

O CAMPO ESPORTIVO COMO UM LUGAR SIMBÓLICO: ALGUMAS CONSTRUÇÕES NA MÍDIA

PROF. DR. GUSTAVO ROESE SANFELICE
CENTRO UNIVERSITÁRIO FEEVALE - NOVO HAMBURGO/RS/BRASIL
SANFELICEG@HOTMAIL.COM

AS CONSTRUÇÕES SIMBÓLICAS

As necessidades de posse do homem contemporâneo não se mantêm fiéis ao do homem de alguns séculos atrás. Quando a posse de terras e bens materiais era um buscar na Idade Média, hoje o homem contemporâneo tem na urbanidade uma limitação da posse fundiária. A exclusão do grande latifundiário faz-se necessária, pois esse é exceção à regra. Logo, o homem urbano tem outras necessidades de posse que estão ligadas aos modos de produção e consumo.

O que parece contínuo e constante na relação do homem dito contemporâneo com os outros é a relação de posse pela guerra. Na idade antiga, o homem helênico guerreava e fazia dos derrotados seus escravos. Os processos de dominação mudaram, agora temos a luta pelas riquezas das terras, não interessa o povo, mas o que as terras podem lhe dar. As guerras entre países árabes e os Estados Unidos da América, estão estreitamente ligadas ao petróleo, aludido pela pseudodemocracia apregoada pelos norte-americanos. As batalhas campais entre nações parecem estar com os dias contados em face ao desenvolvimento tecnológico. Doravante, interessa-nos outro tipo de guerra, a simbólica.

Assim, para Castoriadis (1982) encontramos primeiro o simbólico na linguagem, sendo esta o que liga os seres humanos aos outros seres humanos. A união dos significados estabelecidos pela relação simbólica deflagra as culturas. “Sem os homens certamente não haveria cultura, mas, de forma semelhante e muito significativamente, sem cultura não haveria homens (GEERTZ, 1989)”. Com essa menção de Geertz, podemos perceber que decisivamente não há como não mencionar a cultura quando falamos em processos de significação.

Cabe destacar a ponderação que Castoriadis faz em relação à suposta neutralidade de um processo de simbolismo:

“O simbolismo não pode ser nem neutro, nem totalmente adequado, primeiro porque não pode tomar seus signos em qualquer lugar, nem pode tomar quaisquer signos. Isso é evidente para o indivíduo que encontra sempre diante de si uma linguagem já constituída e que se atribui um sentido ‘privado’ e especial a tal palavra, tal expressão, não o faz dentro de uma liberdade ilimitada mas deve apoiar-se em alguma coisa que aí se encontra. Mas isso é igualmente verdadeiro para a sociedade, embora de uma maneira diferente. A sociedade constitui sempre sua ordem simbólica num sentido diferente do que o indivíduo pode fazer. Mas esta constituição não é ‘livre’. Ela também deve tomar sua matéria no que já existe” (CASTORIADIS, 1982: 146).

Em meio a esses fatores, destacamos que o homem não vive apenas num mundo físico de fatos concretos, mas se percebe no meio de suas emoções imaginárias, ilusões, fantasias e sonhos. O ser humano para Cassirer (1994), tornou-se um *animal symbolicum*, que vive em um universo simbólico. Universo esse que, na proposição de Castoriadis, não é uno nem totalmente autônomo, mas atravessado por contradições de toda a ordem, sobretudo as que emanam da luta de classes. Entretanto, há a universalidade da disposição para o simbólico e para alguma de suas configurações estruturais como, por exemplo, o mito do herói, largamente tematizado e midiaticado em toda a construção da performance de Daiane dos Santos.

Outrora a batalha, a guerra mencionada até aqui como parte da história do homem teve sua conotação simbólica de dominação a uma outra cultura. Contemporaneamente, a guerra de fato torna-se simbólica. A evidência disso está no campo esportivo, que através das competições torna o homem produtor de vitórias que simbolizam dominação e poder. A representação do quadro de medalhas nos Jogos Olímpicos Modernos é uma clara guerra simbólica deflagrada pelo campo das mídias, haja vista que o Comitê Olímpico Internacional (COI) não legitima essa prática classificatória.

