



**Excitação na
Bundesliga 2020:
pandemia, futebol
e retóricas de transmissão**
*Excitement at
Bundesliga 2020:
pandemic, soccer,
and broadcast rhetoric*



Jorge Cardoso Filho¹
Matheus Vianna²

¹Docente do Centro de Artes, Humanidades e Letras da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: cardosofilho.jorge@gmail.com

²Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. Pesquisador do Centro de Pesquisa em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação. E-mail: matheus.vianna95@gmail.com

Resumo: Este artigo discute as estratégias empregadas na temporada 2019/2020 da Bundesliga para a produção de excitação no público telespectador, após a retomada do campeonato sem a possibilidade de torcedores nos estádios para acompanhar os jogos. Interrompida por cerca de dois meses devido à pandemia da covid-19, a Bundesliga promoveu no seu retorno um modelo de transmissão que buscou simular a presença física dos torcedores no estádio, mediante recursos visuais, sonoros e audiovisuais, a fim de garantir a aderência a um modelo dominante da transmissão espetáculo. O artigo, então, apresenta uma descrição das transmissões e de seus aspectos técnicos e interpreta seus elementos à luz dos conceitos de excitação, espetacularização e paisagem sonora. Concluímos discutindo se e como as estratégias de transmissão podem romper com o modelo *lo-fi* de paisagem sonora, apontando valores sociais e estéticos predominantes e/ou emergentes.

Palavras-chave: futebol; pandemia; covid-19; Bundesliga.

Abstract: This study discusses the strategies applied at the 2019/2020 season of the Bundesliga to generate audience excitement after the championship restarted without live audience in the stadiums to watch the games. After a two-month interruption due to the COVID-19 pandemic, the Bundesliga returned with a broadcast model that sought to simulate the physical presence of the audience at the stadium by using visual, sound, and audiovisual effects to adhere to a dominant model of spectacle broadcast. The study then describes the broadcasts and their technical aspects and interprets those elements considering the concepts of excitement, spectacularization, and soundscape. We conclude by discussing if and how can broadcast strategies break away from the *lo-fi* soundscape model, pointing out predominant or emerging social and aesthetic values.

Keywords: soccer; pandemic; COVID-19; Bundesliga.

Introdução

Diante das implicações da tragédia sanitária global da pandemia de Sars-Cov-2³, este artigo objetiva apresentar como um dos principais campeonatos de futebol do mundo, a Bundesliga, adaptou suas transmissões esportivas de um produto audiovisual que perdeu um de seus principais atores, além dos atletas: as torcidas no estádio.

Uma partida de futebol é um evento não apenas visual, mas também bastante sonoro. É no estádio que se torna possível perceber como o aparente mar de vozes escutado na televisão e no rádio na verdade é composto por uma multiplicidade de gritos, oriundos de diferentes torcidas organizadas, torcedores independentes e outros grupos, cada um materializando uma forma diversa de se torcer pela equipe do coração. (MARRA, 2012, p. 196)

Delimitamos o período entre 16 e 31 de maio de 2020 como o intervalo de interesse para avaliar quais recursos retóricos estavam sendo utilizados para despertar a atenção do público, uma vez que a Bundesliga, além de ser a primeira grande liga a ter retornado, empregou alguns recursos que já eram parcialmente utilizados em estádios de futebol e quadras esportivas (por exemplo, DJs que animam o público são comuns em muitos esportes, como basquete e hóquei no gelo), o que nos permite avaliar continuidades e rupturas com os modelos de transmissão já estabelecidos. Buscamos identificar em que medida essas estratégias de transmissão reafirmam convencionalidades e/ou transformam o modelo de promover o espetáculo do futebol, quando tentam “recriar” excitação por meio de sínteses e recursos artificiais, tanto imagéticos quanto sonoros.

No dia 16 de maio de 2020, o principal campeonato de clubes da Alemanha retornou a suas atividades de jogos regulares com um vasto protocolo de proteção para atletas, comissão técnica e profissionais que efetuam a transmissão dos jogos aos telespectadores. Mais importante, esse protocolo estipulava que todos os jogos restantes da temporada 2019/2020 ocorressem com portões fechados aos torcedores. A transmissão de retomada, no Brasil, foi feita pela Entertainment and Sports Programming Network (ESPN), com o narrador Rogério Vaughan e o comentarista

³Os primeiros casos de infecção pelo novo coronavírus de 2019, diagnosticados como uma pneumonia grave de etiologia desconhecida, apareceram em dezembro de 2019, na cidade de Wuhan, China. Mais tarde, as amostras respiratórias dos doentes mostraram a presença do coronavírus (SARS-CoV-2), identificado como o agente causador da doença covid-19. A sua rápida propagação a nível mundial levou a Organização Mundial da Saúde (OMS) a declarar a 11 de março de 2020, a infecção covid-19 uma pandemia mundial (ESTEVEÃO, 2020).

Gerd Wenzel em um regime de protocolo estabelecido pelos canais da Disney em que a equipe narra o jogo de casa (no chamado *home office*), uma medida que visa oferecer segurança também para a equipe de imprensa. O jogo de retomada foi entre RasenBallsport (RB) Leipzig e Freiburg, que acabou em empate por 1 a 1.

A transmissão televisiva é hoje a maneira mais difundida de fruição esportiva. Ela dá vazão a outras esferas de sentido que não se oferecem ao espectador presente *in loco* (o replay, os múltiplos pontos de vista, as diversas temporalidades, os dados e informações sobre a partida, etc.), que criam uma forma muito particular de texto televisivo. (SILVEIRA, 2013, p. 14)

Nesse sentido, interessa-nos observar a transmissão de futebol sem a presença das torcidas, seu colorido, seus cantos, sua atmosfera. Havia futebol, mas era perceptível uma ausência que se fez presente para os telespectadores: a ausência dos corpos dos fãs. Porque o futebol é atmosfera, é o canto da torcida, são as vaias ao time adversário, é o prazer de abraçar o torcedor ao lado, mesmo que nunca tenham se visto. Isso tudo faz parte do espetáculo de uma partida de futebol, da performance⁴ que o engendra e da excitação decorrente dela.

