obra.

O apoio teórico do produto deste autor se divide em duas partes, nas quais são explanadas algumas questões importantes que permearam sua construção nestes dois anos desde a primeira gravação de depoimento para o livro.

1 Referência à canção “O Futebol”, feita em 1989 por Chico Buarque, que compara a atividade de composição e da criação artística ao encanto das jogadas do futebol. Entre os jogadores citados como “artistas” do esporte, estão Pelé, Garrincha, Didi, Canhoteiro e o maior ídolo do compositor brasileiro, o atacante Pagão (1934-1991), que jogou durante as décadas de 1950 e 1960.

As ideias e o futebol, primeira parte deste memorial, trata dos primeiros conceitos que inspiraram o trabalho, experiências pessoais e algumas teorias sobre o futebol, assunto inicial de *Um passo à frente*. Nesta fase do trabalho, são discutidas questões inerentes ao sonho de jogar futebol no Brasil e explicadas questões que permeiam o sonho de jovens das mais diversas classes sociais. Neste tópico, serão abordadas as razões e riscos de alguns jovens buscarem o futebol como a principal esperança de uma vida melhor.

Em *Ética, noticiabilidade e jornalismo esportivo*, o autor enumera desafios da feitura do livro-reportagem, explana o arcabouço teórico em comunicação utilizado para o trabalho e motivos pelos quais foi encarado pelo autor como um trabalho de conclusão de curso interessante e válido.

2. AS IDEIAS E O FUTEBOL

Um passo à frente é fruto de dois anos de experiência de estágio em reportagem — primeiro no Caderno Dez!, finado suplemento do jornal A Tarde destinado a jovens, depois em A Tarde Esporte Clube, editoria de esportes da mesma publicação. Este trabalho, portanto, não poderia falar de algo que não englobasse ambos os temas.

Pode-se dizer, inclusive, que o livro-reportagem, tão concentrado em histórias pessoais, nasceu da frieza de um dado estatístico. Ao fim de todos os anos, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) divulga a quantidade de jogadores que deixam o Brasil para jogar futebol em outros países. O número, inicialmente tímido, parece agora tomar tendência infinita de crescimento. Em 2003, ano em que tais contas começaram a ser feitas, 858 atletas saíram do país. Na temporada seguinte, 857. Em 2005, um pouco menos: 804. A partir de 2006, entretanto, a quantia só cresceu: primeiro 851, depois 1085, em 2007, e, no ano passado, foram 1176. Até agosto deste ano, 960 jogadores já haviam transferido sua força de trabalho para outros países.

Embora o futebol internacional que seduz e encante seja o das cinco maiores ligas do mundo — Alemanha, Espanha, França, Inglaterra e Itália (imagem 1) —, somente 17 dos quase mil atletas que saíram do Brasil em 2009 até o mês citado foram para as divisões principais destes cinco países. A maioria foi atraída por promessas e clubes de centros quase desconhecidos no futebol, como Síria, Omã, Moldávia, Islândia e Chipre.



Imagem 1: Logotipos das ligas nacionais de Alemanha, Espanha, França, Inglaterra e Itália.

Fez-se a dúvida: o que, afinal, faz tanta gente trocar as chances no chamado país do futebol por plagas tão exóticas esportivamente? Levando em conta que o número de retornos de jogadores do exterior para o Brasil — o caminho contrário, portanto — passou de 311 para 659 em três anos, a estatística ganha em complexidade e vira assunto para um tratado ou uma grande pesquisa.

Por isso, a decisão foi a de ir pelo lado oposto. Contar histórias de um universo pequeno, mas profundo nas experiências. As sete pessoas ouvidas compartilham do mesmo sonho mas, ao mesmo tempo, têm vidas muito diferentes e buscam — ou buscaram — caminhos também diversos para conquistar o que planejam — ou planejaram.

A medida da paixão do mundo pelo futebol está no número de afiliados que tem a Fédération Internationale de Football Association (FIFA): 208 contra 194, por exemplo, da Organização das Nações Unidas (ONU). Tudo porque o órgão esportivo admite associados que ainda não têm independência reconhecida pelo mundo, caso da Palestina, representada como seleção desde o ano de 1998. A entidade máxima do futebol permite, ainda que em caráter não-oficial, a disputa de partidas amistosas de selecionados de regiões do mundo cujos atletas fazem parte de outras equipes — caso dos combinados da Catalunha, que têm a maioria de seus jogadores convocados também pela Espanha, esta, sim, uma seleção oficial, referente a uma Confederação e uma organização próprias.

A "profunda ênfase cultural na habilidade individual e na

sua demonstração pública" pregada pelo sociólogo Richard Giulianotti (2007, *apud* RISÉRIO, 2007, p. 178) ajuda a mitificar atletas a partir de atos que teoricamente ficariam fechados aos limites do campo. É o caso da "folha-seca", tipo de chute criado pelo meio-campista Didi, ainda na década de 1960, que virou símbolo das inovações do futebol brasileiro. Essa inventividade, segundo Giulianotti (2007, *apud* RISÉRIO, 2007), pode até não ser única do Brasil, mas, devido à manifestação simbólica do chute que parece que vai para fora, mas entra no gol, proporcionou ao mundo do esporte uma nova visão para os atletas brasileiros.

Outro caso relevante é o gol de mão — na verdade, "o gol de cabeça, com a mão de Deus", na versão de Diego Armando Maradona, durante as quartas-de-final da Copa do Mundo de 1986, contra a Inglaterra (foto 1). A pressão popular por uma vitória na Copa, decorrente da derrota argentina para o exército inglês na Guerra das Malvinas, em 1982, deixou marcas na população do país, ainda altamente militarizada pelo regime que durou até 1983, sob o comando dos ditadores Leopoldo Galtieri e Jorge Videla. Tal situação gerou uma motivação extra na equipe. Assim como em uma guerra, em que vale qualquer coisa para derrotar o inimigo, Maradona se utilizou daquilo que se tornaria uma das mais famosas

trapaças da história do esporte — e ficou marcada como representativa do modo como o argentino encara o futebol.



Foto 1: Com "la mano de diós", Maradona tira a bola do goleiro Peter Shilton e marca o primeiro dos dois gols argentinos.

A força do futebol pode também flexibilizar as relações entre países em conflito. Em 1998, um jogo entre Estados Unidos e Irã colocou de lado a rivalidade diplomática que começara em 1979, com a revolução islâmica que levou o Aiatolá Khomeini ao poder. A entrega de flores dos iranianos aos norte-americanos representou um momento histórico no futebol. O resultado da partida — Irã 2x1 Estados Unidos (foto 2) —, válida ainda pela primeira fase do

Mundial da França, pouco importou. As imagens do jogo rodaram o mundo como primeira demonstração de incentivo à paz entre os dois países no esporte.



Foto 2: Juntos no campo, jogadores de Estados Unidos e Irã pregaram a paz

Outro caso de desconstrução das relações geopolíticas por parte do futebol é a inclusão das seleções de Armênia, Azerbaijão, Cazaquistão, Chipre, Geórgia, Israel e Turquia, todos considerados asiáticos pela ONU², nas eliminatórias europeias para

² Disponível em: <<http://cyberschoolbus.un.org/infonation/index.asp>>. Acessado dia 16 de novembro de 2009.

o Mundial. A orientação encontra razão nos conflitos étnicos e religiosos que envolvem algumas regiões do mundo: Israel é colocado junto aos países da Europa por conta dos conflitos no Oriente Médio e os outros países citados são “aproximados” do continente com que têm mais afinidade cultural.