O simbólico, nessa proposta, alinha-se com o imaginário. Dessa forma, Castoriadis (1982) defende a influência decisiva do imaginário sobre o simbólico, pois o simbolismo supõe a capacidade de estabelecer um vínculo permanente entre dois termos, de maneira que um representa o outro. Logo, o simbólico está ligado ao imaginário e a representação, onde traços identitários alinham-se ao pensar /agir da coletividade. Se entendermos que o ser humano é o único animal capaz de criar símbolos, isto é, signos arbitrários em relação ao objeto que representam, por conseguinte, convencionais (ARANHA & MARTINS, 2001), vislumbramos nossa capacidade do concreto no abstrato. Somos capazes de querer ser algo que não somos, representar algo que não é de nosso domínio da experiência.

Dentro dessa perspectiva, o campo esportivo presta-se mais a esses elementos, pois a figura do atleta herói sempre é invocada como forma de representação. Além disso, o campo esportivo oferta-se quase que integralmente às coberturas. Até mesmo a liberação de imagens de vestiários, ou seja, os bastidores do campo esportivo, possibilitam a visibilidade de todos os seus rituais. O campo esportivo como fonte não caberia como proposta de estudo nos processos midiáticos se não houvesse uma cobertura dos Jogos Olímpicos de Atenas, e as mídias não estivessem *in loco* para fazer a cobertura esportiva, caracterizando, dessa forma, a importância desse evento.

Harry Pross (1989) acredita que o desenvolvimento individual dos organismos humanos, ou mesmo a transformação paulatina da espécie, leva-se a cabo no estabelecimento de novos signos e seus respectivos princípios de ordem, argumentados linguisticamente pelos termos superior e inferior, acima e abaixo, à frente e atrás, progresso e regresso. Os processos de semiose desencadeiam-se através de movimentos entre pólos.

Na proposta de Pross (1989), esses processos têm como matriz a aquisição da percepção vertical classificada como uma das primeiras experiências humanas com as quais se vinculam outras qualidades. O campo adquire significado central para a autoconfirmação humana como espaço de lembranças, de batalhas, de jogos. A espécie move-se na afirmação do campo, de manifestar sua presença neste espaço limitado frente aos outros. Essa simbologia serve tanto para política como para a esfera das guerras e dos esportes.

Henn (2004) apropria-se da proposta de Pross da seguinte forma: a sinalização vertical dos lugares e a afirmação do campo remetem a outra experiência primária traduzida no 'dentro no fora'. Uma vez que se produz signos, necessariamente criam-se espaços. Surge um espaço interior entre sujeito e signo, e um espaço exterior por detrás do signo. No momento em que o próprio signo tem altura, configura-se como marca vertical, aparecem o acima e o abaixo na relação com o espaço interior e exterior assim criado. A demarcação vertical como objeto transforma o espaço em torno. Esse espaço, assim demarcado, denomina-se campo. Segundo Henn (2004), a ocupação de campo marcado com signos transforma-se na sua apropriação simbólica: "o campo assim apropriado é, ao mesmo tempo, signo para espaços maiores. Ele permite transferir a outras relações sociais tomadas no campo do jogo ou no campo de batalha" (HENN, 2004).

Nesse particular, lembramos que outros campos não se ofertam plenamente ao midiático. Como exemplo, destacamos uma disputa comercial na OMC (Organização Mundial do Comércio) entre Brasil e Estados Unidos, na qual não pode ser feito nenhum tipo de cobertura na hora da reunião desse órgão. Já as coberturas esportivas permitem que se faça, e inclusive quer que assim o seja, sendo que as mídias fazem parte da ritualística do campo esportivo.

O CAMPO ESPORTIVO COMO SIMBÓLICO

Desde os Jogos Olímpicos Antigos na Grécia que o esporte tem uma representação cultural simbólica para seus praticantes, bem como para os espectadores. O campeão olímpico não ganhava nada além de *status* social, o que, na época, simbolicamente representava muito. O poder, a visibilidade social é a maior vinculação que se pode fazer com a vitória, com a disputa esportiva. Na atualidade, os atletas brasileiros que têm visibilidade com as vitórias, ganham mais dinheiro com publicidade do que com a prática esportiva propriamente dita.

Os Jogos Olímpicos Modernos são a materialização do esporte como forma de dominação e guerra simbólica entre as nações. Destarte a pureza das disputas apregoadas pelo Barão Pierre de Coubertin ficam para além do utópico. A guerra simbólica esportiva oferta-se ao campo das mídias. Por ter como uma de suas características ser permeado pelos diversos campos, o esportivo dá vida à guerra simbólica pelo campo midiático.