O êxtase é um dos fenômenos mais antigos aos quais estudiosos fazem referência. Segundo Türcke (2010), trata-se de um efeito secundário dos sacrifícios aos quais os coletivos humanos se submetiam na antiguidade, de modo que “festa, frenesi e êxtase significaram a mesma coisa. Deve-se ter desejado e confiado tanto na droga que seu consumo parece não ter provocado vício” (p. 234). Abbagnano (2007) destaca que o êxtase foi também um sentimento associado a várias religiões, significando arrebatamento, torpor ou exaltação, sobretudo na relação estabelecida com suas respectivas divindades. Argumentamos que oferecer a possibilidade desse arrebatamento é fundamental para sustentar o espetáculo de uma partida de futebol, especialmente numa situação sem precedentes no capitalismo contemporâneo.

Nesse cenário atípico, questionamos quais seriam os rumos tomados na transmissão das partidas e quais movimentos de uma retórica discursiva seriam aplicados, a fim de manter o contrato de leitura do espetáculo televisivo da transmissão de futebol (TELES, 2005) e pensar nas transformações que podem ser exploradas na configuração da transmissão das partidas sem a torcida no estádio. Discutimos como

⁴Performance é compreendida aqui como um comportamento restaurado (Schechner, 2006) a partir do qual práticas sociais são aprendidas e partilhadas. Além de uma dimensão reiterativa, as performances guardam também a possibilidade do imprevisto, uma vez que podem se alterar durante o desenvolvimento da própria ação, como aponta Zumthor (2005).

as inserções imagéticas e principalmente sonoras em busca de uma espetacularização nas transmissões podem ser disputadas a partir de uma experiência de intimidade, que preserva os sons ambientes, o canto dos pássaros, os gritos ocasionais dos jogadores, e proporciona uma outra experiência audiovisual do esporte.

Nesse sentido, nossa escolha analítica é focar, como objeto empírico, as próprias retóricas de transmissão e seus elementos de agenciamento, a fim de compreendermos melhor o padrão que se conforma neste período. Para tanto, o artigo descreve as transmissões, seus aspectos técnicos e poéticos; interpreta tais elementos à luz dos conceitos de excitação, espetacularização e paisagem sonora (SCHAFER, 2011); e apresenta uma proposta de experimentação com vistas a ampliar as formas de transmissão possíveis. Por fim, discute-se as disputas de sentido e partilhas de valores que emergem da transmissão, a partir da manifestação dos torcedores. Nesse âmbito, percebemos que a valorização dos aspectos comunitário e aglomerador continuaram exercendo função determinante no futebol para os fãs.

De onde vêm estes sons?

Toda a expectativa criada pelos noticiários esportivos antes do retorno da Bundesliga nos fez retomar uma discussão muito forte que ocorreu na imprensa esportiva brasileira, no início de 2010, quando o Brasil vivia o processo de modernização de seus estádios de futebol em função da recepção de uma série de eventos esportivos: Copa das Confederações, Copa do Mundo, Olimpíadas etc. Tal modernização vinha tornando os ingressos mais caros e, conseqüentemente, expulsou os torcedores de menor poder aquisitivo e gerou uma menor média de público nos jogos. A expressão “padrão Fifa” passou a ser usada em muitos outros espaços de discussão, em referência a uma atitude *gourmetizada* que atende aos hábitos de consumo das classes sociais de maior poder financeiro. Muitos comentaristas e cronistas esportivos passaram, desse modo, a afirmar que o futebol brasileiro adentraria um processo de centralidade na midiaticização dos jogos (pelos pacotes de *pay per view*), como se o papel da torcida no estádio fosse cada vez menos importante.

Evidentemente, o produto Campeonato Brasileiro ainda não é tão vendável quanto as grandes ligas de futebol da Europa, da qual a Bundesliga é o nosso exemplo. Mas queremos acionar esse fato para demonstrar que mesmo num contexto de espetacularização do futebol, a Bundesliga nos mostra que há uma centralidade fundamental na emulação das partidas cuja função é desempenhada pela torcida *in loco*. Alguns times “vestiram” camisas do clube nos assentos dos estádios,

a fim de garantir o colorido da festa. Outros venderam placas de PVC com fotos de torcedores para simular a presença da torcida na arena.

O elemento mais interessante que identificamos no clássico Borussia e Bayern, disputado em 26 de maio de 2020, foi o uso do sistema de som do Signal Iduna Park, em Dortmund, para simular as vaias e cânticos da famosa Muralha Amarela – conhecida torcida do Borussia Dortmund. O jogo foi transmitido no Brasil pela Fox Sports e, durante a transmissão, o narrador Nivaldo Prieto comentava em tom surpreso: “é a torcida virtual do Dortmund vaiando o Bayern”. Nesse estágio da emulação do espetáculo, o time já não se satisfaz com os signos visuais dos torcedores e produz um outro signo de sua presença: os sons.



Figura 1: Imagens do jogo Borussia Dortmund X Bayern München, com setor da Muralha Amarela vazio.

Fonte: Site oficial do Bayern.