De acordo com Giulianotti (2007, *apud* RISÉRIO, 2007, p. 138) no Brasil, há uma "vontade de desafiar os parâmetros culturais e históricos que inicialmente se confrontam no futebol tradicional". A busca pelo direcionamento do tema deste trabalho encontrou razão em ideia semelhante à de Touraine (1998, *apud* FREITAS, 2005), já que o comportamento do brasileiro em especial com o futebol é único. O desejo de se tornar jogador em países como o Brasil tem espaço na tese do sociólogo francês, quando este defende que o poder de comoção proporcionado pelo esporte é maior não nas sociedades mais ricas ou iguais, “mas naquelas em que a ordem institucional é mais transgredida, às vezes para pior, mas, mais frequentemente para melhor, para a vitalidade, a resistência e a esperança de um povo” (TOURAINÉ, 1998, *apud* FREITAS, 2005, p. 97).

Sendo tão forte em sociedades como a brasileira, o futebol foi absorvido como instrumento de crescimento econômico, transformando meninos pobres, como foram a maioria dos jogadores, em ídolos de influência e poder midiáticos dos mais fortes — e descartando outros garotos como “refugio humano”, o que vamos falar mais além. Desta maneira, o marketing das campanhas publicitárias e a possibilidade de o esportista adquirir ao longo da carreira um status de ídolo tem atuação fundamental na construção do sonho de se tornar um profissional do futebol, conforme sustenta Wisnik (2008):

O alcance global, o poder de apelo e a adesão magnética fazem do futebol um veículo ideal da mercadoria em seu estado de irradiação onipresente. Mais do que todos os outros fenômenos de massa, o futebol é centrífugo e centrípeto: atinge as bordas mais distantes e reporta-se ciclicamente a ritos centralizados, em escala regional, nacional e mundial (WISNIK., 2008, p. 351).

Esperança de ascensão social que é, o futebol encanta pela possibilidade de recebimento de altos salários. De acordo com o mais recente levantamento do Futebol Finance³, principal veículo de negócios do futebol no mundo, os salários de jogadores

3 Disponível em: <<http://www.futebolfinance.com/os-salarios-dos-jogadores-brasileiros-2009>>. Acessado dia 16 de novembro de 2009.

brasileiros alcançam cifras que chegam a R\$ 27 milhões anuais — no caso do meia Kaká, do Real Madrid. Tal quantia, inclusive, se refere apenas aos vencimentos pagos pelo clube, sem contar pagamentos por campanhas publicitárias e por direito de imagem, que constituem, na verdade, a maior parte do que é recebido.

Entre os atletas que atuam em clubes brasileiros, os números também são altos. Até em jogadores ainda não consagrados, os valores são impactantes. É o caso do goleiro Bruno, de 24 anos, do Flamengo, que recebe R\$ 134 mil por mês, R\$ 1,6 milhão por temporada.

O fato de que o esporte se enquadra então numa poderosa estrutura mundial de entretenimento, tendo jogadores como estrelas, permite que estes, vindos da periferia ou da favela, além de ligados a contratos milionários com os grandes clubes da Europa e participantes da efervescente e altamente rentável venda de camisas com seu nome, tornem-se também astros publicitários e celebridades globais que dividem treinamentos e jogos com aparições mundanas, gestos de filantropia simbólica, amores espetaculosos postos em cena como novela pública, grandes decisões financeiras, tudo sugerido por empresários, assessores de imprensa e de imagem, fisioterapeutas e advogados (WISNIK, 2008, p.357).

O desenvolvimento de um jogador no Brasil, todavia,

está muito distante da magia televisiva e dos vencimentos estratosféricos. Embora não existam estudos confiáveis sobre a média salarial dos jogadores no País, sabe-se que, na maioria dos clubes, jogadores trabalham por muito pouco. A discussão sobre o gerenciamento do futebol no Brasil é infinda. Estratégias de modernização dos calendários, controles jurídicos para a exploração prudente da mão-de-obra do atleta, táticas de arrecadação por parte dos clubes. O artífice do tal espetáculo chamado futebol, entretanto, parece à margem de estudos e projetos. É o talento do jogador o que origina e alimenta todo o negócio que circunda o esporte.

Na ausência de uma estatística oficial, vale lembrar um número simples: a Série A do Campeonato Brasileiro, na qual estão os 50 jogadores com maiores salários do Brasil segundo o Futebol Finance, tem 20 clubes; há, por outro lado, 783 equipes registradas na CBF. Destas, inclusive, 227 estão no Nordeste, região com a menor renda per capita no país (IBGE, 2004)⁴. Só há mais clubes — 235 — no Sudeste, que tem quase três vezes mais renda sob o mesmo critério.

4 Disponível em:
<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasregionais/2004/tabela04.pdf>>. Acessado dia 16 de novembro de 2009.

A identificação especial do brasileiro com o futebol, que data da primeira metade do século XX, foi um dia tratada por figuras importantes do país como uma quimera sem importância. Graciliano Ramos, por exemplo, chegou a profetizar o fracasso retumbante do *ludopédio* — “brincadeira com os pés” —, nome que alguns mais nacionalistas chegaram a defender para o esporte. “Futebol não pega, tenho certeza; estrangeirices não entram facilmente na terra do espinho”⁵, escreveu o autor de *Vidas Secas* e *São Bernardo*, recomendando a instituição do porrete e do camba-pé — a rasteira — como esportes genuinamente brasileiros.

Apesar de aos poucos este esporte ter conseguido seu espaço no Brasil, ele ainda é muitas vezes encarado como questão menor na sociedade, ora por receber a batida alcunha de “ópio do povo”, ora por ser considerado representação menor do país. Isso é tudo do que Franco Júnior (2007) discorda. Para o autor, se o futebol significa uma atividade que afasta o homem da reflexão e da contestação, dificultando as transformações políticas e sociais, a atividade mais alienante seria, na verdade, o trabalho.

5 COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo Esportivo*, São Paulo: Contexto, 2003, pág. 7.

Evidentemente, ao despertar emoções depositadas em outras pessoas e ao mesmo tempo refleti-las no próprio torcedor, o futebol — e o esporte como um todo — funciona como poderosa válvula de escape para tensões e ansiedades potencialmente perigosas para a saúde da sociedade. Ainda assim, não pode receber a culpa pela continuidade de problemas coletivos.

O futebol é fuga do real, representação imaginária, não realidade em si, contudo ele não se diferencia nisso do teatro, do cinema, da literatura e das artes em geral. Ao canalizar esperanças e frustrações da sociedade para certos espaços e certos momentos muito mais coletivos do que os oferecidos por aquelas formas culturais, o futebol parece se assemelhar mais a festas populares, festivais musicais, passeatas, programas de auditório. Todavia ele possui uma intensidade de adesão e um envolvimento emocional que o destacam. (FRANCO JÚNIOR, 2007, p. 167)

A ADMINISTRAÇÃO DO FUTEBOL E A VIDA DO ATLETA

Tentar ser jogador no Brasil implica enfrentar as dificuldades pontuais do futebol brasileiro: legislação confusa, pouca organização dos clubes e condições de trabalho muitas vezes

precárias. Tudo isso, aliado à baixa renda da maioria dos postulantes a profissionais, prejudica a formação e afasta gente talentosa da profissão, conforme iremos tratar mais adiante. Além disso, o garoto muitas vezes se sente ameaçado por conta da ausência de uma orientação empresarial decente, sem saber exatamente que contrato é mais vantajoso ou, por exemplo, qual procurador — aquele que resolve questões burocráticas, negocia contratos e coordena transferências entre clubes — pode enganá-lo ou ajudá-lo na carreira.

