

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS

CURSO DE JORNALISMO

TORCIDA EM CAMPO:

A CULTURA DE TORCEDOR DO SÃO PAULO FUTEBOL CLUBE

CAIO DE CASTRO TEIXEIRA

SÃO PAULO

2º semestre de 2018

CAIO DE CASTRO TEIXEIRA

TORCIDA EM CAMPO:

A CULTURA DE TORCEDOR DO SÃO PAULO FUTEBOL CLUBE

Relatório Final do TCC II (Trabalho de Conclusão de Curso) apresentado ao Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie para obtenção do Título de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Professora Ms. Lenize Villaça.

SÃO PAULO

2º semestre de 2018

Este Trabalho de Conclusão de Curso não reflete a opinião da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Seu conteúdo e abordagem são de total responsabilidade de seu autor.

Link de acesso para o produto: <https://youtu.be/W-OSHIh0444>

Data de upload: 07/11/2018

RESUMO

A cultura faz parte da história da humanidade e o futebol está presente nesse contexto. O objetivo do programa de rádio **Torcida em Campo** é discutir a existência de uma cultura de torcedor e quais seriam os fatores que poderiam afetá-la, a partir do entendimento de uma mudança de postura da torcida do São Paulo Futebol Clube. Para isso, jornalistas e torcedores discutem o tema em um debate, mediado pelo autor deste Trabalho de Conclusão de Curso. A parte teórica é composta pelos eixos: surgimento das torcidas de futebol, cultura e torcida, São Paulo Futebol Clube e as mulheres, rádio e suas características técnicas e, por fim, jornalismo esportivo no rádio. A peça está em formato de mesa redonda, a fim de promover discussões entres os três integrantes da bancada.

Palavras-Chave: cultura de torcedor; futebol; jornalismo esportivo; rádio; São Paulo Futebol Clube

ABSTRACT

Culture is part of human history, and football has its presence in this context. The goal of the radio program **Torcida em Campo** is to discuss the existence of a fan culture and what factors could affect it considering how São Paulo FC fans changed their behavior. For that, journalists and fans debate the subject mediated by the author of this paper. The theoretical part is composed by the following guidelines: appearance of football fan clubs; culture and football firms; São Paulo FC and women; radio and its technical characteristics; and, finally, sports journalism on the radio. The chosen format is a roundtable to promote the discussion between the participants.

Keywords: fan culture; radio; São Paulo Futebol Clube; soccer; sports journalism

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1.1 CULTURA E TORCIDA.....	11
1.2 SURGIMENTO DAS TORCIDAS DE FUTEBOL.....	13
1.3 SÃO PAULO FUTEBOL CLUBE E MULHERES.....	14
1.4 RÁDIO E SUAS CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS.....	15
1.5 JORNALISMO ESPORTIVO NO RÁDIO.....	17
2. DESENVOLVIMENTO DA PEÇA.....	18
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	20
REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO.....	22

INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso embasa a realização de um programa de rádio, em formato de mesa redonda, sobre a cultura de torcedor de futebol e usa como modelo a torcida do São Paulo Futebol Clube, com enfoque na mudança de postura dos torcedores tricolores em 2017 e 2018. Sempre taxada pelos rivais e alguns profissionais da imprensa como “modinha”, por só apoiar nos momentos bons, a torcida são-paulina mostrou fidelidade em 2017, quando o clube brigou para não ser rebaixado no Campeonato Brasileiro, alcançando a maior média de público da história da equipe (segunda maior do Brasil no ano), 33.635 torcedores. A marca bateu de longe os números das últimas temporadas - nos últimos cinco anos os índices foram de: 22.790 (2016), 19.744 (2015), 22.272 (2014), 19.802 (2013) e 24.297 (2012). Em 2018, a postura se manteve e a torcida emendou uma sequência de oito partidas com ao menos 40 mil torcedores dentro do Morumbi, durante a disputa do torneio nacional. O feito superou o antigo recorde de 2017 e 1980, quando os tricolores emendaram seis partidas com ao menos 40 mil pessoas no Morumbi. Após 30 confrontos, a média de público no estádio foi de 30.043 pessoas (quarta maior do Brasil no ano), número inferior ao conquistado em 2017 depois de 30 jogos (GLOBOESPORTE, online, 2018).

Essa mudança de status da torcida está acompanhada de uma série de ações promovidas pela diretoria do clube para atrair seu torcedor ao estádio. Entre elas estão a diminuição do preço dos ingressos, divulgação de pacotes que incluem vários jogos por um menor valor (também conhecidos como carnês), mudança na gestão de futebol do clube, apostando em três ex-jogadores e ídolos inexperientes na função, e algumas iniciativas sociais voltadas para os torcedores. Com contratações pontuais, a atual diretoria recolocou o São Paulo na briga pelo topo do Campeonato Brasileiro, algo que não acontecia desde 2014, aproximando ainda mais o torcedor tricolor do estádio. O clube foi o campeão simbólico do primeiro turno com 41 pontos, mas o baixo rendimento no retorno fez o sonho do heptacampeonato ser adiado. No entanto, o quinto lugar na classificação geral deu ao Tricolor uma vaga para a Copa Libertadores 2019, torneio que o São Paulo não disputa desde 2016.

