

**UNICESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO**

**PRA COMPLETAR O ÁLBUM: UM PODCAST NARRATIVO COM HISTÓRIAS DO**  
**FUTEBOL**

**ADEVANIR PAULO DE REZENDE FILHO**

MARINGÁ – PR

2020

ADEVANIR PAULO DE REZENDE FILHO

**PRA COMPLETAR O ÁLBUM: UM PODCAST NARRATIVO COM HISTÓRIAS DO  
FUTEBOL**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas da UniCesumar – Centro Universitário de Maringá, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, sob a orientação do Prof. Clayton Henrique de Melo Silva.

MARINGÁ – PR

2020

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

Adevanir Paulo de Rezende Filho

### **PRA COMPLETAR O ÁLBUM: UM PODCAST NARRATIVO COM HISTÓRIAS DO FUTEBOL**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas da UniCesumar – Centro Universitário de Maringá, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, sob a orientação do Prof. Clayton Henrique de Melo Silva.

Aprovado em: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

#### **BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Clayton Henrique de Melo Silva – Unicesumar (orientador)

---

Prof. Me. Gilson Costa de Aguiar - Unicesumar

---

Prof. Dra. Mônica Panis Kaseker - UEL

Ao meu pai Adevanir Paulo de Rezende (in memoriam), que sempre confiou nos meus sonhos, e à minha mãe Maria José dos Santos, que sempre teve coragem para vencer obstáculos em todos os momentos da vida. Vocês são minha inspiração e orgulho.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu pai, que, mesmo não podendo compartilhar essa etapa da minha vida, foi profundamente responsável por cada conquista e à minha mãe, por cada gota de suor e hora de trabalho que dedicou da sua vida para construir um futuro melhor para a nossa família.

Sou grato por todo o apoio recebido de meus familiares independente da distância geográfica que nos separa.

Minha companheira, Paula, pois seu suporte foi fundamental ao longo dos últimos quatro anos ao meu lado, com atitudes que me incentivaram a seguir em frente nos momentos mais difíceis.

Nada do que está nestas páginas seria possível sem o apoio do meu orientador, professor Clayton, que sempre esteve ao meu lado e acreditou nesse desafio, foi honesto e transparente em suas críticas e teve uma enorme paciência em cada dificuldade que surgiu em um ano difícil.

Aos meus amigos que tornam a vida mais leve, seja por ouvir, discutir e até brigar de vez em quando – sem clubismo. Em especial, João Victor e Gabriel, meus irmãos de vida que sempre pude contar e que contribuíram durante essa etapa da minha vida do início ao fim.

Pela participação neste trabalho, Gustavo Jacomini, que explorou sua criatividade para criar uma identidade para que este projeto alcançasse uma maior projeção.

Pela confiança depositada, sou grato a Hugo Vidotti, que compartilhou sua história comigo e permitiu a realização desta proposta. Espero que o resultado seja justo com o valor da sua trajetória. Também participaram dessa pesquisa Antônio Roberto de Paula e Octavio de Oliveira, que farão parte da continuidade deste trabalho como um projeto pessoal meu de amor ao futebol.

À memória daqueles que enfrentaram o status quo do futebol e se tornaram personagens maiores do que a vida. Em especial, Diego Armando Maradona, João Saldanha e Sócrates, apaixonados que dedicaram a vida a um esporte mais justo e representativo.

Por fim, e não menos importante, agradeço aos profissionais da Trivela e da Central 3, de quem sou profundo admirador e apoiador do trabalho incrível que realizam há anos. Vocês são parte da motivação de que me levou a escolher o Jornalismo e são inspiração para que o presente trabalho exista.

O futebol é um ramo da arte popular. Todo mundo tem necessidade de expandir a vocação artística em qualquer coisa. Há cantor de banheiro às dúzias e jogador de futebol aos milhões. Poucos, entretanto, conseguem atingir o estrelato.

*João Saldanha, o “João Sem Medo”*

## RESUMO

REZENDE FILHO, Adevanir Paulo de. **Pra Completar o Álbum**: um podcast narrativo com histórias do futebol. 2020. Quantidade de páginas. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social – Jornalismo) – UniCesumar, Maringá, 2020.

Este projeto trata-se de um podcast em formato narrativo que, a partir das técnicas de *storytelling*, apresenta histórias de brasileiros que buscaram mudar de vida por meio do futebol e não conseguiram a realização desse sonho. O produto radiofônico explora as possibilidades dessa linguagem para criar conexão com o ouvinte a partir da identificação com as motivações, conflitos e desafios do personagem retratado. Além disso, na fundamentação teórica, discute-se a relação entre o futebol e a instrumentalização pelos governantes, a formação da identidade nacional do Brasil e as condições de desigualdades sociais e econômicas do país, por meio da análise de especialistas das mais diferentes áreas das Ciências Humanas, do Jornalismo e do Esporte.