Na concepção de “Esquema analítico e contribuição para uma teoria do conhecimento na sociologia do esporte”, o sociólogo Francisco Rodrigues (2005) esbarrava em um problema acadêmico: a pouca explanação teórica sobre a função do empresário nas transformações do futebol. Ele, atendo-se ao conceito de troca econômica simbólica de Pierre Bourdieu, elaborou sua própria tese, admitindo que o futebol ganha ares autônomos em relação à economia a partir do momento em que os jogadores se transformam em operários — os trabalhadores do futebol. Este, para o autor, foi o primeiro passo para que este esporte ganhasse um quê realmente profissional.

Não são poucos os casos de jogadores abandonados em outros países por seus empresários, que somem após concluir a negociação do contrato — e receber o que lhes cabe por isso, claro. É do que fala Rodrigues (2005), quando trata das complicações pelas quais passam justamente aqueles que fazem o espetáculo futebol:

Existe uma relação entre as percepções e posições ocupadas pelos atores no campo esportivo e no sistema social. (...) os dirigentes esportivos, os órgãos governamentais de regulação do futebol, os empresários e os jogadores de futebol apresentam interesses e visões distintas sobre o processo de mudanças na regulamentação do futebol brasileiro. Deve-se ter em mente que os atores sociais tendem a expressar concepções condizentes com seus interesses específicos e com suas posições ocupadas no campo futebolístico (RODRIGUES, 2005, p. 118).

O próprio futebol brasileiro, tema-chave deste trabalho, vive de contradições. Ao contrário da questão dos salários, cujas abissais diferenças podem ser detectadas ao comparar a Série A do Campeonato Brasileiro com as outras divisões, mesmo entre os principais clubes é possível notar a moderno e o arcaico convivendo diretamente na gestão administrativa do esporte — o que afeta diretamente as relações e o desenvolvimento do jogador.

Doze clubes são considerados os “grandes” do Brasil, em

ordem alfabética: Atlético Mineiro, Botafogo, Corinthians, Cruzeiro, Flamengo, Fluminense, Grêmio, Internacional, Palmeiras, Santos, São Paulo e Vasco da Gama. Segundo a revista Trivela⁶, especializada em futebol, destes, somente três deles — Cruzeiro, Internacional e São Paulo — não atrasaram salários nos 12 meses anteriores a maio de 2009. Além disso, quatro já haviam tomado da TV Globo, a emissora que detém os direitos de transmissão da liga nacional, o valor referente às cotas financeiras de 2010.

Tais questões fazem com que clubes como o Flamengo, que tem, segundo o Datafolha, a maior torcida do Brasil, com aproximadamente 31 milhões de seguidores⁷, tenha também a maior dívida do país: R\$ 300 milhões⁸. Os jogadores — e os projetos de — são evidentemente afetados pela desorganização das administrações, focadas no presente e nas pendências, quase nunca planejando o futuro, exatamente do que os mais jovens precisam para alcançar seus objetivos na carreira.

6 MARTINS, Fernando. Devo, não nego, pago quando der um jeitinho. Trivela, São Paulo, n°38, p. 34-39, abr. 2009

7 Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=538>. Acessado dia 15 de novembro de 2009.

8 MARTINS, Fernando. Devo, não nego, pago quando der um jeitinho. Trivela, São Paulo, n°38, p. 34-39, abr. 2009

Carvalho (2006), em seu *A mercantilização do futebol brasileiro: instrumentos, avanços e resistências*, destaca as exigências de mudança nas maneiras de gerir o esporte, apontando as conseqüências destas alterações nos atletas que surgem e naqueles que deixam uma profissão cujo tempo de atividade é tão pequeno — os jogadores costumam se aposentar no máximo com 40 anos, mas a maioria para de competir bastante tempo antes, vitimada por contusões e frustrações, ou simplesmente cansada das viagens, das cobranças e dos treinos diários.

O futebol transforma-se, assim, amparado pela lei, num campo de investimento valorizado pelo setor privado que, paralelamente, exige a adequação do modelo de gestão dos clubes à exploração econômica e ao modelo empresarial. O futebol sofre mudanças na sua lógica de ação e migra de uma concepção de ócio para uma concepção de negócio sob o amparo das reformas legais (CARVALHO; GONÇALVES, 2006, p. 16).

No Brasil, portanto, esta configuração toma forma a partir da mudança da legislação esportiva que rege os contratos dos atletas. A liberalização das transferências, motivada pelo fim do “passe”, que amarrava o atleta ao seu clube-formador, assim como a flexibilização das condições e regras de trabalho impostas pela Lei

Pelé⁹, são, para utilizar uma metáfora futebolística, o pontapé inicial do profissionalismo no país.

A glória fugidia pela qual muitos dos jogadores passam ao longo de suas carreiras também é um obstáculo a desviar. Depois de pequenas conquistas — uma escalação como titular, uma contratação para um grande clube, um elogio da imprensa —, muitas vezes o atleta é trazido de volta à sua realidade, e o que parecia eterno vira efêmero. Longe da pieguice, tais questões serão abordadas na história de um dos ex-jogadores entrevistados por *Um passo à frente*.

Alguns autores discutem a repentina transformação do ser humano em astro, permeada pela exibição massiva de sua imagem na TV, seja em caráter editorial ou publicitário, dos comentários positivos feitos pela crônica esportiva, e pela necessidade do futebol brasileiro em revelar novos craques. A respeito do tema, Wisnik (2008) faz a seguinte assertiva:

9 Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998. Introduziu grandes mudanças no futebol brasileiro, ao extinguir o vínculo desportivo do atleta com o clube, o chamado “passe” — “a importância devida por um empregador a outro, pela cessão do atleta durante a vigência do contrato ou depois de seu término, observadas as normas desportivas vigentes”.

O marketing esportivo pesado, a vedetização do craque da vez — sem precedentes, sem limites e sem fronteiras —, a TV a cabo e o pay-per-view florescentes, a inclusão das mais remotas nações no mesmo jogo globalizante, a megaempresa capitalista associada aos expedientes do favorecimento oportunista e "amador" dos cartolas, ou em disputa com ele, unificam litigiosamente o universo futebolístico expandido num tabuleiro no qual são repuxados interesses e poderes de grande magnitude (WISNIK, 2008, p. 356).

Para tal autor, esta exposição exagerada (foto 3) em ritmo alucinante deixa o atleta no meio de uma complexa rede de interesses, em que seu futuro profissional é o que menos importa. O trabalho para o sucesso de um jogador de futebol vai muito além dos treinamentos físicos, táticos e técnicos pelos quais o atleta se submete quase todos os dias: as ações nos bastidores envolvem a participação em campanhas beneficentes, a exploração do nome do futebolista por empresas, visitas em programas de televisão, construção de um vestuário condizente com o que se entende pelo visual de um jogador de futebol...