Nesse sentido, a suposta “desespetacularização” que estamos observando nas transmissões sem a presença física dos torcedores, criou a necessidade de uma nova emulação do espetáculo a partir de sínteses e recursos artificiais, que inclusive extrapolam a Bundesliga e já estão presentes em campeonatos variados de futebol pelo mundo. Na Hungria, por exemplo, os times têm seguido o modelo de teste do Campeonato Alemão, com imagens de torcedores em papelão e uma forte utilização do sistema de som dos estádios para tentar recriar uma ambiência de torcida nos estádios (FUTEBOL..., 2020). É interessante notar a clara preocupação com o produto televisionado, seja nas postagens em redes sociais dos clubes ou das ligas,

seja nas matérias sobre as “torcidas virtuais”. Essa noção de valorizar a partida enquanto espetáculo não ganha força apenas para sua torcida, que não pode estar presente no estádio, mas para todo um público que acompanha o futebol das diversas ligas no mundo e que estava ávido por novas partidas, com a emoção e imprevisibilidade que as reprises não podem proporcionar nesse momento pandêmico.

Um ponto revela as diferenças que ainda existem nessa relação de “presença/ausência” é a questão dos resultados esportivos. Um rápido levantamento das primeiras 18 partidas no retorno do Campeonato Alemão mostra que houve uma queda da porcentagem de vitórias dos mandantes, de 40% pré-pandemia para 16% no retorno, o que suscita o debate sobre a real existência do “fator mando de campo”, como se costuma falar no meio esportivo (MONTEIRO, 2020). Esses dados são reforçados também pelo Campeonato Brasileiro de 2020, que teve o menor número de vitórias para mandantes desde 2006 e maior número de cartões vermelhos para mandantes desde 2013 (STORTI, 2020).

Partimos das indicações de Teles (2005) sobre as estratégias de credibilidade (veracidade e autenticidade) e captação (dramatização e ludismo) nas transmissões de futebol a fim de identificar quais formas a Bundesliga emprega para garantir a estrutura espetacular de suas transmissões. Nossa interpretação sobre as estratégias de produção de excitação da Bundesliga, durante a pandemia, se ampara nas transmissões realizadas entre 16 e 31 de maio, no Brasil, pelos canais ESPN e Fox Sports.

A sensorialidade da excitação

Os exemplos acima nos fazem lembrar o argumento do filósofo alemão Christoph Türcke sobre a sua caracterização de uma “sociedade excitada”, fortemente amparada em efeitos sensoriais (estésicos) da cultura contemporânea, produzidos mediante recursos artificiais. Segundo o autor, essa situação está relacionada ao modo como o termo “sensação” migrou do latim para as línguas nacionais europeias, associando o substantivo “sensação” à ação de “causar uma sensação”. Nessa lógica sensacional, que a Bundesliga nos fez visualizar de maneira explícita, a excitação dos corpos (de atletas e telespectadores) é gerada por meio de choques visuais e sonoros produzidos mesmo na ausência da torcida no estádio.

Para Türcke (2010), importava identificar como essa sociedade excitada se articula de maneira ambígua com a caracterização da sociedade do espetáculo de Guy Debord. Isso porque para o filósofo alemão, o espetáculo de sensações não é uma característica que se inicia na modernidade, mas que já está presente na história das sociedades desde a Antiguidade. Ali, já há indícios do uso de variadas substâncias

(como o ópio ou mesmo as sopas de cerveja) para relaxar e/ou dispor animicamente as pessoas para uma série de atividades.

Ao nos aproximarmos do trabalho de Türcke, não propomos uma chave universalista para a questão do espetáculo das sensações, mas buscamos observar continuidades e descontinuidades, numa perspectiva de fazer emergir traços residuais, hegemônicos e/ou emergentes (WILLIAMS, 1979) do fenômeno analisado neste trabalho. Além disso, compreendemos que o argumento apresentado por Elias e Dunning (1992) acerca da emergência dos esportes nas sociedades modernas está relacionado ao processo da civilização e suas configurações, bem como ao monopólio do controle da violência pelos Estados – aspecto que estava mais diluído na Antiguidade, inclusive nos jogos olímpicos (como a modalidade do pancrácio, analisado por Elias) –, e é forte o suficiente para demonstrar aspectos sociológicos que organizam de forma distinta as duas tradições⁵.

Na condição hodierna, a necessidade de produção da excitação se intensificou a ponto de haver uma profissionalização do produto da excitação – basta observar a vasta gama de profissionais cuja atuação tem a finalidade de promover excitação em torno de alguma transmissão. Nesse sentido, Türcke dialoga com Debord, mas se recusa a compreender a espetacularização como uma consequência do capitalismo.

A pressão de proclamar novos tipos de sociedade é uma característica da sociedade da sensação, e ela não é nova, pois há séculos já se trama. Ela também foi nomeada A sociedade do espetáculo. Guy Debord, o cabeça da “Internacional Situacionista”, que representou, com sua ligação oblíqua de Marx e a vanguarda estética, um verdadeiro acento colorido no marxismo cinzento dos anos 50 e 60 do século passado, marcou a ferro e fogo, sob este título, o espetáculo midiático, como o espetáculo da feira transformado, o chamativo audiovisual como propaganda alavancada de mercadorias, o culto imagético como fetichismo da mercadoria estetizado, o moderno como apogeu do arcaico. (TÜRCKE, 2010, p. 11)

Assim, o fenômeno da simulação das torcidas nos estádios durante as rodadas da Bundesliga nos abre espaço para levantar algumas questões sobre os regimes de produção da excitação no contemporâneo, sobretudo em um capitalismo avançado de consumo. Nessa discussão sobre as diversas relações entre jogadores,

⁵ “O *ethos* dos concorrentes, as regras das provas e os próprios desempenhos diferem nitidamente, em muitos aspectos, dos que são característicos do desporto moderno. Muitos dos escritos relevantes de hoje apresentam uma forte tendência para minimizar as diferenças e aumentas as similaridades” (ELIAS; DUNNING, 1992, p. 195).

torcida e espetáculo televisivo, uma matéria do The New York Times, assinada pelo repórter Jody Rosen, traz algumas reflexões que nos ajudam a pensar como a crise causada pela pandemia da covid-19 coloca em disrupção o modelo em que os esportes coletivos, de maneira geral, são vendidos enquanto produtos de consumo, não somente para seus torcedores, mas também para admiradores dos esportes por todo o globo (ROSEN, 2020).