A relevância jornalística do trabalho foi discutir se realmente existe e como se constitui uma cultura de torcedor, relacionando essa mudança de postura da torcida do São Paulo com as recentes medidas tomadas pela diretoria para aproximar os torcedores do estádio. A cultura de torcedor também foi discutida a partir de relatos de pessoas comuns, em forma de fala-povo, que disseram o que foram capazes de fazer pelo São Paulo Futebol Clube.

Levando em conta a proposta deste trabalho, a pergunta-problema era: como é possível, por meio de um programa de rádio, discutir a existência de uma cultura de torcedor e os fatores que influenciaram na mudança de postura da torcida do São Paulo?

O objetivo central foi realizar um programa que mostrasse a mudança desse comportamento da torcida do São Paulo e como esse fato está relacionado com as medidas que o clube tomou para tentar reaproximar seu torcedor, que esteve afastado durante recentes anos de jejum. Meus objetivos secundários foram: pesquisar as médias de público do São Paulo nos últimos anos, pesquisar as ações sociais promovidas pelo clube para as mulheres, estudar como se fazer um bom programa de rádio com pluralidade de vozes e utilizar entrevistas que corroborassem com o tema discutido.

A minha escolha do tema foi totalmente pessoal. Além de ser meu time de coração, percebi que não havia trabalhos com o mesmo recorte que o meu e, dessa forma, entendo que algo novo seja sempre relevante. Muitas pessoas julgam o esporte como apenas um jogo, mas para quem tem intimidade com o esporte é muito mais do que isso. Em relação à peça, optei pelo rádio porque é meu veículo preferido e tendo, inclusive, participado de uma oficina de rádio em 2016. Além disso, tenho dificuldade em diagramação e acredito não ter o olhar certo para documentário ou ensaio fotográfico.

Como referência para meu trabalho, acredito que o documentário *Geraldinos* (2015) tenha me ajudado a entender a existência de uma “cultura de torcedor”. Claro que os temas divergem, já que a referência fala sobre a modernização do Maracanã, mas a relação dos geraldinos com o estádio carioca é uma cultura assim como é a dos são-paulinos com o clube. Há em comum entrevistas com personagens torcedores que têm uma relação com o estádio e, no meu caso, com o São Paulo. Para a peça, os livros *Como falar no rádio* (2009), de Cyro César, e *A bola no ar* (1994), de Edileuza Soares, serviram de

base para um iniciante no veículo. Técnicas de locução, aquecimento de voz e entonação precisavam ser praticados antes de gravar, além de conhecer um pouco sobre como começaram as atividades radiofônicas em São Paulo. Para o tema, os autores Guterman (2013) e Souza (1996) me ajudaram a conhecer melhor sobre o início do futebol no Brasil e como se desenvolveram os torcedores do esporte.

Também passei a ouvir com mais frequência alguns programas esportivos no rádio para pegar um modelo de como esse meio de comunicação trata o jornalismo esportivo. Eu pude perceber que a maioria dos programas, entre eles *Estádio 97* (rádio Energia FM), *Agora o bicho vai pegar* (rádio Mix FM), *Resenha, futebol e humor* (Rádio Bandeirantes AM), *Na Geral* (rádio Kiss FM), entre outros, abordam o futebol com bastante informação e descontração. Meu intuito não foi fazer um programa humorístico, mas a escolha dos meus convidados para a mesa redonda tem a ver com a vontade de momentos informais durante o programa, com respostas sinceras.

1.1. Cultura e torcida

A cultura é o conjunto de leis, moral, padrões de comportamento, crenças, conhecimentos e símbolos que distinguem um grupo social. Segundo Laraia (2001, p. 68), “o modo de ver o mundo, as apreciações de ordem moral e valorativa, os diferentes comportamentos sociais e mesmo as posturas corporais são assim produtos de uma herança cultural”.

Torcida é o conjunto de pessoas simpatizantes de uma agremiação esportiva em comum, que pode disputar campeonatos ou não. De acordo com Souza (1996, p. 110), o fenômeno das torcidas de futebol no Brasil, ou seja, do conjunto de torcedores de cada equipe, pode ser compreendido como uma ‘comunidade imaginada’. Se entende por “comunidade imaginada” quando uma nação é “amarrada a símbolos, rituais e práticas que unem a população em celebrações periódicas com um forte sentido de coletividade” (HELAL, 1994, p. 61).

Ao olhar especificamente para o grupo de torcedores do São Paulo Futebol Clube, é possível identificar padrões de costumes, símbolos e de comportamento. São os gritos e sentimentos em comum, a ânsia de vencer o adversário, as bandeiras, camisetas e faixas que remetem à agremiação, o próprio brasão da equipe, a relação com o estádio e jogos do time. Para essas pessoas o futebol não é apenas um jogo, se trata também de lealdade total a um time e o conseqüente desprezo pelos rivais. Rodrigues (1993, p. 57) valoriza a relação entre torcedor e clube, destacando que “[...] a torcida pode salvar ou liquidar um time. É o craque que lida com a bola e a chuta. Mas acreditem: — o torcedor está por trás, dispondo”.

Dessa forma, é possível entender que uma cultura de torcedor abrange práticas, costumes e valores em comum de pessoas que passam a conviver por causa da agremiação que torcem. Essa cultura é afetada por diversos fatores externos que determinam mudanças com o passar dos anos, como a situação econômica do país, preço de entrada para as partidas, alavancados com a construção de arenas multiuso, política do clube, situação em competições, etc. Essas situações fazem variar o número de torcedores no estádio, que são muito presentes em algumas equipes, mas em outras situações há estádios vazios e desinteresse por parte do torcedor.