Para Castoriadis (1982), a sociedade constrói seu simbolismo, mas não dentro de uma realidade total. O simbolismo está cravado no natural e no histórico, fazendo com que surjam encadeamentos de significantes e significados, conexões e conseqüências, que não eram nem visadas nem previstas. O mesmo autor propõe que a instituição da sociedade e as significações sociais que nela estão incorporadas desenrolam-se sempre em duas dimensões indissociáveis:

1) Dimensão conjuntivista-identitária (lógica): nela a sociedade opera (age e pensa) com e mediante “elementos”, classes, propriedade e relações de postulados como distintos e definidos. O esquema dominante é o da determinação e a exigência é de que tudo o que é concebível esteja submetido à determinação e às implicações ou conseqüências que dela decorrem. A existência é determinante.

2) Dimensão propriamente imaginária: nela a existência é significação, que pode ser demarcada, mas não determinada. As significações se conectam indefinidamente uma às outras, sob o modo fundamental do remetimento. Toda significação remete a um número indefinido de outras significações. Elas não são distintas nem definidas, e não estão interligadas por condições e razões necessárias e suficientes.

Expressamente nesse trabalho, propomos que as mídias ajam na dimensão imaginária proposta por Castoriadis, pois constroem sentido a partir das significações ofertadas pelos demais campos. Assim, o campo das mídias interliga as significações de diferentes campos para remeter a simbólicas particulares de diversos campos, como o esportivo. A operação desse processo é deflagrada pela tematização que tratamos anteriormente.

Colby apud Bird e Dardenne (1999) argumenta que os textos, tais como os rituais, a arte, os jogos e outras configurações simbólicas são modelos culturais que codificam valores e guias de comportamento. Se estudarmos esses modelos, dos quais as narrativas noticiosas são um tipo, podemos aprender acerca de valores e símbolos que têm significado numa dada cultura.

Os jornalistas como elementos de uma cultura particular, estão sujeitos ao que Colby chamou de “gramática da cultura”, que define as regras de construção da narrativa. Considerando as notícias como narrativa representando a cultura, assim, podemos estudá-la como um modelo simbólico de valores culturais (CORRIGAN apud BIRD e DARDENNE 1999, p. 271), numa tentativa de revelar configurações específicas, características das notícias de uma dada cultura.

Nesse sentido, para Bird e Dardenne (1999) os jornalistas, enquanto integrantes de uma determinada cultura e sujeitos às gramáticas narrativas, são também especialistas treinados em técnicas narrativas específicas que podem algumas vezes colidir com as convenções culturais.

O simbolismo do campo esportivo é construído na confluência entre os ditames do campo em si com o fazer midiático. A efemeridade pós-moderna faz com que a designação do

que é simbólico seja resignificado a cada pequena fração de tempo.¹ Podemos destacar a própria figura do jogador de futebol Romário. Tratado como *bad boy*, Romário passa a ser defensor da causa de crianças que nascem com síndrome de Down, em função do nascimento de sua filha com essa necessidade especial. O simbólico, nesse caso, está diretamente alinhando à forma de representação social. O que for reconhecido como elemento constituinte de uma cultura particular, mas tiver valor universal, será em certa medida, simbólico.

MÍDIA E ESPORTE: RELAÇÕES SIMBÓLICAS

As relações entre Mídia e Educação Física passam primeiramente pelo esporte, que necessariamente está presente na sociedade, representado nas mais variadas formas. As escolas, os clubes profissionais, os clubes sociais, as escolinhas e, principalmente na mídia, são os principais lugares que essas atividades se apresentam nas mais diversas classes sociais no Brasil. Com essa abrangência, o esporte integra milhões de pessoas de forma direta e indireta, atingindo os grandes e pequenos centros urbanos e até a zona rural.

Os entrecruzamentos entre Mídia e Esporte configuram-se pela significação social do esporte, bem como pela penetração nas mídias. Logo, esse significado social passa a ser pauta para a cobertura midiática que ressignifica suas rotinas produtivas que estão permeadas por diversos processos. À luz desse preceito, considero que é impossível estudar os fenômenos do mundo do esporte sem considerar a sua natureza interdisciplinar.

Essa posição colocada acima, não remete apenas a uma linearidade das significações e ressignificações. A mídia constitui o esporte, assim como o esporte constitui a mídia. Contemporaneamente, cada campo se significa em função dos outros. Assim, o midiático torna-se acessível ao seu público pela similaridade que este dá à sua forma e ao seu conteúdo. Também, os esportes cada vez mais têm adaptado as suas formas e seu conteúdo às mídias.