Intitulada “O estranho som dos esportes sem fãs”, a matéria coloca em questão a própria noção de que os torcedores costumam se afirmar enquanto amantes daquele esporte, neste caso, o futebol, quando na verdade a paixão é suscitada pelos diversos elementos que estão intrinsecamente relacionados aos jogos em si: “eles amam a pompa e circunstância, adoram a vibração comunitária, a combinação de festa, tumultos e reavivamento religioso, que prospera em bares lotados e bancas temáticas” (ROSEN, 2020). Portanto, mesmo que o esporte seja bastante televisionado, que grande parte dos torcedores nunca tenha ido a um estádio e que já tenha tido diversas situações de “portões fechados” devido a punições, a ausência de aglomerações permanecerá sendo sentida, dentro e fora dos estádios. É futebol, é Bundesliga, mas só em parte, segundo Rosen (2020).

O argumento apontado pelo jornalista pode indicar uma das justificativas empregadas pela Bundesliga para usar variados recursos de imitação da vibração comunitária e reavivamento religioso na transmissão de seus jogos. A transmissão de um campeonato em que os estádios estão totalmente vazios e os únicos sons ouvidos pelos telespectadores são os gritos instrutivos dos técnicos e dos próprios jogadores, pode se tornar pouco atrativa. A fim de garantir o efeito de excitação, a Bundesliga torna esses fãs presentes por meio de objetos (camisas, fotos, telas de LED) e dos sistemas de som.

Outro ponto discutido na reportagem e que trazemos para nossa discussão se relaciona com o próprio desempenho esportivo dos atletas. Destacando como exemplo a comemoração dos jogadores do Borussia Dortmund no jogo contra o Schalke 04, quando aplaudiram as arquibancadas onde fica a “Muralha Amarela”, o texto ressalta que o Dortmund venceu por 4 a 0 em uma boa exibição de seus atletas e questiona se o time realmente sente falta dos incentivos da torcida, afirmando que jogadores de elite permanecerão realizando grandes feitos em campo. Mesmo que acreditemos na influência da torcida sobre o resultado do jogo, como indica o levantamento dos visitantes com mais vitórias, concordamos com o argumento final de que as arquibancadas lotadas são ainda mais essenciais para o futebol enquanto produto de consumo, enquanto *show business*.

Os fãs que assistem em casa precisam dos fãs nas arquibancadas; sem eles, uma força vital crucial é drenada dos jogos. O rugido da multidão não é mero ruído de fundo. É a música do esporte – a trilha sonora que transforma um jogo de bola em um melodrama, programa televisivo imperdível, o melhor show do mundo. (ROSEN, 2020, tradução nossa).

A partir dessas discussões, cabe pensar em como o capital está em reorganização para oferecer novos produtos para nossa experiência de consumo. Em campeonatos fora dos grandes centros do futebol, experiências têm sido feitas em busca de uma maior inserção da torcida nos estádios e de ações que ajudem os torcedores a se reunirem de alguma forma para compartilhar afetos (GROSSBERG, 2010). Na Dinamarca, além de telões no estilo drive-in, onde torcedores assistem juntos aos jogos em seus carros no estacionamento dos estádios, o clube Aarhus Gymnastik Forenin (AGF) realizou uma parceria com o Zoom, plataforma de videoconferência, numa experiência diferente de torcida (CAMPEONATO..., 2020). Nos setores da arquibancada mais próximos do campo, o clube instalou diversos telões e caixas de som ao longo do estádio, que transmitiam as reações de milhares de torcedores que assistiram à partida juntos pela plataforma.

Outra experiência começou a ser testada no Japão, através de um aplicativo de torcida virtual, criado pela Yamaha em parceria com dois clubes do Campeonato Japonês, Jubilo Iwata e Shimizu S-Pulse. O aplicativo para celular “Remote Cheerer” (Torcedor remoto, em tradução livre) permite que torcedores demonstrem reações ao vivo através de aplausos, vaias, gritos de gol, que são transmitidas para as diversas caixas de som instaladas no estádio (JAPÃO..., 2020). Fica evidente que mesmo que exista algum controle do torcedor sobre o ambiente do estádio, diferentemente do que é feito no Bundesliga, as opções ainda estão longe de todo o conjunto de manifestações que compõem o repertório de torcida presente nos estádios, como vaias e reclamações a jogadores específicos ou aos árbitros da partida.

Uma experiência um pouco distinta e promovida em outra grande liga europeia, na Espanha, trata-se da La Liga, que retornou com um visual diferente nas suas transmissões, mas bastante próximo do que jogadores de futebol virtual, nos videogames, já estão acostumados. Além do som e dos gritos da torcida colocados para as partidas, os jogos ganharam uma projeção de torcida virtual em setores das arquibancadas, o que aproximou bastante a transmissão das partidas a uma disputa casual no FIFA ou Pro Evolution Soccer (PES), os dois principais games de futebol do mercado, que a cada ano avançam em seus gráficos, efeitos visuais e aspecto de simulador realista de uma partida de futebol. Essa questão foi o destaque

nas matérias sobre o retorno da La Liga, como explicita o título de uma delas no portal GloboEsporte.com: “É videogame? Torcida virtual na volta do Campeonato Espanhol chama atenção” (É VIDEOGAME..., 2020).



Figura 2: Sevilla X Bétis no retorno da La Liga.

Fonte: Reprodução Movistar.