Foto 3: Na Copa Africana de Nações, jogadores de Gana são focados por câmeras do mundo inteiro

Os empresários do futebol tornam-se profissionais que instituem normas e regras para gerenciar o negócio como um braço da indústria cultural, um ramo dos serviços de entretenimento. Eis que surge, então, um mercado consumidor do produto futebol: os torcedores pagam para ver o espetáculo e para ter produtos com as marcas dos clubes. Por isso, o campo futebolístico ganha outras influências, a começar por aqueles que negociam o espetáculo. Os

procuradores de atletas, pois, fazem parte justo desse rol. Quem, além daqueles que comercializam a carreira dos atores do espetáculo, tem mais responsabilidade no produto futebol?

As promessas de ascensão social e os muitos significados que o futebol envolve no Brasil fazem com que o sucesso profissional dos jogadores sirvam de amparo financeiro para suas famílias, normalmente das camadas populares — como se o projeto de vida do outro fosse o delas também. Segundo Souza *et al* (2008, p. 88), “os investimentos familiares se transformam em histórias de sacrifício e dedicação que resultam em sucesso ou em frustração na biografia de muitos daqueles que se aventuram na construção de uma carreira profissional”.

Quando tais investimentos são bem-sucedidos — e, conseqüentemente, o jogador brasileiro tem sucesso na carreira —, o principal destino do atleta é o exterior, principalmente a Europa, onde os salários são maiores. As transferências para o futebol de fora do Brasil afetam determinantemente a relação do público com o ídolo, cada vez mais distante no espaço, mas próximo nas transmissões de TV. Segundo Wisnik (2008), a superação de obstáculos por parte do jogador durante a escalada ao sucesso, por

sua vez, se torna alimento do prazer da idolatria, dando sentido a este status somente se obtido após muito esforço.

Esse dado da globalização futebolística — a fuga quase automática dos jogadores de ponta do futebol brasileiro para o exterior — afeta e perturba, entre outras coisas, a familiaridade característica com que sempre foram tratados os ídolos do Brasil. No país, de maneira muito peculiar, o ídolo popular é visto como uma criança da casa, um filho prodigioso que nos faz gozar do prazer perverso-polimorfo da infância, ao mesmo tempo em que é exigido como um adulto responsável que tem de — em vez de vencer as tentações do prazer para superar a realidade, como o herói tradicional cristão — enfrentar e vencer os obstáculos da realidade para nos trazer o prazer que ele nos produz (WISNIK, 2008, p. 364).

O sintoma mais relevante desta familiarização do herói por parte do cidadão brasileiro é o fato de que, somente neste país, os jogadores são conhecidos pelo apelido ou pelo primeiro nome, quase nunca pelo sobrenome, como acontece em todo o resto do mundo. Esta informalidade é, ao mesmo tempo, razão pela qual o brasileiro se vê tão facilmente em condição de exigir mais e mais de seus ídolos — o que faz, às vezes, com que se valorize demasiadamente as vitórias.

Segundo o crítico literário Ítalo Moricone (citado por COSTA, 2008), tal comportamento do torcedor brasileiro com o atleta de seu país é o reflexo de um orgulho do Brasil que só emerge nas conquistas do esporte. Diz Moricone (*apud* COSTA, 2008, p.115) "Aqui existe nativismo: o brasileiro se emociona, se reconhece e se orgulha de suas vitórias esportivas. Se patriotismo há, é sinônimo de uma imagem televisual: atleta subindo ao pódio, enrolado na bandeira verde e amarela, nos orgulhamos de ser brasileiros porque nascemos no Brasil. Fica por aí..."

DE ONDE VEM O SONHO?

Neste esforço de contextualização do futebol brasileiro, é importante destacar a origem — socio-economicamente falando — da maioria dos garotos que sonham em jogar futebol. Normalmente pobres, vindos de zonas afastadas dos principais centros econômicos das grandes cidades, estes meninos acompanham o sucesso no futebol de semelhantes, pessoas que ascenderam socialmente por intermédio do esporte.

A construção do desejo de ser profissional começa não

mais nos campos de terra batida onde têm o primeiro contato com o futebol em si, mas na TV, na exposição crescente dos esportistas nos media e na disseminação do modo de vida destes atletas. Mais do que em qualquer outro esporte, os atletas do futebol têm sua vida social e pessoal devassadas — às vezes por vontade própria —, dando margem a uma espécie de fetichização do *modus vivendi* do futebolista. Evidentemente, alguns dos garotos vão além da admiração e, sozinhos ou com o apoio dos familiares, tentam tornar o sonho concreto.

A questão da família é elementar nesta escalada. Em classes mais pobres, o sucesso esportivo é visto como única chance de transformação rápida da situação financeira do grupo familiar. Por isso, muitas vezes o despertar do desejo de ser jogador parte dos pais ou responsáveis, esperançosos de que o menino seja salvação.

A ideia do futebol como instrumento de ascensão social incentiva também os garotos, que investem nas “peneiras” – avaliações de clubes com um grande número de garotos – para dar o primeiro passo na carreira. Sabedores desta demanda, os clubes expandem seus tentáculos para municípios, estados e até países que não os seus. Entre os meses de dezembro e fevereiro, por exemplo, o

Esporte Clube Vitória, da Bahia, faz em média 15 avaliações com garotos. Segundo o coordenador das divisões de base do clube, João Paulo, “quase mil” postulantes a atletas têm a chance de mostrar seus talentos.

A oportunidade, entretanto, é rápida. O padrão das peneiras no Brasil é o aquecimento, o treino de fundamentos e, por último, o treinamento coletivo – em que duas equipes se enfrentam e os treinadores revezam seus jogadores, de modo que todos possam entrar em campo. Esta partida dura, em média, apenas 40 minutos. Alguns clubes cobram pela inscrição no teste, embora sejam minoria, justamente para que não corram o risco de perder o talento de meninos mais pobres.

Nestes 40 minutos estão a aposta no futuro supostamente premiado desses garotos – às vezes miseráveis, como um dos personagens do livro-reportagem. Nestes casos, em que até os subempregos são vistos como algo distante e a criança convive e até flerta com a criminalidade, o futebol é visto como a única passagem viável para sair da miséria.

Bauman (2005) denomina as pessoas que vivem nestas condições como o “refúgio do capitalismo”, gente que não é considerada força de trabalho nem para os serviços considerados menores pela sociedade. De acordo com o sociólogo polonês, as sociedades se acostumaram a expurgar famílias nesta situação para fora de seus centros, relegando-os às chamadas “terras-de-ninguém”, longe dos pulsar econômico.

Segundo Bauman (2005), entretanto, o alcance global da “modernização” e a difusão do modo de vida contemporâneo tem conseqüências bastante delineadas. Uma delas é o bloqueio dos escoadouros que, no passado, permitiam “drenar e limpar” os enclaves do planeta de seu refúgio excedente – o lixo humano que excede a capacidade dos dispositivos de “reciclagem”. Como este modo de vida teria deixado de ser privilégio de algumas terras, os escoadouros básicos para a remoção do refúgio humano, aqueles territórios que, graças ao diferencial de poder global, eram vistos e tratados como vagos e/ou sem dono, já não existem mais. Para estas tais “pessoas redundantes”, esses escoadouros nunca existiram — já que, em sociedades pré-globalização, a questão do lixo, humano ou não, nem surgiu.

Parece que um dos resultados mais fatais — talvez o mais fatal — do triunfo global da modernidade é a crise aguda da indústria de remoção do lixo humano: como o volume de refugo humano supera a atual capacidade gerencial, há uma expectativa plausível de que a modernidade, agora planetária, se sufoque nos seus próprios dejetos, que ela não pode reabsorver nem suprimir (BAUMAN, 2005, p.86).