1.2 Surgimento das torcidas de futebol

O futebol surge no Brasil em 1894, quando Charles Miller traz da Inglaterra uma bola e um conjunto de regras. Apesar da importância que o esporte tem nos dias de hoje, inicialmente ele aparece de forma amadora e simples, com campos improvisados e sem remuneração.

[...] havia um pronunciado desejo de ao menos parecer amador entre os fundadores do futebol brasileiro. Como se tratava de gente da elite europeia e da nascente aristocracia paulistana e carioca, esse desejo soa estranho; afinal, eles poderiam muito bem ter usado seu dinheiro para melhorar as condições de jogo e mesmo de torná-lo financeiramente viável como competição. (GUTERMAN, 2013, p.7)

A intenção dos pioneiros de “parecer amador” estava diretamente relacionada com a valorização do cavalheirismo dos atletas, “distinguindo-os daquilo que eles viam como costumes rasteiros da massa de imigrantes iletrados e de ex-escravos – e dos próprios operários e desocupados ingleses” (GUTERMAN, 2013, p. 8).

Diferentemente das partidas atuais, as arquibancadas de antigamente eram majoritariamente compostas por pessoas da alta sociedade, que se vestiam das melhores roupas para acompanhar o “football”. Entretanto, o esporte passou a se popularizar e “a paz nas arquibancadas começaria logo a ser perturbada por elementos estranhos à elite. [...] Esses torcedores passaram a usar a vaia” (GUTERMAN, 2013, p. 14). No início, essas atitudes eram reprimidas pelos jornais locais e consideradas como “caso de polícia”.

Para Toledo (2009, p. 9), a entrada das camadas populares conferiu ao esporte “significados e dinâmicas sociais originais – divergentes dos desígnios supostamente civilizatórios das camadas sociais mais abastadas”.

A ruptura do futebol, de esporte de elite para esporte de massa, de esporte amador para esporte profissional, se daria mais concretamente nos anos 1920 [...]. Surgiriam condições que fariam do futebol o mecanismo pelo qual o Brasil romperia, ainda que momentaneamente, os limites rígidos de sua hierarquia social. (GUTERMAN, 2013, p. 35)

Na época, havia por parte da elite um grande desprezo a coisas relacionadas ao povo. Não que atualmente o preconceito social não perdure, mas o futebol surgiu como um mecanismo de mistura de classes, o que reflete na grande paixão e importância que o brasileiro dá ao esporte. Nos dias de hoje,

há nos estádios uma grande variação de raças e classes, algo talvez impensável no longínquo ano de 1894.

O brasileiro por si só já é produto de uma série de misturas culturais e raciais, e a coexistência de vários times e conseqüentemente várias torcidas torna esses coletivos ainda mais específicos.

Um torcedor de futebol não se encontra, ouve ou interage com todos os outros membros da torcida da qual faz parte, nem com os integrantes da equipe de sua preferência, mas imagina-os como pertencendo a uma mesma coletividade, uma mesma comunhão [...]. As torcidas são compostas por indivíduos de diferentes níveis cultural e socioeconômico, de diferentes regiões, com graus de envolvimento emocional e material diferentes, e assim por diante. No entanto, elas não deixam de serem concebidas como uma unidade ou uma totalidade única em si próprias (SOUZA, 1996, p. 112).

Apesar de diferentes, os torcedores quando estão torcendo pelo seu clube deixam indiretamente de lado essa diferença, deixando valer apenas o gosto pela entidade em comum. Dentro do estádio todos estão do mesmo lado, e não há espaço para prevalência de idiosincrasias. Um exemplo disso é na hora da comemoração de um gol, quando pessoas que nunca se viram na vida se abraçam e se cumprimentam sem saber nada do outro.

A função do torcedor nas partidas não é meramente de apoiar e incentivar a busca pela vitória. O futebol só passou a ter a importância que tem hoje graças ao primeiro torcedor, que passou a conferir um caráter histórico ao esporte (RODRIGUES, 1993, p. 60). É ele quem confere a cara e atmosfera nos jogos, festeja nas arquibancadas, rivaliza com os torcedores de outras equipes e transforma o que seria uma mera atividade física em duelos memoráveis.

1.3 São Paulo Futebol Clube e mulheres

Dentre as iniciativas sociais voltadas aos torcedores, se destacam as que foram criadas em prol das mulheres. No dia internacional da mulher desse ano, o site oficial do clube postou um manifesto com o título “O SPFC se importa” dizendo que a data não deve ser encarada como uma “amenidade comemorativa”, mas sim como “um movimento de mobilização para a conquista de direitos, para discutir a desigualdade e discriminação e para se manifestar contra a violência moral, física, psicológica e sexual ainda sofridas pelas mulheres” (SAOPAULOFC.NET, online, 2018).