A partir da observação das quatro rodadas, percebe-se o menor uso do som ambiente captado pelos microfones ao longo do campo, em prol de uma captação do som que privilegia o sistema de som do próprio estádio onde está ocorrendo a transmissão. Inicialmente, no jogo que marcou a retomada do campeonato alemão (RB Leipzig x Freiburg), esse tipo de uso não se implementou. Foi curioso, inclusive, ouvir os sons mais íntimos da interação dos jogadores e comissões técnicas em campo, sem a disputa com os cantos e gritos de torcedores.

A sensação de ausência e estranheza desses sons em uma transmissão televisiva de futebol também foi destacada na reportagem do The New York Times. Ao detalhar a partida entre Bayern e Union Berlin, o repórter ressalta que “você podia ouvir os pássaros cantando, o apito do árbitro, os gritos ocasionais dos jogadores – uma paisagem sonora pastoral que lembra uma partida de futebol juvenil em uma pequena vila” (ROSEN, 2020). Entre essa drástica mudança de trilha sonora, instruções passadas por técnicos de máscaras e jogadores no banco de reservas sentados com distanciamento, o sentimento passa a ser de um jogo zumbi, uma paródia de um esporte tão popular no mundo inteiro, pois faltavam a vida, a performance, os cantos dos fanáticos torcedores.

A metáfora da paisagem sonora⁶ pastoral é interessante de ser explorada aqui, pois, a rigor, essa ambiência não seria atrativa mercadologicamente para os telespectadores de futebol ao redor do mundo. Mesmo que ela seja mais condizente com o contexto mundial atual – afinal, o mercado do futebol e de outros esportes passa por um período de ausência de espectadores nas competições como forma de evitar a disseminação do Sars-Cov-2 – o produto esportivo do século XXI parece requerer a “presença”, mesmo que indicial, desses torcedores. Portanto, uma retórica de transmissão que preserve os sons ambientes, canto dos pássaros e gritos ocasionais dos jogadores, proporcionaria uma outra experiência audiovisual do esporte. Uma experiência de intimidade, que se ainda não é explorada pelas ligas ou plataformas de transmissão, pode ser explorada por outros formatos audiovisuais.



Figura 3: Imagem do confronto Bayern x Freiburg, que contrasta com a simulação sonora dos estádios cheios de torcedores

Fonte: Bayern.

Murray Schafer (2011) diria que se trata de uma experiência sonora mais *hi-fi*, na medida em que os sons se sobrepõem menos frequentemente durante a partida, criando uma experiência de figura-fundo. Somos capazes de ouvir Timo Werner, artilheiro do Leipzig, pedindo para receber um passe de Sabitzer, meio de campo do mesmo time. Em contraposição a essa experiência, a sobreposição frequentes de sons,

⁶ Murray Schafer (2011) cunha o termo *soundspace* conceitualmente para designar o ambiente sonoro que experimentamos, desde o útero materno, passando pelas paisagens sonoras rurais e pós-industriais.

como a do estádio lotado de fãs, promoveria uma experiência *lo-fi*, uma vez que se torna impossível distinguir uma relação figura-fundo.

Em uma paisagem sonora *lo-fi*, os sinais acústicos individuais são obscurecidos em uma população de sons superdensa. [...] Perde-se a perspectiva. [...] A transição da paisagem sonora *hi-fi* para *lo-fi* ocorreu gradativamente, ao longo dos séculos. (SCHAFER, 2011, p. 72)

Para manter a continuidade retórica da paisagem sonora *lo-fi* do futebol, a Bundesliga, então, simula essa paisagem usando os recursos dos sistemas de som dos estádios. A partir da segunda rodada de transmissões da ESPN e da Fox Sports (que correspondeu à 27ª rodada do campeonato), já se percebe um ajuste para fazer predominar a valorização dos sistemas de som dos estádios, emulando os cânticos, vaias e reações da torcida. Nesse sentido, percebemos que se seguiu o modelo mais consolidado de transmissão do futebol, valorizando a produção da excitação. Os próprios clubes da Bundesliga perceberam a necessidade de tornar a torcida presente no estádio por meio de signos visuais, num primeiro momento, e, posteriormente, signos sonoros. Visualmente, as arquibancadas passaram por decorações variadas (seja com cadeiras vestidas com camisas do time anfitrião, seja com placas de PVC com fotos em tamanho real de fãs do clube) e as tradicionais faixas das torcidas foram colocadas atrás das traves dos goleiros.

Numa iniciativa em diálogo com os engajamentos característicos da cultura digital, o Bayern München estabeleceu que as placas eletrônicas de LED, atrás das placas de publicidade da Allianz Arena, apresentariam o tema #DabeiimStadion (#NoEstádio) e fotos dos rostos dos torcedores. Acompanhamos essa estratégia no jogo contra o Fortuna Düsseldorf, no dia 30 de maio, mas ela já estava presente desde o jogo contra o Union Berlin. A expectativa é a de estabelecer uma relação forte com os torcedores, que podem se fotografar, mandar seus registros para as redes sociais do clube, com a *hashtag* indicada, e ter suas fotos publicadas durante a partida. Tal ação indica que mesmo sem a presença física, os clubes criaram condições para a torcida se fazer presente de algum modo, apostando na manutenção de um modelo de transmissão espetáculo.

Estratégias, partilha e disputas de valor

Essa adesão entusiasta à situação inusitada de jogar sem público não passa sem tensionamentos. Em 31 de maio, durante a transmissão de Borussia Mönchengladbach X Union Berlin, uma das faixas da torcida do Gladbach,

em destaque na transmissão pela posição estratégica colocada na arquibancada, pontuava “Fussball ohne fans ist nichts” (Futebol sem torcida não é nada). Isso demonstra que há contradição na experiência dos fãs sobre esse modelo de interação com seus respectivos times. Fora do período de análise deste artigo, também foram observadas outras faixas de protesto presentes em estádios, como o do Leipzig, durante a penúltima rodada, em jogo contra o Borussia Dortmund, cuja afirmação era “Fussball lebt durch seine Fans” (O futebol vive através de seus fãs). Nesse sentido, percebe-se que a valorização do aspecto comunitário e aglomerador, indicado por Rosen (2020), continua exercendo função determinante no futebol para os fãs.