A luta destes garotos, portanto, é a de fugir do rótulo de "refugo humano", impedindo que sejam removidos para depósitos de lixo distantes e que sejam fixados firmemente fora dos limites da "vida normal" das sociedades. Se não conseguirem cumprir seus objetivos, estes lixos terão como destino contêineres fechados com rigor – as prisões. Isso acontece porque, ainda segundo Bauman (2005), quando a sociedade envia para locais remotos seus “dejetos”, volta cada vez mais contra si mesma o gume afiado das práticas exclusivistas, que provocam a revolta, ainda que muitas vezes esparsa e individualizada, da população que foi expurgada. É quando a criminalidade atrai e conquista.

AS PRESSÕES E O ESPORTE GLOBAL

Em intensidade e capacidade de gerar público, o único sonho que se aproxima ao de se tornar jogador de futebol é o de ser modelo, mais associado ao sexo feminino. O filme *Top Model – Um*

conto de fadas brasileiro, dirigido por Richard Luiz, conta as histórias de 25 modelos brasileiras que fazem sucesso nas passarelas do mundo. Em comum à maioria delas, trajetórias que começaram em pequenas cidades do interior ou em capitais menos desenvolvidas, sempre catapultadas rapidamente do anonimato para o status de celebridade mundial.

Esta transformação intensa e veloz colocam as meninas em situações estranhas, com as quais muitas delas não conseguem conviver. Tudo porque, como diz na película o dono da agência de modelos Viva, Cyril Brulé, não basta ser bonita para se tornar uma top model: “Precisa trabalhar, ser profissional, precisa cuidar da pele, do corpo, saber se relacionar, ter formação, tem que conhecer as revistas, os estilistas... É um negócio como outro qualquer.” Exceto a formação intelectual, todas as exigências feitas a uma modelo novata são feitas a uma nova estrela do futebol: a dedicação à severa vida de atleta é cada vez mais valorizada – tanto que a imprensa hoje fiscaliza como nunca a vida pessoal e social de cada jogador, suas relações amorosas e suas investidas na noite; o cuidado com o corpo é cobrado insistentemente, a ponto de discussões sobre a barriga exibida por determinado jogador tomar espaço de um belo gol ou de uma grande jogada nos programas esportivos; e, por fim, o

trato com a imprensa e os profissionais da área, que determina a “simpatia” de muitos com determinado atleta.

Ainda no filme, o crítico de moda Colin McDowell sentencia que, em verdade, a função das modelos é “fazer com que os homens as desejem e as mulheres pensem: se eu tivesse roupas como estas, eu me pareceria com elas. É um mito, não é verdade, mas mitos como este fazem parte do mundo da moda.” No futebol, o esquema é bastante parecido. O jogo globalizante das campanhas publicitárias, da gritaria das tientes, da midiatização do talento funciona como um atrativo – falso, evidentemente, até por servir a quem serve – àquela vida. Os milhões, as viagens, as mulheres, as capas de revista e os produtos com seu nome não fazem necessariamente do atleta alguém mais bem-sucedido no campo não-profissional, ao contrário do que esta vedetização do craque busca evocar.

Um exemplo recente e trágico da falsa associação dinheiro-sucesso-felicidade foi o suicídio do goleiro alemão Robert Enke, de 32 anos, no início do último mês de novembro (foto 4). O arqueiro começou sua promissora carreira no Carl Zeiss Jena, pequeno clube da extinta Alemanha Oriental, e iniciou uma trajetória

de bastante sucesso: foi para o tradicional Borussia Mönchengladbach, mudou de país, passando por equipes da mais alta classe no futebol, caso do português Benfica, do espanhol Barcelona e do turco Fenerbahçe. Depois, em má fase, foi transferido ao Tenerife, clube menor da Espanha, e voltou para a Alemanha para jogar no Hannover 96, onde alcançaria, pela primeira vez, o favoritismo para assumir a camisa de titular de sua seleção numa Copa do Mundo – no caso, a da África do Sul, a ser realizada nos meses de junho e julho de 2010.



Foto 4: Hannover 96, último clube de Enke, o homenageou em campo

A morte do goleiro chocou o planeta: Enke se jogou na frente de um trem na região de Neustadt am Rübenberge. Antes de a

imprensa mundial especular os motivos de seu falecimento, o melhor amigo e a esposa de Robert revelaram o quadro depressivo do atleta, que havia surgido em 2003 – quando atuava no Barcelona, o maior dos clubes em que jogou.

A morte da filha de dois anos, vítima de uma parada cardíaca, em 2006, não era de conhecimento público. Desde então, Enke teve sua depressão agravada, embora se recuperasse na profissão a ponto de ser chamado para a seleção alemã pela primeira vez em 2007. O sucesso profissional ajudava a esconder a real situação do jogador, rico, no ápice da carreira, mas extremamente atormentado, alguém que tinha “medo de falhar”, nas palavras de seu médico. Em maio deste ano, Robert e Teresa, sua esposa, adotaram uma garota.

O acontecido com Enke desvela uma realidade bastante distante daquela que é alardeada comumente. A disseminação do modo de vida do jogador se confunde com o culto vazio às celebridades, tão valorizadas pela sociedade nos atuais tempos. Segundo Bauman (2005), a velocidade dos acontecimentos no mundo contemporâneo cria o que ele chama de Vida Líquida, representante fiel da sociedade líquido-moderna. Esta, por sua vez, é

aquela “em que as condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir.” (BAUMAN, 2005, p.7)

Rapidamente, os modelos de ação e as capacidades necessárias para se desenvolver na vida são descartados e renovados, sem que antes sejam criados hábitos ou costumes. O sociólogo polonês explana que, nestas sociedades, há um eterno convite para se chegar à felicidade – e esta está ao alcance das mãos, desde que seja cumprida uma série de exigências que têm a ver, unicamente, com o ímpeto consumidor de cada um:

A sociedade líquido-moderna de consumidores considera os feitos dos mártires, heróis e todas as suas versões híbridas quase incompreensíveis e irracionais e, portanto, ultrajantes e repulsivos. Essa sociedade promete uma felicidade fácil que pode ser obtida por meios inteiramente não-heróicos e que, portanto, devem estar, tentadora e satisfatoriamente, ao alcance de todos (ou seja, de todo consumidor). (...) Diferentemente de outros tipos de sociedade, atuais e antigas, a sociedade em questão pode ser adequadamente descrita sem que seja preciso recorrer às categorias do "martírio" e do "heroísmo". Em vez disso, tal descrição exigiria duas categorias relativamente novas que esta sociedade colocou no foco da percepção pública: a categoria de vítima e de celebridade (BAUMAN, 2007, p.108).

Em casos mais extremos, aliás, o culto às celebridades faz com que o futebol seja meio e não fim: o esporte se torna uma espécie de rito de passagem para a tão exaltada felicidade fácil – ou para a notoriedade, que, segundo Bauman, nada tem a ver com heroísmo ou martírio, somente com a vedetização de suas carreiras.