No entendimento de ser um agente de responsabilidade social e institucional, o São Paulo passou a promover encontros periódicos com as torcedoras no Morumbi; contato para atender às dúvidas e denúncias por meio do saopaulinas@saopaulofc.net; grupos de apoio voluntário a mulheres vítimas de violência (independente do time que torcem), em conjunto com o site Justiça de Saia e a promotora do Ministério Público do Estado de São Paulo, Gabriela Manssur, e parceria com o FemiTaxi, aplicativo de transporte exclusivo para motoristas e passageiras mulheres, que permite que as torcedoras agendem suas corridas previamente para ir e sair dos jogos do São Paulo no Morumbi e ainda recebam 30% de desconto sobre a tarifa, além de um desconto de 15% na primeira corrida. Segundo o manifesto, “o São Paulo enxerga na parceria com o FemiTaxi mais do que a facilitação de uma alternativa de transporte seguro para suas torcedoras, mas também como uma contribuição a uma iniciativa que gera oportunidade para mulheres no mercado de trabalho” (SAOPAULOFC.NET, online, 2018).

Em abril de 2018, o site oficial do clube subiu um texto contendo as atualizações das iniciativas prometidas no dia da mulher. Até o momento foram realizados dois encontros presenciais nos dias 25 de fevereiro e 5 de maio; o e-mail disponibilizado está ativo e respondendo questionamentos das torcedoras; os grupos de apoio voluntário ainda estão em “fase final de estruturação” e passados alguns meses não foram mais comentados. Essas medidas podem aproximar ainda mais o público feminino do estádio, já que as principais causas para as mulheres terem medo de irem às partidas, segundo o próprio clube, são a falta de segurança dentro e fora do estádio e o assédio praticado por homens.

1.4 Rádio e suas características técnicas

Segundo Silva (1999, p. 52), no rádio nada que não seja voz participa; tudo que é emitido por ondas sonoras é resultado do combate “verbo-voco-sonoplástico”, no qual texto e voz se entrelaçam simultaneamente com outros signos sonoros. Para ela, a linguagem radiofônica não conta apenas com a palavra escrita, mas também com músicas, efeitos sonoros, silêncio e ruídos, que perdem seu valor unitário quando combinados entre si.

Por isso, o rádio é totalmente adequado para a transmissão de informação, já que o seu fluxo de conteúdo é mais rápido que qualquer outro meio, sem contar que quase toda a população brasileira possui o equipamento. A combinação dos elementos acima também tem o poder de produzir nos ouvintes diversas respostas emocionais, diferentes de acordo com as características de cada um e com as características da transmissão.

No rádio, é a voz, a oralidade, conjugada a outros signos sonoros (ruído, música) e o silêncio, que “carregam” e organizam a informação. A palavra propõe o conteúdo do fato transmitido, enquanto o ruído, a música e o silêncio ambientam e oferecem ao ouvinte a sensorialidade; isto é, são responsáveis por “transportar” o receptor ao “clima”, ao cenário do acontecimento, proporcionando a chamada criação de imagens mentais, tão faladas quando o objeto de estudo é o meio de comunicação rádio analógico. (VELHO, 2009, p. 3)

Dessa forma, o rádio consolida um sistema informacional diferente dos outros meios, pois já que não há imagens como a televisão, precisa desses elementos para conseguir situar e prender a atenção do ouvinte. Cada um destes contribui para a formação da linguagem radiofônica no jornalismo.

Em primeiro lugar, é necessário adequar o ritmo da locução. É através da entonação e da fluência da mensagem oral que vai se dar o envolvimento entre locutor ouvinte. Outro aspecto é a questão da enunciação. No rádio informativo, existe a possibilidade de se trabalhar uma pluralidade de vozes, que vão contribuir com a organização da mensagem, através da mudança do enunciador, que será acompanhada da mudança de conteúdo, e através, também, da variação da própria natureza da emissão sonora, mudança do timbre e da entonação de cada interlocutor. (VELHO, 2009, p. 4)

Então, para se produzir um bom programa de rádio é necessária uma variedade de componentes, pois quem fala não é apenas locutor, mas também os outros integrantes da bancada, os convidados, as pessoas comuns que dão entrevistas e são usadas como fontes, além de, em alguns casos, especialistas procurados para explicar determinados assuntos.

Os textos para esse meio de comunicação possuem especificações. Segundo Velho (2009, p. 4), a oralidade radiofônica propõe simplicidade na escolha de palavras, concisão e coerência, que se traduzem em textos curtos e ritmo, que deve ser o mais natural possível. Esses detalhes têm a ver com o grande número de ouvintes leigos e com a intenção de não perder a atenção de quem está sintonizado, já que um texto grande e maçante faz com que as pessoas percam interesse no que está sendo dito.

A relação do locutor com o ouvinte é muito importante para o bom andamento desse meio de comunicação. Utilizando as características necessárias para um texto radiofônico, o radialista influencia as pessoas de forma positiva, já que assim como qualquer outro meio, o rádio também ajuda na construção da opinião pública. Por isso há a necessidade de ser imparcial na apuração e abordagem dos fatos, pois assim como no jornal impresso, credibilidade e carisma estão em jogo.

O relaxamento é um ato muito importante para a boa execução dos trabalhos do locutor. A inspiração e a expiração, de maneira compassada, juntamente com a contração seguida de relaxamento dos músculos das pernas e dos braços, ajudam bastante. (CÉSAR, 2009, p. 27)

Além de questões técnicas, para se realizar uma boa transmissão é necessário também ter controle da linguagem corporal. Para quem está acostumado com o rádio, esse controle passa a ser natural com a experiência adquirida durante os anos, mas para quem não tem essa experiência é preciso praticar antes de gravar um programa. Segundo César (2009, p. 28), se o locutor não controla o ar expirado durante a locução, acaba inspirando várias vezes durante a leitura do texto, provocando erros de cadência e distorção do significado do que está sendo dito.