A significação do conteúdo midiático está na sociedade, que sempre é sua pauta. A mídia faz parte da sociedade, assim como a sociedade é constituída pela mídia. Parafraseando Morin (1997) “o todo está nas partes, assim como as partes estão no todo”. Logo, passamos do plano do que constitui o quê, para a complementaridade. E mais do que isso, dependendo das ações desencadeadas pelas partes, transformações significativas acontecem no todo.

Milhões e por vezes bilhões de pessoas no mundo todo acompanham via mídia, os Jogos Olímpicos. O campo esportivo trabalha na sua produção com as lógicas do campo midiático. E este último é o responsável pela disseminação de um dos maiores produtos culturais consumidos no mundo: o esporte. As mídias, interessadas em alargar a sua penetração social e comercial, utilizam-se do esporte como meio para tal, tendo assim uma via dupla nos seus interesses e anseios. O campo esportivo, com a predileção das mídias, especialmente em época de grandes eventos esportivos como os Jogos Olímpicos, vê-se mais e mais exposto ao grande público através das coberturas esportivas, com isso, suas possibilidades de disseminação são alavancadas (SANFELICE, 2002).

O desenvolvimento do conhecimento científico-tecnológico e econômico possibilitou que a sociedade se transformasse e um dos fenômenos que surgiu e/ou se fortaleceu nesse contexto, chamamos de “Globalização Esportiva²” deflagrada com os Jogos Olímpicos Modernos. O termo globalização pode parecer forte em um primeiro momento, para analisar e contextualizar os Jogos Olímpicos mundialmente e nas diversas culturas engajadas na proposta Olímpica, porém, os seus efeitos revelam similaridades com este fenômeno cultural e econômico (SANFELICE, 2007).

Um dos precursores da globalização esportiva que não se restringe apenas a um termo e nem a uma instância econômica, mas também cultural, foram os Jogos Olímpicos, que institucionalizaram posturas esportivas, difundidas em nível mundial. A diversidade de esportes nas suas mais diversas origens, em variadas culturas, é “globalizada” pelas Olimpíadas que é

¹ Seria impreciso determinar uma fração de tempo para esta afirmação.

² A Globalização Esportiva destacada no trabalho, diz respeito à diversidade de culturas e etnias que convergem aos Jogos Olímpicos, possibilitando a disseminação das práticas esportivas.

propositiva quanto a seus ideais e condutas frente às disputas esportivas mundiais. Os diversos esportes surgidos no mundo têm nos Jogos Olímpicos a ordenação e globalização de suas práticas através da mídia (SANFELICE, 2007).

Tratando-se da relação entre campos, Rodrigues (1997) destaca que o discurso midiático também desempenha um importante papel de reforço da legitimidade das outras instituições, ajudando a mantê-las presentes no imaginário social. Nesse particular, Castoriadis (1982) afirma que cada sociedade elabora uma imagem do mundo fazendo um conjunto significativo, onde encontram o que importa para a vida da coletividade, a própria coletividade e uma certa “ordem do mundo”.

Essa imagem utiliza as “nervuras racionais do dado”, mas as subordina a significações que não dependem do racional, mas do imaginário. Nesse sentido, a instituição está inserida em uma rede simbólica, socialmente sancionada, onde se combinam em proporções e relações variáveis um componente funcional, sem o qual a sociedade não sobreviveria, e um componente imaginário que, no social histórico, é criação, fazer ser, é posição na e pela instituição de formas e significações sociais.

Tudo o que nos apresenta no mundo social e histórico está indissociável entrelaçado com o simbólico, reafirma Castoriadis (1982, p. 139). “Não que se esgote nele. Os atos reais, individuais ou coletivos – o trabalho, o consumo a guerra, o amor, a naturalidade – os inumeráveis produtos materiais sem os quais nenhuma sociedade poderia viver um só momento, não são (nem sempre diretamente) símbolos. Mas uns e outros são impossíveis fora de uma rede simbólica” (CASTORIADIS, 1982, p. 142).

O reforço da rede simbólica defendida por Castoriadis é exercido pela mídia, que dão significações sociais de percepção simbólica a determinados grupos, sendo que esse processo é o primeiro passo da midiática. As mídias estabelecem contratos de leitura com seus consumidores, procurando estabelecer as relações do objeto da cobertura com o contexto do consumidor/leitor.