Em contraste com o caso dos mártires ou heróis, cuja fama vinha de seus feitos e cuja chama era mantida acesa para comemorar esses feitos e assim reassegurar e reafirmar sua importância duradoura, as razões que trazem as celebridades para as luzes da ribalta são as causas menos importantes de sua "qualidade de conhecido". O fator decisivo neste caso é a notoriedade, a abundância de suas imagens e a frequência com que seus nomes são mencionados nas transmissões públicas de rádio e TV e nas conversas privadas que a estas se seguem. (...) Diferentemente da fama, a notoriedade é tão episódica quanto a própria vida num ambiente líquido-moderno. A cavalgada das celebridades, cada qual aparecendo do nada só para cair rapidamente no esquecimento, é eminentemente adequada à marcante sucessão de episódios das existências fatiadas (BAUMAN, 2007, p.68).

Mais do que no Brasil, na Europa esta disseminação do *modus vivendi* do craque é intensa. E muito da familiaridade que os torcedores têm com seus ídolos, mesmo distantes fisicamente, é o fato de que, o futebol daquele continente une atletas, gestores, clubes

cujas origens e histórias estão ligadas aos mais diferentes países: o futebol europeu é o futebol do mundo.

Muitos dos principais clubes das principais ligas do Velho Continente escalam, frequentemente, 11 jogadores de países distintos em relação àqueles que representam (foto 5). É o caso do Arsenal, da Inglaterra. No dia 31 de outubro deste ano, por exemplo, em jogo válido pelo Campeonato Inglês contra o rival Tottenham Hotspur, o técnico francês Arsène Wenger colocou em campo um time inteiro sem nenhum jogador britânico. Representaram a principal equipe de Londres os seguintes atletas: Manuel Almunia (espanhol), Bacary Sagna (francês), William Gallas (francês), Thomas Vermaelen (belga), Gael Clichy (francês), Cesc Fabregas (espanhol), Song Billong (camaronês), Abou Diaby (francês), Nicklas Bendtner (dinamarquês), Robin van Persie (holandês) e Andrey Arshavin (russo). Atualmente, até o principal acionista dos Gunners – como são conhecidos na Inglaterra – não é britânico: o empresário norte-americano Stan Kroenke é detentor de 29,6% das ações do clube¹⁰.

10 Disponível em:
<<http://maquinadoesporte.uol.com.br/v2/noticias.asp?id=146941>>. Acessado dia 14 de novembro de 2009.



Foto 5: Andrey Arshavin, Emmanuel Eboué e Gaël Clichy representam Rússia, Costa do Marfim e França no Arsenal

A escalação da equipe britânica é apenas um exemplo da dissolução da noção de clube nacional no futebol mundial. No elenco do próprio Arsenal, há o brasileiro Eduardo da Silva, que, apesar do nome, é naturalizado croata. E sem qualquer ligação familiar com o país. Em 1998, quando tinha apenas 15 anos, Eduardo se destacou representando a Vila Kennedy em um campeonato de favelas do Rio de Janeiro e despertou o interesse do Dinamo Zagreb, clube da Croácia. Depois de boas atuações pelo time, foi convidado a se naturalizar croata. Assim foi feito.

Bauman (1999) defende que situações como a citada demonstram a alteração significativa que o conceito de identidade nacional sofreu. “Tudo isso cerca o processo em curso de “definhamento” das nações-estados de uma aura de catástrofe natural. Suas causas não são plenamente compreendidas; ele não pode ser previsto com exatidão mesmo que as causas sejam conhecidas; e com certeza não pode ser evitado, ainda que previsto.” (BAUMAN, 1999, p.65)

“Segregados e separados na terra, os habitantes locais encontram os globais por meio das transmissões regulares do céu pela TV”, diz Bauman (1999, p.62). E assim, nas favelas, quando futuros Eduardos veem o Eduardo verdadeiro, se estabelece o sonho de jogar futebol no Brasil.

3. ÉTICA, NOTICIABILIDADE E JORNALISMO ESPORTIVO

Fazer um livro-reportagem sobre futebol implica os preconceitos de quem vê o jornalismo esportivo como algo de menor importância. Talvez pela maioria dos editores serem reticentes a colocar o esporte como manchete, a reportagem esportiva não costuma merecer tanta atenção. Alguns dos próprios profissionais que trabalham com o tema, porém, contribuem para a pouca confiabilidade destas editorias. Uma delas é a frequente atuação de profissionais como garoto-propaganda, sobretudo na TV e em rádio. Antes que pareça uma digressão, já que este assunto não será abordado neste memorial, vale esclarecer que, na visão deste autor e de Coelho (2003), a origem desta atividade dupla e contraditória é o pensamento de que o jornalista é maior ou mais importante do que a notícia — o que foi evitado neste trabalho.

Bons textos que revelam histórias e vão buscar detalhes da vida de alguém não podem ser conduzidos por quem acha que o texto basta. Por este motivo, aliás, foi feita a escolha por entrevistar poucos personagens e aprofundar o contato com estes. O jornalismo

televisivo ajudou a consolidar o jornalista esportivo como alguém que “brilha” mais do que a informação, por conta da facilidade com que se usa o humor ou a descontração nas reportagens e opiniões. Esta liberação maior que tem o profissional faz com que determinados “estilos” se sobressaiam em relação à notícia.

Conforme mencionado anteriormente, Coelho (2003) acredita que esta superposição dos elementos pessoa-notícia não traz qualquer vantagem para o produto final. A disseminação deste modo de fingir fazer jornalismo, inclusive, pode ser prejudicial para o futuro da profissão, já que começa a ser admitida em faculdades da área¹¹. Coelho sustenta, pois, que “a telinha passou a vender a imagem de alguém que passou a julgar-se mais importante do que a notícia. Eis o grande risco do profissional (...): jornalismo é notícia. Ela é a razão de ser do jornalista. E do jornalismo. Construída com inteligência, com conhecimento do assunto, com encadeamento de

11 A apresentadora de TV Renata Fan se graduou em jornalismo na Faculdade Integrada Alcântara Machado, em São Paulo, defendendo a tese de que é possível para um jornalista fazer merchandising — apresentação de um produto — sem perder a credibilidade. Segundo a jornalista, “no momento que ele fala de futebol e que o ponto de vista que ele apresenta é positivo, o merchandising não vai acabar com a credibilidade do jornalista. Acho que quem bate nesta tecla com tanta inveja tem um pouco de inveja de quem faz merchandising e ganha dinheiro.” Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2007/02/07/ult4244u22.jhtm>>. Acessado dia 12 de novembro de 2009.

ideias, coisas que exigem bons profissionais" (COELHO, 2003, p. 47).

Apesar disso, não se deve confundir o pensamento de que o jornalista é mais importante do que a notícia com o fato de que as emoções do repórter não deve ser totalmente escondida. Conforme o que diz Bucci (2000, p.94), "pensa-se e declara-se que as emoções atrapalham a precisão. É um erro. O bom jornalismo nada tem a ver com a indiferença, com a neutralização do sujeito. Como toda atividade própria da cidadania, ele se alimenta também de indignação. As emoções devem integrar a reportagem assim como integram a alma humana".

Assim, neste trabalho, o autor não forçou uma neutralidade impossível, embora não tenha negligenciado a apuração, questão fundamental do bom jornalismo. Algumas declarações de personagens do livro-reportagem se mostraram frágeis frente aos fatos, e não se deve ignorar isso. Da mesma forma, muitas impressões da reportagem ao longo do trabalho foram desmentidas pelos entrevistados e pelas informações encontradas, que negaram algumas ideias surgidas na pré-apuração. Questões como esta mantém ligada sempre a necessidade de uma postura ética

por parte do jornalista, já que seria muito fácil conduzir os trabalhos com base nas primeiras — supostas — conclusões tiradas. Deste modo, as palavras de Bucci (2000) foram determinantes do caminho a seguir.