Se profissionais às vezes cometem erros ao vivo, iniciantes provavelmente cometerão erros e por isso treinar é o ideal, já que falhas na voz ou trava línguas comprometem o bom andamento da transmissão. Lidar com imprevisto também é uma maneira de evitar nervosismo, além de atrair o público, que prefere programas não tão sérios e técnicos.

1.5 Jornalismo esportivo no rádio

Segundo Soares (1994, p. 17), o rádio esportivo foi essencial para a transformação do futebol em esporte de massa e um importante complemento na definição do veículo como meio de comunicação de massa. O jornalismo esportivo no rádio foi um dos primeiros gêneros a se firmar no meio de comunicação, principalmente pelo gosto crescente da população pelo futebol e pela grande jornada de partidas, que culmina numa variedade de temas a serem abordados.

Em 1932, o governo autorizou, pelo Decreto 21.111, a veiculação de publicidade no rádio. Tornou-se necessário ao rádio reformular a sua programação e criar gêneros para atingir o grande público [...]. Nessa reformulação, a transmissão esportiva surgiu como um bom apelo para conquistar a audiência (SOARES, 1994, p. 26).

Na época, o rádio conquistava sua popularidade por prender a atenção dos ouvintes. De acordo com Lima (2001, p. 33), “o rádio é o mais popular e democrático dos veículos de comunicação de massa, justamente por sua penetração, atingindo a todo e qualquer cidadão”.

Em 1931, a radiodifusão no Brasil não havia se consolidado, pois tinha somente nove anos. O veículo de comunicação ainda parecia uma novidade exótica e mal começara a procura de uma linguagem própria do meio. Predominavam a improvisação e o amadorismo [...]. Não se tratava da transmissão direta dos jogos, mas sim de telegramas que eram lidos com os respectivos resultados dos jogos mais importantes (SOARES, 1994, p. 18).

Se hoje há uma grande variedade de programas esportivos, desde narrações a comentários e notícias, antigamente as emissoras tinham de se virar para conseguir conteúdo de um esporte recém-chegado ao Brasil. No início, os jogos eram transmitidos de forma lenta. Nicolau Tuma foi o responsável para a transmissão ganhar ritmo, e ficou conhecido como “speaker metralhadora”, já que conseguia dizer muitas palavras por minuto. Diferentemente do que é hoje, quando os estádios possuem setores direcionados para a imprensa, antes era necessário narrar em “locais improvisados, incluindo galinheiros e telhados de casas vizinhas aos gramados. Só com o avançar do tempo é que isso melhorou, em meados dos anos 40”. (DIAS; LIMA, 2011, p.5).

2. DESENVOLVIMENTO DA PEÇA

Para trazer características profissionais ao meu programa de rádio, tive que seguir algumas especificações. Primeiramente pensei em um produto que tivesse pluralidade de vozes, pois no rádio informativo é interessante ter na composição da mensagem mudança de enunciador e consequentes mudanças de timbre e entonação. Dessa forma, escolhi três convidados para compor a mesa redonda, dois participantes externos e fiz um fala-povo, em que entrevistei tanto homens quanto mulheres de diferentes idades.

Segundo César (2009), o relaxamento é muito importante para uma boa locução, por isso utilizei meu tempo de preparo do TCC para praticar minha dicção e entonação das palavras do meu roteiro. Apesar de ter feito oficina desse meio, minha experiência como radialista é nula, então foram comuns erros durante as primeiras leituras do roteiro. Minha intenção foi chegar o mais preparado possível no estúdio, evitando os erros.

O roteiro, de acordo com Velho (2009), conta com textos curtos e palavras simples, trabalhando o número de linhas por parágrafo, já que no rádio é necessário um bom tempo de leitura para não perder a atenção dos ouvintes. Além disso, também usei outros signos sonoros, já que Silva (1999) diz que a linguagem radiofônica não conta apenas com a palavra escrita, mas também com músicas, efeitos sonoros, silêncio e ruídos. Trabalhei o instrumental da música *Que bonito é (Na Cadência do Samba - 1956)* em forma de vinheta do programa *Torcida em Campo*, sendo retirado apenas durante a reprodução das sonoras externas. O silêncio foi utilizado em alguns momentos de mudança de fala ou comentário.

Minha função no programa *Torcida em Campo* foi a de âncora, apresentando meus convidados que na teoria eram específicos daquele dia de gravação, dando a ideia de que o programa teria outras edições, e fazendo as perguntas necessárias para a discussão. Também contei com a sonoplastia de Lucas Abrunhosa, que me auxiliou durante a gravação do programa. Em relação à edição do material eu me encarreguei disso, já que escolhi fazer um programa de rádio por acreditar saber editar sons no *Final Cut*. Foi difícil escolher os momentos certos a serem cortados, já que a gravação atingiu mais de 40 minutos e eu precisei deixar com no máximo 22 minutos. As entrevistas para o fala-povo foram gravadas antes e depois do empate em um a um entre São Paulo e América-MG, no Morumbi, no dia 22 de setembro, com a pergunta “qual a maior loucura ou prova de amor que você fez pelo Tricolor?”.