Hans-Ulrich Gumbrecht (2007) sugere que o nosso discurso público perdeu em muito sua disposição afetiva em função da tradição iluminista de examinar racional e criticamente as ações e fenômenos. Tal postura não era tão comum na Antiguidade nem no período do Romantismo – períodos nos quais o elogio foi amplamente empregado no discurso de pensadores e, inclusive, poetas expressavam artisticamente os feitos dos atletas de suas épocas, como fazia Píndaro.

O poeta queria criar a imagem mais monumental que sua língua fosse capaz de produzir daqueles maravilhosos corredores e pilotos de carruagem, daqueles boxeadores e lutadores imbatíveis. Essa determinação em ver e em valorizar a beleza atlética como encarnação dos valores mais altos da cultura é o que desejo chamar de elogio. (GUMBRECHT, 2007, p. 26)

As transmissões de partidas de futebol oscilam entre essa dicção elogiosa e romântica por parte do narrador, e uma dicção de crítica por parte dos comentaristas. São essas estratégias de transmissão, constituídas pela performance de narradores, comentaristas, sons e visual do estádio, ações e jogadas dos atletas, que conformam o espetáculo esportivo televisivo. Nesse sentido, compreendemos que é possível enfocar, como objeto empírico de análise, as próprias retóricas de transmissão e seus elementos de agenciamento a fim de compreendermos melhor o padrão que se conforma neste período, em que se passou a transmitir o futebol sem a presença física das torcidas nos estádios, mas com seus sons e cantos sendo emulados tecnicamente.

Podemos inscrever esse tipo de estudo a partir de uma abordagem poética, na medida em que ela se ocupa dos modos de fazer, tal qual a preocupação de Gumbrecht de reivindicar um olhar sobre as estratégias dos poetas da Antiguidade em ver e valorizar a beleza atlética. Seguimos a compreensão de Paul Valéry, segunda a qual:

a palavra “Poética” só desperta agora a ideia de prescrições incômodas e antiquadas. Acreditei então poder resgatá-la em um sentido que leve em conta a etimologia [...]. Mas é, finalmente, a noção bem simples *de fazer* que eu queria exprimir. O fazer, o *poëin*, do qual desejo me ocupar, e aquele que termina em alguma obra e que eu acabarei restringindo, em breve, a esse gênero de obras que se convencionou chamar de *obras do espírito*. (VALÉRY, 2011, p. 196-197, grifo do autor)

Assim, nosso foco de análise é o *fazer* das transmissões, circunscrito a suas dinâmicas internas de instruir um modo de dizer e de performar. Compreendemos que a esta análise inicial que procedemos podem ser incorporadas investigações sobre as dinâmicas sociológicas da transmissão esportiva durante a pandemia, além de estudos sobre os efeitos da falta de público na performance dos próprios atletas e sobre os modos de torcer.

Focando as estratégias de construção dessa excitação sensorial na Bundesliga, percebemos que o papel do narrador da transmissão torna-se ainda mais evidente sem a presença da torcida no estádio. Cabe a ele, como mestre de cerimônias do espetáculo, afetar constantemente os telespectadores, na ausência das performances vindas das arquibancadas. O narrador, nesse sentido, cumpre um papel determinante no que foi identificado por Teles (2005) como estratégia de captação, na medida em que é o narrador quem constrói as situações de ludicidade e dramatização a partir das quais as partidas são experimentadas pelos telespectadores. O espetáculo no estádio se articula com o espetáculo produzido nas cabines de transmissão e pelas equipes de reportagem, conjunto que passa a compor a experiência do telespectador de assistir a um jogo.

Nascida a partir de uma tradição radiofônica de se veicular eventos esportivos, a gramática que rege uma transmissão televisiva de futebol até hoje sustenta em sua estrutura alguns de seus principais pilares, como a presença de repórteres, o locutor e o comentarista como parte da transmissão, além da oralidade como principal ponto de apoio para esses participantes. (TELES, 2005, p. 87)

Amparado nas formulações sobre pacto de leitura – oriundo do campo da Análise do Discurso –, ele explica que há uma necessidade também de uma fala autorizada, que legitime determinadas formulações durante a transmissão, que ele denomina estratégias de credibilidade. Teles (2005) explica que entre elas existem as estratégias de produção de veracidade e de credibilidade, que estão mais próximas dos comentaristas, ex-jogadores e comentaristas de arbitragem, profissionais que

normalmente compõem a equipe de transmissão das partidas – como o ex-jogador Zé Roberto, que participou de transmissões tanto da Fox Sports quanto da ESPN no período analisado.

Caberia aos narradores, desse modo, o papel de entreter, ocupar a atenção dos telespectadores, reproduzindo a intensidade dos acontecimentos que ele está narrando. Aos comentaristas, caberia o papel de avaliar, produzir juízo reflexivo sobre os acontecimentos que observa. Nesse sentido, percebemos que há um princípio narrativo de organização da trama que compõe o desenrolar da transmissão: construção de expectativa e intensificação da excitação, por parte dos narradores; e complexificação dos fatos e crítica, por parte dos comentaristas. Isso nos permite pensar que a dinâmica de produção do drama, em cada partida, é o que torna o jogo comercialmente atrativo.



Figura 4: Dupla de narrador e comentarista Rogério Vaughan e Gerd Wenzel, durante a transmissão de Leipzig x Freiburg, na Red Bull Arena.

Fonte: UOL.