A ética, nessa perspectiva, é o campo em que se estabelece o sentido comum — social — de um fazer específico; é o campo em que se definem os benefícios comuns que devem ser promovidos por esse fazer específico e os limites além dos quais esse fazer não está autorizado a ir. À luz dessa comparação, se voltarmos ao jornalismo, verificaremos que, nele, a técnica e a ética não pertencem a territórios separados, mas estão no mesmo lugar. Praticamente não se distinguem. Por isso, o homem comum tem todas as credenciais para tomar parte num debate (...) (BUCCI, 2000, p.48).

Um passo à frente foi gestado também em consonância com o pensamento de Traquina (1999). O professor português sustenta que “as notícias são, então, discursos centrados no referente; mais, as notícias são como são porque a realidade assim o determinaria“ (TRAQUINA, 1999, p. 133). Ainda a mencionar Traquina, vale destacar que as primeiras ideias deste trabalho surgiram da descoberta de histórias e trajetórias interessantes em meio à reportagens do dia-a-dia jornalístico. Como o autor luso mesmo diz, justificando seus critérios de noticiabilidade: “Os

acontecimentos têm mais hipóteses de se tornar notícia se ocorrerem no horizonte temporal de trabalho diário dos jornalistas.”

O mesmo Traquina (2002, p.94), rechaçando a teoria do espelho, analisa que, ao contrário do que já se pregou na academia em outros tempos, a noticiabilidade não é apenas o conjunto de maneiras com as quais uma empresa jornalística define e delimita o tipo de acontecimento que deve ser veiculado, nem a natureza intrínseca dos acontecimentos, mas algo muito maior. Para o professor, a notícia surge como consequência e resultado do processo produtivo do profissional, transformando o acontecimento — ou a “matéria-prima”, como prefere denominar — em produto. Segundo ele, que cita o estudioso em democracia na mídia canadense Robert Hackett, o produto resulta de “características tecnológicas de cada meio noticioso, logísticas de produção jornalística, imperativos comerciais, retraimentos orçamentais, inibições legais, disponibilidade de informação das fontes, necessidade de narrar o fato de modo inteligível e atraente, para um determinado público” (TRAQUINA, 2002, p. 63).

Traquina (2002, p.201/202), em outra obra, enumera quais são os valores-notícia em sua concepção. Entre “seleção”,

“seleção contextual” e “construção”, aquele que se encaixa com este livro-reportagem é o último. Nas especificidades dos valores-notícia de construção, estão a relevância, o potencial de personalização e o potencial de dramatização do acontecimento, além da consonância — o enquadramento de um acontecimento em questões anteriores.

A partir disso, era necessário unir as experiências adquiridas no estágio feito pelo autor deste livro com a vivência dos personagens aqui abordados, tão diferentes, mas próximas no que tange à intimidade com o futebol. Para isso, coube utilizar o conceito de reportagem defendido por Cremilda Medina, citada por Lima (2003) em seu *Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura*, e julgada por este autor como a mais ajustada ao que se deve fazer em jornalismo.

A reportagem é a forma de maior aprofundamento possível da informação social e, por outro lado, é aquela que responde melhor às aspirações de uma democracia contemporânea (...). Pois é justamente a pluralidade de vozes e a pluralidade de significados sobre o imediato e o real que fazem com que a reportagem se torne um instrumento de expansão e instrumentação plena da democracia, uma vez que a democracia é polifônica e polissêmica (MEDINA, *In* LIMA, 2003, p.27).

Embora não seja construído neste formato, a entrevista foi o ponto de partida da produção de *Um passo à frente*. O “relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade”, conforme defendido por Medina (*apud* MELO, 2003, p.129) foi elemento-chave deste trabalho.

Na construção do livro-reportagem, puderam ser notadas outros dois conceitos retirados da obra de Medina: ambos são de Edgar Morin (1973, *apud* MEDINA, 1990). Ao longo da feitura do trabalho, a entrevista-diálogo e as neoconfissões se fizeram presentes. Para a autora, a entrevista não pode ser somente técnica, pois, se isso acontecer, ela não será um ramo da comunicação humana. A simples relação técnica entre entrevistado e entrevistador não vai se aproximar do diálogo, pois será eminentemente fria e, assim, não haverá uma interrelação de confiança entre repórter e fonte.

É isso que se deve evitar, buscando a comunicação humana por meio do exercício do diálogo. Para conseguir fazer uma boa entrevista, é preciso que o entrevistado esteja ativo, captando emoções, confiando no interlocutor e sendo autêntico — somente

assim acontece o que Medina classifica de fenômeno da identificação, em que a tríade repórter-fonte-receptor se integrem em uma só vivência. Deste modo, a história do entrevistado ganha credibilidade por parte do leitor/espectador/ouvinte. Medina, então, descreve o que é a entrevista-diálogo:

Em certos casos felizes, a entrevista torna-se diálogo. Este diálogo é mais que uma conversação mundana. É uma busca em comum. O entrevistador e o entrevistado colaboram no sentido de trazer à tona uma verdade que pode dizer respeito à pessoa do entrevistado ou a um problema. O diálogo começa a aparecer no rádio, na televisão. Foi necessário tempo para que a palavra humana se descongelasse diante do micro e da câmara (MEDINA, 1990, p.15).

Em determinadas situações do processo de entrevistas, por outro lado, pôde ser notada a presença das neoconfissões de Morin. O entrevistador fica um tanto “apagado”, em um termo usado não-pejorativamente pelo autor. À primeira vista, pouco há de diálogo, embora a entrevista seja, obviamente, não-diretiva. O tema da conversa desperta emoções no entrevistado, que se dispõe a falar espontaneamente e mergulhar na história que tem a contar, interrompido apenas por perguntas rápidas e curtas feitas pelo repórter a fim de guiar a conversa. Estes detalhes da postura do

jornalista, entretanto, ampliam a noção dialógica da entrevista, já que, embora contribua com poucas palavras para o produto, é o repórter quem conduz o ritmo da entrevista — apesar de seu tom ser de responsabilidade do entrevistado. Justamente por isso, as intromissões do entrevistador precisam ser feitas com bastante cuidado, para que não reduzam a qualidade jornalística das declarações do entrevistado. Eis a explicação de Medina para tal questão, ainda baseada no pensamento de Morin:

Aqui, o entrevistador se apaga diante do entrevistado. Este não continua na superfície de si mesmo, mas efetua, deliberadamente ou não, o mergulho interior. Alcançamos aqui a entrevista em profundidade da psicologia social. Tal entrevista traz em si sua ambivalência: toda a confissão pode ser considerada um strip-tease da alma, feita para atrair o libido psicológica do espectador, quer dizer, pode ser objeto de uma manipulação sensacionalista, mas também toda a confissão vai muito mais longe, muito mais profundamente que todas as relações humanas superficiais e pobres da vida cotidiana (MEDINA, 1990, p.16).

CRÔNICAS DO REAL

Em seu “Ética e Imprensa”, Bucci (2000) fala da postura muitas vezes superior que o jornalista impõe a si, ignorando muito

do que a fonte tem a dizer, em favor do seu ponto-de-vista. Pode-se dizer que, evitando tal atitude, muito de *Um passo à frente* foi construído pelas próprias fontes, inclusive na indicação de bons personagens, que, depois de entrevistados, tiveram seus depoimentos selecionados para este trabalho de conclusão de curso.