As fontes para o meu trabalho tiveram que mudar bruscamente. Inicialmente eu havia pensado em fazer uma série de reportagens em áudio que conteriam: uma geração de são paulinos (avô, pai e filho), o atual coordenador de futebol do São Paulo, Ricardo Rocha, e a promotora do Ministério Público do Estado de São Paulo, Gabriela Manssur, que estabeleceu uma parceria com o

Tricolor para promover grupos de apoio voluntário a mulheres vítimas de violência no estádio do Morumbi. Tudo estava certo com todos, mas a falta de interesse da promotora e a inicial demora de resposta do Ricardo Rocha me fizeram pensar em outro formato. Insisti no coordenador de futebol, pois julguei importante a presença dele no programa, já que ele foi citado algumas vezes por mim e pelos meus convidados. Além de dificultar um encontro presencial e me responder às perguntas via *WhatsApp*, Ricardo não me emitiu uma autorização para cessão de direitos de áudio apesar de primeiramente ter sido solicitado e dizer que me encaminharia o documento. Também não obtive resposta do saopaulinas@saopaulofc.net.

Assim, tive que mudar meu programa de rádio para o formato de mesa redonda. Escolhi os seguintes convidados para debaterem a mudança de postura da torcida do São Paulo e a consequente “cultura de torcedor”:

- **Luiz Paulo Montes**, são paulino, jornalista e atual assessor de imprensa do ex-jogador de vôlei Giba. Antes trabalhou nas redações do UOL e Lance, além de prestar serviços para a revista ISTOÉ 2016. É o autor do livro “Giba neles!”, que conta a biografia do ex-atleta.

- **Guilherme Pallesi**, jornalista, atualmente radialista nos programas “Resenha, futebol e humor” (Rádio Bandeirantes), “Agora o bicho vai pegar” (Rádio Mix) e colunista na IG TV (IG Esporte). O Guipa, como é conhecido, também trabalhou no Esporte Interativo.

- **Paulo Ranieri**, são paulino, jornalista e professor na Universidade Presbiteriana Mackenzie e Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Também é doutor em Educação, Arte e História da Cultura, mestre em Ciências da Comunicação e especialista em redes sociais.

Meu intuito ao não trazer somente são-paulinos foi de tornar o programa o mais imparcial possível, trazendo também o olhar de um profissional que não torce para o mesmo time que o meu. Além dos convidados da bancada, também contei com sonoras externas de mais dois participantes:

- **Rosana Schwartz**, consultora, pesquisadora e professora da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Dentre suas áreas de atuação estão História da Cultura, Historiografia da Mídia e Movimentos e Entidades Sociais.

Ela é doutora em História e mestra em Educação, Arte e História da Cultura. No programa *Torcida em Campo* ela responde à pergunta de “o que é cultura?”, para introduzir a discussão da existência de uma “cultura de torcedor”.

- **Ricardo Rocha**, atualmente coordenador de futebol do São Paulo Futebol Clube, também foi jogador, treinador e comentarista esportivo. Na sua passagem pelo Tricolor Paulista, entre 1989 e 1991, conquistou dois campeonatos Paulista (1989 e 1991) e o Brasileiro de 1991, além de ter sido campeão mundial com a Seleção Brasileira em 1994. No programa *Torcida em Campo* ele responde às perguntas: “como é a transição de jogador para diretor?”, “o que precisa ser estudado nessa transição?”, “a experiência de boleiro facilita na comunicação com os atletas?” e qual é a opinião dele sobre ex-jogadores se tornando dirigentes.

A peça foi gravada no dia 26 de setembro de 2018 e por isso consta no roteiro que o São Paulo brigava pelo heptacampeonato brasileiro, sonho perdido após a queda de rendimento do time no segundo turno. Também vale lembrar que o São Paulo fará mais um jogo em seu estádio até o fim do ano, contra o Sport, no dia 26 de novembro, data posterior à entrega deste Trabalho de Conclusão de Curso, portanto, o número da média de público está atualizado até o penúltimo confronto no Morumbi, que foi contra o Cruzeiro no dia 18 de novembro. A atual posição do clube no Campeonato Brasileiro, quinto lugar, também pode mudar até o final da disputa.

No dia 27 de setembro de 2018 já comecei a primeira edição, que me possibilitou deixar o programa com 24 minutos e 30 segundos, inicialmente com mais de 40 minutos. Foi necessário mais um dia de edição para deixar o produto com 22 minutos e quatro segundos e, com auxílio do sonoplasta Lucas Abrunhosa, finalizei a edição no dia 19 de outubro de 2018.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos deste trabalho foram alcançados. Com o *Torcida em Campo*, eu consegui realizar um programa de rádio que discute o fato de a torcida são paulina estar mais presente no estádio na atual e na última temporada, relacionando com as recentes medidas que a diretoria do São Paulo vem

tomando para atrair o torcedor. A pergunta-problema foi respondida, já que durante o programa os convidados da bancada conversaram sobre uma cultura de torcedor e o que pode afetá-la. Meu objeto de estudo foi focado em desenvolver uma discussão sobre o que influenciou a cultura de torcedor da torcida do São Paulo, se é permanente e como esse fato se relaciona com a nova diretoria. Como os torcedores tricolores já demonstravam indícios dessa mudança antes dos novos diretores serem contratados, é perceptível que o padrão se repetiu, e os são-paulinos mantiveram a mesma postura.