Tradicionalmente, se observamos uma gramática das transmissões de futebol, percebemos que o tempo morto nas cobranças de falta, escanteio e/ou contusão de jogadores, por exemplo, é preenchido com *close up* nos jogadores, técnicos ou com tomadas das torcidas – seja em seus cantos, reações de choque ou prazer, seja quando captam famílias ou torcedores considerados “curiosos” pelo seu visual. Esse é mais um modo de produção da excitação, uma vez que torna a própria arquibancada (e a torcida) em um universo a ser explorado no consumo. Para o negócio esportivo do futebol, é crucial a presença desses personagens.

Um ponto fulcral na organização das teletransmissões esportivas é a estratégia empregada pela televisão para eliminar, ou então recriar em seus termos, aquilo que chamo de tempos mortos – os momentos em que a bola, efetivamente, não está em jogo. [...] Aversa às esperas e aos momentos de relaxamento, a televisão (ao menos a ocidental) acelera o ritmo daqueles tempos em que nada relevante está acontecendo: preenche-os com replays, links de outras localidades, rostos de espectadores etc. Há, inclusive, um número maior de dispêndio técnico nos tempos mortos do que nos vivos: enquanto, por exemplo no futebol, apenas duas ou três câmeras são suficientes para transmitir os momentos de bola rolando, há outras trinta capturando imagens variadas, esperando a oportunidade para irem ao ar – oportunidade, esta, que advém com os tempos mortos. (SILVEIRA, 2013, p. 46)

No entanto, sem esse alívio, os narradores buscam manter o nível de excitação dos telespectadores de outras maneiras. Uma das primeiras são os enquadramentos de câmera e edição de imagem, durante o aquecimento dos jogadores. Houve ênfase nas tomadas mais fechadas, em detrimento dos planos amplos, que permitem a visualização de todo o estádio. Percebemos também uma preocupação em mostrar as faixas das torcidas para o time: algumas com mensagens de apoio, outras, de protesto. Nesse momento, a narração foca em mensagens de construção de expectativa dos telespectadores baseada no histórico dos confrontos e fatores que podem ser considerados importantes para o desfecho da partida – média de gols dos artilheiros, situação na tabela do campeonato –, mas silencia no que concerne ao conteúdo das faixas de protesto ali colocadas.

Nesse sentido, a transmissão negligencia os aspectos não previstos pelos protocolos de transmissão e realização dos jogos: a manifestação da torcida que não está no estádio, mas faz sua “voz” presente por meio de outros recursos expressivos. É verdade que os sons das torcidas, em geral, destinam-se a apoiar seus times, mas muitas vezes também são manifestações de protesto ou indignação com os próprios clubes. Como apontado por Marra (2012), as sonoridades no futebol não são uníssonas ou mesmo massas sonoras em harmonia. Elas são caóticas, polifônicas e, muitas vezes, até mesmo violentas.

Uma transmissão que simula essas vozes, mas ao mesmo tempo promove um processo de edição que retira a multiplicidade caótica dos sons, apenas reforça esse modelo espetacular e já hegemônico de transmissão esportiva⁷, ao passo em que podiam

⁷ Mesmo que seja feito para extirpar os cânticos racistas, homofóbicos ou sexistas dos estádios, pois está apenas lidando com os sintomas e não com as causas dos problemas.

apresentar as estruturas de sentimento emergentes (WILLIAMS, 1979). Sucintamente, as estruturas de sentimentos referem-se ao teor das experiências que se configuram em um determinado campo de fenômenos, de modo que Williams (1979) apresenta três elementos para apreender essa experiência: dominante, residual e emergente.

O dominante se refere àqueles elementos da experiência que remetem diretamente ao campo do hegemônico em determinada prática cultural, isto é, remetem às convencionalidades, ao instituído. O residual é uma categoria que busca dar conta de elementos da experiência passada, mas que permanecem presentes na experiência contemporânea com alguma força (demonstrando que esses elementos foram dominantes em uma outra conjuntura), o que difere do arcaico, algo que não encontra mais presença na contemporaneidade. Finalmente, o emergente diz respeito aos elementos da experiência que resistem e (res)significam aspectos da prática cultural dominante, de modo que apontam para possibilidade de construções de outras hegemonias (alternativas).

Os aspectos que irrompem na experiência dos espectadores, impossibilitados de frequentar os espaços com os quais estão acostumados, durante a realização dos jogos, acabam sendo desconsiderados pela transmissão. Frente à situação de crise, identificamos na Bundesliga uma retórica de transmissão que simula o espetáculo pré-pandemia e silencia tanto as contradições emergentes da condição em que a experiência se desenvolve quanto à possibilidade de reexplorar a experiência dos telespectadores com uma paisagem sonora *hi-fi*, como a identificada na partida inicial de retomada, entre Leipzig e Freiburg.

Considerações finais

Percebe-se uma tentativa de estabelecimento de continuidade no modelo de transmissão da Bundesliga. Mesmo sem haver torcida nos estádios, as transmissões esportivas do campeonato ocorreram com variados signos da torcida: camisetas, fotos digitais, fotos impressas, vaias para o time adversário, cantos. Trata-se de uma lógica consolidada na indústria de entretenimento: “*the show must go on*”. Evidencia-se também que há manifestações de crítica das próprias torcidas sobre esse modelo controlado e simulado pela Bundesliga e pelos clubes, mediante a inserção de faixas de protesto nas arenas de jogos. No entanto, não foi identificado nenhum destaque das transmissões para essas mensagens no período de análise delimitado.

Essa continuidade está fundamentada no oferecimento de uma experiência de paisagem sonora *lo-fi* para o telespectador. Uma paisagem repleta de sobreposições sonoras, das torcidas, jogadores, sistemas de som, que são comuns em estádios

de futebol cheios – no período pré-pandemia. Os jogos, no entanto, estão ocorrendo sem a presença física das torcidas no estádio, de modo que foi preciso recorrer às formas artificiais de emulação dessa presença. Tais constatações nos levam a formular questões sobre o papel dessa sonoridade sobreposta na experiência do futebol.