O jornalismo não é uma atividade estranha ao dia-a-dia democrático. Ao contrário, é tanto melhor quanto mais forte é a democracia. O fazer jornalístico é uma técnica perfeitamente acessível a qualquer um que esteja familiarizado com a vida democrática, ou a qualquer um que tenha abraçado as causas democráticas. Isso faz do jornalismo um ofício único — e definitivamente enraizado nos valores cultivados pelo homem comum. Apenas a título de comparação, a química, a física nuclear ou a pesquisa genética não têm a mesma característica. O homem comum não tem o que dizer sobre o modo de se misturarem duas substâncias determinadas a uma pressão artificialmente elevada, não sabe distinguir as etapas da fusão nuclear nem é capaz de apontar com o dedo onde fica o trecho do filamento cromossômico responsável pela síndrome de Down. (...) O homem comum tem, sim, opiniões autorizadas quando o debate é ético (BUCCI, 2000, p. 47).

Para transformar as histórias em reportagens, optou-se pela figura do narrador-repórter evocada por Sá (2008). O livro trata de narrativas circunstanciais, por isso também flerta com o gênero da crônica — tão comum no jornalismo esportivo que a maioria das

entidades representativas da “classe” são chamadas associações de cronistas esportivos.

O uso da crônica neste livro nada tem a ver, entretanto, com o modelo consagrado por João do Rio — que chegou até a inventar personagens — e Rubem Braga, ainda no início do século 20: a crônica que se aproxima muito mais do conto do que da representação do cotidiano não interessa a este trabalho. Em *Um passo à frente*, o encontro com a crônica se dá quando é usada a função poética da linguagem, já bastante comum às reportagens do jornalismo brasileiro atual.

Ainda há um preconceito com o termo “função poética”, pelo teor escolar que ele representa muitas vezes. Tal ferramenta da linguagem, na verdade, pode estar presente na valorização no texto de um silêncio do personagem, da descrição de um semblante ou um local, na elucidação das verdadeiras significações do que foi dito pelo entrevistado.

Mesmo não propositalmente, o jornalismo praticado neste trabalho dialoga com o coloquial — pelo tema e pela natureza dos personagens — e com a literatura — porque, como Sá declara,

crônica também pode ser literatura sem deixar de falar do real. Trata-se o texto, aqui, como “elemento provocador de outras visões do tema e subtemas que estão sendo tratados numa determinada crônica, tal como acontece em nossas conversas diárias e em nossas reflexões, quando também conversamos com um interlocutor que nada mais é do que o nosso outro lado, nossa outra metade, sempre numa determinada circunstância.” (SÁ, 2008, p.11)

As histórias de Ananias, Felipe, Gustavo, Renato, Vangleydson, Vinícius e Wellington, tão diferentes e tão parecidas nos encantos e nas decepções, estão a seguir. Neste espaço, estão a maturidade dos mais novos, a ingenuidade dos mais velhos, a consciência, as lembranças e os projetos de todos — do primeiro passo à frente, na aprovação na primeira peneira que participaram, à avaliação que fazem hoje do futebol.

4. REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**. As conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; 1999. 148 p.

BAUMAN, Zygmunt. **Vidas desperdiçadas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005. 138 p.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora. 2007. 210 p.

Bate-papo UOL: Renata Fan fala sobre a estréia de "Jogo Aberto", na Band. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2007/02/07/ult4244u22.jhtm>>. Acessado dia 12 de novembro de 2009.

BRASIL. Decreto-**Lei** nº 9.615, de 24 de março de 1998 (Lei Pelé). Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 25 mar.1998. Seção 1, p. 1-7.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. 256 p.

CARVALHO, Cristina Amélia Pereira de; GONÇALVES, Julio Cesar de Santana. A Mercantilização do Futebol Brasileiro: instrumentos, avanços e resistências. Cadernos EBAP, Rio de Janeiro - RJ, v. 4, n. 2, p. 1-27, 2006.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003. 120 p.

Contas Regionais, renda per capita 2004. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/contasregionais/2004/tabela04.pdf>>. Acessado dia 13 de novembro de 2009.

COSTA, Jose Augusto de Aguiar. **Heróis do Esporte, Heróis da Vida**: Os valiosos feitos, motivações, sentimentos e lições de vida dos heróis do esporte. Rio de Janeiro: Lance!, 2008. 176p.

Dono de franquia da NBA assume Arsenal. Disponível em: <<http://maquinadoesporte.uol.com.br/v2/noticias.asp?id=146941>>. Acessado dia 14 de novembro de 2009.

Flamengo e Corinthians seguem no topo de ranking de torcidas Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=538>. Acessado dia 15 de novembro de 2009.

FRANCO JÚNIOR, Hilário. **A Dança dos Deuses**: Futebol, Sociedade, Cultura. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. 448p.

FREITAS, Clara M. S. M. de. **As classes sociais na sociedade do espetáculo**: o olhar dos torcedores de futebol. Rev. Port. Cien. Desp., set. 2005, vol.5, no.3, p.329-334. ISSN 1645-0523.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura, 26ª ed. São Paulo:

Editora Manole, 2003. 370 p.

MARTINS, Fernando. Devo, não nego, pago quando der um jeitinho. Trivela, São Paulo, nº38, p. 34-39, abr. 2009.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista**: o diálogo possível. São Paulo: Ed. Ática, 1990. 96 p.

MELO, José Marques. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3º ed. São Paulo, Ed. Mantiqueira, 2003. 66 p.

Os salários dos jogadores brasileiros. Disponível em:
<<http://www.futebolfinance.com/os-salarios-dos-jogadores-brasileiros-2009>>. Acessado dia 16 de novembro de 2009.

RISÉRIO, Antonio. **A utopia brasileira e os movimentos negros**. São Paulo: Editora 34, 2007. 440 p.

RODRIGUES, F. X. F. . **Pierre Bourdieu**: esquema analítico e contribuição para uma teoria do conhecimento na sociologia do esporte. Sociedade e Cultura, Giano - Goiás, v. 8, n. 1, p. 111-125, 2005.

SÁ, Jorge de. **A crônica**. São Paulo: Ática, 2008. Série Princípios. 94 p.

SOUZA, Camilo Araújo Máximo de; VAZ, Alexandre Fernandez;

BARTHOLLO, Tiago Lisboa; SOARES, Antonio Jorge Gonçalves. Difícil reconversão: futebol, projeto e destino em meninos brasileiros. Horiz. antropol. [online]. 2008, vol.14, n.30, pp. 85-111. ISSN 0104-7183.

TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. 2a ed. Lisboa: Vega, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2002.

Top Models – Um Conto de Fadas Brasileiro. Direção: Richard Luiz. Produção: Luminosidade e Protótipo Filme . Roteiro: Renata Terra. Elenco: Adriana Lima, Alessandra Ambrosio, Fernanda Tavares, Gisele Bündchen, Isabeli Fontana, Letícia Birkheuer, Mariana Weickert, Michelle Alves, Raica Oliveira, Raquel Zimmermann e outros. São Paulo: Paris Filmes, 2009. 1 DVD (90 min).

United Nations cyberschoolbus. Disponível em:
<<http://cyberschoolbus.un.org/infonation/index.asp>>. Acessado dia 13 de novembro de 2009.

WISNIK, J. M. **Veneno remédio**: o futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008. 344 p.