Também entendo que meu trabalho concluiu a existência de uma cultura de torcedor, mas como algo que não é fixo e sim variante de acordo com diversos fatores, como a situação econômica do país, que pode permitir ou impedir um grande número de torcedores nos estádios; preço dos ingressos, que aumentou muito nas arenas e foi mantido a valor popular nos jogos do São Paulo; situação da equipe nos campeonatos e, principalmente, como está a sociedade, que ainda mantém um grande interesse por partidas de futebol. Meus convidados também ajudaram a concluir que a mudança de postura não é apenas da torcida tricolor, mas também dos torcedores brasileiros em geral, que têm aumentado as médias de público de suas equipes e do Campeonato Brasileiro como um todo.

O termo “cultura de torcedor” me criou certa dificuldade para encontrar as referências bibliográficas ideais, pois não é um termo utilizado em livros, artigos, monografias e afins. Apesar disso, consegui encontrar autores que discutem o conjunto de torcedores e como eles se relacionam em sociedade. Já para a peça em si foi fácil encontrar conteúdo para o referencial, uma vez que o veículo rádio é bem antigo e bastante explorado em trabalhos acadêmicos.

Sobre as contribuições que este Trabalho de Conclusão de Curso trouxe, acredito que tenha sido expor o trabalho da diretoria do São Paulo para trazer seu torcedor novamente a seu lado, pois durante os últimos anos a torcida são paulina reclamava de más atuações e falta de resultados, mas não estava o tempo todo presente para apoiar sua equipe. Também vejo como importante a discussão de uma cultura entre os torcedores, que mesmo diferentes entre si em diversos aspectos são capazes de deixar de lado essas diferenças durante uma partida de futebol. Abordar as medidas sociais que o clube vem tomando em prol

das mulheres também é importante para determinar o SPFC como um agente social, coisa que poucos clubes são capazes de ser.

Ao comandar uma mesa redonda com profissionais experientes, entrevistar torcedores desconhecidos no Morumbi e correr atrás de um dirigente do meu time de coração, creio ter colocado em prática tudo que me foi ensinado durante esses quatro anos de faculdade, impulsionando meu aprendizado e minha experiência jornalística. Este TCC foi um trabalho extenso e levou bastante tempo para ser concluído, além de exigir esforços individuais o que dificulta ainda mais a pesquisa, a preparação de um roteiro, etc.

Por fim, consegui ressaltar a importância dos torcedores para um clube de futebol, principalmente dos são paulinos que costumam ser bastante desvalorizados na questão de apoiar. Os chamados 'modinhas' também estiveram ao lado do Tricolor quando o time mais precisou e conseguiram, de certa forma, evitar o primeiro rebaixamento da história do São Paulo Futebol Clube. A terceira maior torcida do Brasil não merecia e não merece tanto sofrimento. Que venham tempos melhores!

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

CÉSAR, Cyro. **Como falar no rádio**: Prática de locução AM e FM. São Paulo: Summus Editorial, 2009. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=cZP2AAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP6&dq=como+falar+no+r%C3%A1dio&ots=8uVELIutIk&sig=YfpVLCDVyz3qdlbcc_54L063IRg#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 15 out. 2017.

DIAS, Emerson S.; LIMA, Carlos Guilherme Caldeira. Da emoção à descrição: A história da narração esportiva no rádio. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 8., 2011, Guarapuava. **GT de Mídia Sonora**. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2011. p. 1 - 12. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Da%20emocao%20a%20descricao%202013%20a%20historia%20da%20narracao%20esportiva%20no%20radio.pdf/view>>. Acesso em: 10 out. 2017.

GERALDINOS. Direção de Pedro Asbeg e Renato Martins. Rio de Janeiro: Palmares Produções e Jornalismo, Jackeline Filmes, 2015. (76 min.), color.

GUTERMAN, Marcos. **O Futebol explica o Brasil**: Uma história da maior expressão popular do país. São Paulo: Contexto, 2013. Disponível em: <https://books.google.com.br/books/about/O_Futebol_explica_o_Brasil.html?id=1s1nAwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 16 set. 2017.

HELAL, Ronaldo. Estádios vazios, ausência de ídolos: notas para uma reflexão sobre a crise do futebol brasileiro. **Pesquisa de Campo: Futebol 100 anos de paixão brasileira**, Rio de Janeiro, n. 0, p.61-70, jun. 1994. Disponível em: <<https://www.ludopedio.com.br/biblioteca/estadios-vazios-ausencia-de-idolos-notas-para-uma-reflexao-sobre-a-crise-do-futebol-brasileiro/>>. Acesso em: 20 set. 2017.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: Um conceito antropológico. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editoria, 2001.

LIMA, Luiz André Correia. **Rádio e radiojornalismo**: Características, programação e técnicas gerais de produção e apresentação. Londrina: Editora UEL, 2001.

RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras imortais**: crônicas de futebol. 3. Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1993. Disponível em: <<http://www.portalconservador.com/livros/Nelson-Rodrigues-A-Sombra-Das-Chuteiras-Imortais.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2018.

SÃO PAULO, Futebol Clube. **Manifesto: Dia da Mulher**: O SPFC se importa. Disponível em: <<http://www.saopaulofc.net/noticias/noticias/sao-paulo-fc/2018/3/8/manifesto-dia-da-mulher-o-spfc-se-importa>>. Acesso em: 08 mar. 2018.