Esses contratos de leitura são estabelecidos pela via dupla entre o universo cultural do receptor, bem como a ritualização que as mídias dão quando da produção dos acontecimentos. Os *frames*³ são eleitos pelas mídias como um conhecimento prévio dos receptores na construção dinâmica de significados, baseados nas estruturas sociais reconhecidas por esses. O conjunto de *frames* que os diversos dispositivos midiáticos elegem a cada cobertura, formam um mapa de significado⁴ do acontecimento veiculado. Os conceitos de *frame* e mapas de significado são confluentes na construção da rede simbólica de Castoriadis, explicitando o componente funcional da significação.

Como ponto central, a preocupação com este indicativo se estabelece pela mediação do veículo através da interpretação do ocorrido. Logo, os acontecimentos são organizados, por exemplo, no jornal em função de uma hierarquização dos sentidos. Doravante, esse acontecimento para Mouillaud (2002), proporciona uma transação nas falas em que inúmeras vezes falam do ocorrido, através de fontes oficiais, dos especialistas, da equipe de jornalistas que está cobrindo o evento. Essas inúmeras falas destacadas por Mouillaud, na maioria das vezes, são tematizadoras dos contratos de leitura entre os emissores e os receptores. O discurso midiático é co-participante da agenda do campo esportivo.

A partir da lógica simbiótica entre o campo das mídias e o campo esportivo, entendemos que, contemporaneamente, cada vez mais os esportes ofertam-se pelo campo midiático, como forma de significar-se socialmente. Nesse sentido, vários esportes mudaram suas rotinas em função da mídia. Podemos citar o voleibol como o mais midiático dos esportes. Já mudou a

³ O conceito de *frame*, utilizado nesta tese como enquadramento foi tecido por Irving Goffman (1986) e representa as estruturas sociais reconhecidas pelos interactantes.

⁴ Stuart Hall et al (1999) construíram o conceito de mapas de significado para explicitar que acontecimentos invulgares e inesperados devem ser trazidos para o nosso conhecimento cultural, no qual o mundo social já está traçado.

contagem de pontos para viabilizar sua transmissão pela TV, inclusive propiciou variações de tempos durante os sets para o chamado tempo da TV. Os esportes que não se enquadram nessa lógica ficam em segundo ou terceiro plano nas coberturas. Outros engendramentos acontecem no campo esportivo para definir sua produção, destacamos que o esporte é um fenômeno midiático, especificamente pela sua relação produção – consumo. Conclui-se que o esporte institui-se enquanto campo de significação na mídia e para além dela, tornando essa relação uma via de mão dupla de sentidos e significados sociais.

BIBLIOGRAFIA

- ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando**: introdução à filosofia. 2. ed., rev. atual. São Paulo, SP: Moderna, 2001.
- BIRD, S. Elizabeth e DARDENNE, Robert W. Mito, Registro e “estórias”: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAQUINA, Nelson. (org). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999.
- CASSIRER, Ernst. **Ensaio sobre o Homem**: introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.
- GOFFMAN, Erving. **Frame analysis**: an essay on the organization of experience. Boston: Northeastern University, 1986.
- HALL, Stuart et. al. A produção social das notícias: O ‘Mugging’ nos Media”. In: TRAQUINA, Nelson. (org). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999.
- HENN, Ronaldo César. **A Dimensão Semiótica da Violência**. Intercom: Porto Alegre/RS, 2004.
- MORIN, Edgar. **O Método**: natureza da natureza. Portugal: Europa-América, 1997.
- MOUILLAUD, Maurice. A crítica do acontecimento ou a fato em questão. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal**: da forma ao sentido. 2ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.
- PROSS, Harry. **A violência dos símbolos sociais**. Barcelona: Gustavo Gili, 1989.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1997.
- SANFELICE, Gustavo Roese. **As relações entre o esporte contemporâneo e o Olimpismo na cobertura dos Jogos Olímpicos**. 2002. 120 p. Dissertação (Mestrado), UFSM, Santa Maria, 2002.
- SANFELICE, Gustavo Roese. **Os enquadramentos dos jornais Zero Hora e Folha de São Paulo na cobertura de Daiane dos Santos nos Jogos Olímpicos de Atenas/2004**: a midiaticização do resultado esportivo. 2007. 250 p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Área de Concentração em Processos Midiáticos, UNISINOS, São Leopoldo, 2007.

Gustavo Roese Sanfelice

Rua 19 de Novembro, 116 casa 20. Bairro São Jorge, Novo Hamburgo/RS. CEP: 93534-490.