Pensamos, por exemplo, em *Garrincha: alegria do povo* (1962), de Joaquim Pedro de Andrade, e no modo como o som ambiente dos jogos (com a vibração da torcida) cumpre a função narrativa de conduzir os estados emocionais dos espectadores, na relação com as imagens e performances de Garrincha. Sem nenhum recurso de narração em *off* ou entrevistas com personagens, o diretor nos faz experimentar a plasticidade dos gestos e movimentos do atleta em articulação com os gritos e suspiros das torcidas nas arquibancadas. Esse uso no filme nos leva a formular a hipótese de que a atmosfera sonora é fundamental para a produção da excitação e da dramaticidade da transmissão televisiva, que compõem seu desenvolvimento narrativo.

Nesse sentido, é possível pensar que essa retórica dramática e espetacular das transmissões está amparada no corpo sonoro, na atmosfera criada pela paisagem sonora de excitação, de modo que propor uma forma de transmissão ancorada na distinção clara de ruídos e vozes constituiria uma ruptura no modo instituído de transmissão de futebol. Reivindicamos, desse modo, o desenvolvimento de uma retórica da intimidade, nas transmissões, a fim de que se possa experimentar a partida considerando a ambientação à qual ficamos sujeitos como efeito da pandemia de Sars-Cov-2, durante os anos de 2020 e 2021.

Numa transmissão norteada pelo princípio de uma retórica da intimidade, haveria o respeito aos torcedores que não estão no estádio e tiveram seus cantos, reações e gritos “roubados” para uso posterior pelos sistemas de som dos estádios. Ao mesmo tempo, possibilitaria a fruição das partidas de maneiras não convencionais, em que se destaque a graciosidade de determinados gestos e/ou movimentos corporais dos atletas. Por fim, permitiria aos profissionais da transmissão esportiva (narradores, comentaristas, diretores de imagem etc.) uma maior liberdade para “jogar” com a linguagem do meio audiovisual, favorecendo, inclusive, a experimentação com gêneros narrativos distintos. Pensamos, desse modo, que as transmissões estariam mais atentas ao que emerge nas estruturas de sentimento e não apenas reproduzindo um modelo já estabelecido.

Referências

ABBAGNANO, N. Êxtase. In: *Dicionário de Filosofia*. 5. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

“CAMPEONATO dinamarquês recomeça com torcida virtual ‘de verdade’; entenda”. *GloboEsporte.com*, Aarhus, 28 mai. 2020. Disponível em: <https://glo.bo/2YB6GwI>. Acesso em: 29 dez. 2021.

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ELIAS, N; DUNNING, E. *A busca da excitação*. Lisboa: Difusão, 1992.

ESTEVÃO, A. “Covid-19”. *Acta Radiológica Portuguesa*, [S. l.], v. 32, n. 1, p. 5-6, 2020.

“É VIDEOGAME? Torcida virtual na volta do Campeonato Espanhol chama atenção”. *GloboEsporte.com*, Sevilha, 11 jun. 2020. Disponível em: <https://glo.bo/3apCHtW>. Acesso em: 29 dez. 2021.

“FUTEBOL é retomado na Hungria com fãs de papelão e barulho fake da torcida”. *GloboEsporte.com*, Budapeste, 23 mai. 2020. Disponível em: <https://glo.bo/2YB7Rwm>. Acesso em: 29 dez. 2021.

GROSSBERG, L. *Cultural studies in the future tense*. Durhan: Duke University Press, 2010.

GUMBRECHT, H. *Elogio da beleza atlética*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

“JAPÃO lança aplicativo no qual torcedores poderão apoiar (ou vaiar) remotamente”. *Brasil Mundial FC*, Tóquio, 28 mai. 2020. Disponível em: <https://glo.bo/3uUhtOi>. Acesso em: 29 dez. 2021.

MARRA, P. “‘Vou ficar de arquibancada para sentir mais emoção’ – uma proposta de pesquisa acerca das sonoridades do futebol”. *Contemporânea*, Salvador, v. 10, n. 1, p. 176-193, 2012.

MONTEIRO, D. “Coronavírus: sem torcida, times perdem a grande vantagem de jogar em casa”. *Veja*, [S. l.], 25 mai. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3BDRttr>. Acesso em: 29 dez. 2021.

ROSEN, J. “The eerie sound of sports without fans”. *The New York Times Magazine*, New York, 7 jun. 2020. Disponível em: <https://nyti.ms/2WTEXGS>. Acesso em: 29 dez. 2021.

SCHAFER, M. *A afinação do mundo: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto de nosso ambiente: a paisagem sonora*. São Paulo: Unesp, 2011.

SCHECHNER, R. *Performance studies: an introduccion*. 2. ed. New York, London: Routledge, 2006.

SILVEIRA, M. *A recriação dos tempos mortos do futebol para a televisão: molduras, moldurações e figuras televisivas*. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

STORTI, V. “Desde 2006, mandantes nunca venceram tão pouco no Brasileirão quanto neste ano”. *Redação Sport TV*, Rio de Janeiro, 7 out. 2020. Disponível em: <https://glo.bo/3lpgra2>. Acesso em: 29 dez. 2021.

TELES, L. *Uma caixinha de surpresas: um estudo do discurso nas transmissões televisivas de futebol*. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

TÜRCKE, C. *Sociedade excitada: filosofia da sensação*. Campinas: Unicamp, 2010.

VALÉRY, P. *Varietades*. São Paulo: Iluminuras, 2011.

WILLIAMS, R. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979

ZUMTHOR, P. *Escritura e nomadismo*. São Paulo: Ateliê, 2005.

Referências audiovisuais

GARRINCHA: alegria do povo. Joaquim Pedro de Andrade, Brasil, 1962.

submetido em: 3 mar. 2021 | aprovado em: 24 jun. 2021