SÃO PAULO, Futebol Clube. **Atualizações**: O SPFC se importa. Disponível em: <<http://www.saopaulofc.net/noticias/noticias/sao-paulo-fc/2018/4/13/atualizacoes-o-spfc-se-importa>>. Acesso em: 13 abr. 2018.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio**: Oralidade Mediatizada: O spot e os elementos da linguagem radiofônica. 2. ed. São Paulo: Annablume, 1999. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=ZINxHuAPM2wC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 8 out. 2017.

SOARES, Edileuza. **A bola no ar**: O rádio esportivo em São Paulo. São Paulo: Summus Editorial, 1994. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=WCgpyBBBBfIC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 8 out. 2017.

SOUZA, Marcos Alves de. **A Nação em Chuteiras: Raça e Masculinidade no Futebol Brasileiro**. 1996. 152 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Antropologia, Universidade de Brasília (UnB), Brasília, 1996. Disponível em: <<http://dan.unb.br/images/doc/Serie207empdf.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2017.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **No país do futebol: Descobrindo o Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

VELHO, Ana Paula Machado. **A Linguagem do Rádio Multimídia**. Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2009. Disponível em: <<http://bocc.ufp.pt/pag/bocc-velho-linguagem.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2017

Apêndice I – Autorizações de uso de áudio



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO – TCC (2º S 2017)
ANEXOS



ANEXO 6: AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO (FONTES)

AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO

Eu, Pablo Navien, portador do RG Nº 22833240-0 e CPF Nº 294125178-23, autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem e voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano Mackenzie e para a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – em arquivos físicos e online, seja para consultas acadêmicas ou reproduções; em programas da TV Mackenzie; em programas de outras emissoras; e em demais veículos de comunicação, sejam eles eletrônicos ou impressos, desde que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 13 de Novembro de 2018.

Cedente

Pai ou responsável (se for o caso)

Testemunhas:

Apêndice II – Autorizações de uso de áudio



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO – TCC (2º S 2017)
ANEXOS



ANEXO 6: AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO (FONTES)

AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO

Eu, ROSANA MARIA PIRES BARBATO SHWARTZ, portador do RG N° 10.105.325-7 e CPF N° 082.807.378-39, autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem e voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano Mackenzie e para a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – em arquivos físicos e online, seja para consultas acadêmicas ou reproduções; em programas da TV Mackenzie; em programas de outras emissoras; e em demais veículos de comunicação, sejam eles eletrônicos ou impressos, desde que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.

Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente, juntamente com duas testemunhas.

São Paulo, 21 de novembro de 2018.


Cedente

Pai ou responsável (se for o caso)

Testemunhas:

Apêndice III – Autorizações de uso de áudio



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO – TCC (2º S 2017)
ANEXOS



ANEXO 6: AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO (FONTES)

AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO	
<p>Eu, <u>GUILHERME TORRIGIO PAULESI</u>, portador do RG Nº <u>43 667 143-8</u> e CPF Nº <u>372364598-44</u>, autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem e voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano Mackenzie e para a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – em arquivos físicos e online, seja para consultas acadêmicas ou reproduções; em programas da TV Mackenzie; em programas de outras emissoras; e em demais veículos de comunicação, sejam eles eletrônicos ou impressos, desde que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.</p>	
<p>Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente, juntamente com duas testemunhas.</p>	
<p>São Paulo, <u>21</u> de <u>novembro</u> de <u>2018</u>.</p>	
<p><u>[Assinatura]</u> Cedente</p>	
<p>_____ Pai ou responsável (se for o caso)</p>	
<p>Testemunhas: <u>CAIO DE CASTRO</u> _____</p>	

Apêndice IV – Autorizações de uso de áudio



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E LETRAS
CURSO DE JORNALISMO – TCC (2º S 2017)
ANEXOS



ANEXO 6: AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO (FONTES)

AUTORIZAÇÃO PARA CESSÃO DE USO DE IMAGEM E ÁUDIO	
<p>Eu, <u>Luz Paulo Ferreira de Castro de Campos Montes</u> portador do RG N° <u>36.509.658-1</u> e CPF N° <u>357.091.158-60</u>, autorizo, prévia e expressamente, o uso de minha imagem e voz, bem como cedo os seus efeitos patrimoniais, nos termos do artigo 11 do Código Civil, para o Instituto Presbiteriano Mackenzie e para a Universidade Presbiteriana Mackenzie, sem qualquer custo, por tempo indeterminado, para utilização – sem fins lucrativos – em arquivos físicos e online, seja para consultas acadêmicas ou reproduções; em programas da TV Mackenzie; em programas de outras emissoras; e em demais veículos de comunicação, sejam eles eletrônicos ou impressos, desde que respeitem a finalidade educacional do trabalho para o qual assino esta autorização.</p> <p>Para que surta os efeitos legais e estando de pleno acordo com esta autorização, firmo a presente, juntamente com duas testemunhas.</p> <p>São Paulo, <u>20</u> de <u>novembro</u> de <u>2018</u>.</p> <p><u>Luz Paulo Castro Montes</u> Cedente</p> <p>_____ Pai ou responsável (se for o caso)</p> <p>Testemunhas: <u>Caro de Castro</u> _____ _____</p>	