**Palavras-chave:** futebol, jornalismo, rádio, podcast, storytelling.

## **ABSTRACT**

This project is about a podcast in narrative format that, through storytelling techniques, presents stories from brazilians that seeked to change their lives through football and weren't able to conquer this dream. This radiophonic product explores this language's possibilities to create connection with the listener through identification with the portrayed character's motivations, conflicts and challenges. Besides that, in the theoretical fundamentation, there is a discussion about the relationship between football and its instrumentalization by part of the governments, Brazil's national identity formation and the country's economic and social disparity conditions, through analysis of Human Sciences, Journalism's and Sports specialists from the most different knowledge areas.

**Keywords:** football, journalism, radio, podcast, storytelling.



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	9
<b>2 FUTEBOL E SOCIEDADE BRASILEIRA</b> .....	12
2.1 O “ÓPIO DO POVO” .....	13
2.2 IDENTIDADE NACIONAL .....	18
2.3 DESIGUALDADE SOCIAL E ECONÔMICA .....	21
2.3.1 História da profissionalização do futebol brasileiro.....	21
2.3.2 O cenário atual do futebol profissional no Brasil .....	25
2.3.3 O sonho da ascensão social pelo futebol .....	28
<b>3 O PODER DAS HISTÓRIAS E O RÁDIO</b> .....	31
3.1 O JORNALISMO NARRATIVO .....	31
3.2 A LINGUAGEM RADIOFÔNICA .....	34
3.3 HISTÓRIAS CONTADAS EM PODCAST .....	36
3.3.1 A técnica do <i>storytelling</i> .....	37
<b>4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	40
4.1 PROJETO EDITORIAL.....	40
4.1.1 Recursos utilizados .....	41
4.1.2 Publicação e divulgação .....	42
4.1.3 Viabilidade do projeto.....	43
4.2 PROGRAMA PILOTO .....	44
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	46
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	48
<b>APÊNDICE A – ROTEIRO: EPISÓDIO PILOTO</b> .....	52

## 1 INTRODUÇÃO

Quanto maior o número de vencedores no futebol, maior será o número de vencidos. Dentro do profissionalismo essa já é uma realidade, pois há apenas um time campeão dentre vinte que compõem a Série A do Campeonato Brasileiro, isto é, 5% do total. Esse número é até otimista quando consideramos a realidade daqueles que, pelos mais diferentes motivos, sequer alcançam a possibilidade de disputar um título como esse.

Mascarenhas (2014) conta a história de “Mundinho”, um personagem que é o melhor jogador de um determinado espaço, seja o bairro ou a escola. Mesmo com o aparente talento, existem diferentes razões que impedem que ele alcance o nível profissional e, desse jeito, não há vídeo de melhores momentos, nota de transferência, clubes de fãs nas redes sociais. Há apenas um anonimato, que é comum aos brasileiros por gerações de apaixonados por futebol.

Impossível estimar a quantidade valiosa de horas e dias e meses e anos que uma multidão de crianças e adolescentes consagra a essa prática, muitas vezes em total detrimento de sua formação escolar. Essa fábrica de potenciais atleta profissionais é das mais cruéis: produz sonhos e promessas, gera entrega e dedicação total por parte daqueles que parecem ser os novos agraciados pela Deusa Bola, mas 99% deles não conhecerão senão a decepção, a frustração, a derrota, a pobreza e o esquecimento. Mesmo aqueles que conseguem contrato profissional, em sua maioria, não vencerão a barreira do salário-mínimo e do subemprego no futebol. (MASCARENHAS, 2014, p. 239)

Essa trajetória de sonhos e ilusões só é possível diante de histórias de superação, que são referências inspiradoras para aqueles que buscam romper com a realidade de pobreza e anonimato. Entretanto, mesmo existindo uma escala de produção de heróis num mercado em ascensão, o futebol também é capaz de afetar aqueles que terminam seus ciclos e estão fadados ao esquecimento (TEIXEIRA, 2012, p. 73).

Diferentes estudiosos das Ciências Sociais, como a Sociologia e a Geografia, encontrarão no futebol uma âncora para compreender a identidade nacional do brasileiro, com paralelos com a música e outras manifestações populares. Alguns deles, especialmente Roberto DaMatta e Simoni Lahud Guedes, estão presentes neste trabalho.

Cada vez mais popular no país, o podcast extrapola as características da linguagem radiofônica ao mesmo tempo em que se combina com a convergência das mídias proporcionada pela Internet. De acordo com a **PodPesquisa** (2019), produzida pela Associação Brasileira de Podcasters (ABPod), há um aumento de diversidade por gênero e sexualidade entre os ouvintes, bem como a redução da idade média para 28 anos. Além disso, há indicação de um público mais escolarizado, em que apenas 13% dos ouvintes não alcançaram o ensino superior. No quesito audiência, um levantamento do IBOPE divulgado em 2019 mostra outras informações

relevantes: 19% dos internautas ouvem podcasts três ou mais vezes por semanas e 57% ouvem podcasts com alguma regularidade. Dentre os perfis mais comuns, o Spotify é o aplicativo mais usado diretamente no celular e, geralmente, esse uso é feito durante outras atividades, como tarefas domésticas ou deslocamento.

Portanto, não é de estranhar que o esporte mais popular do país também faça parte do rol de temática nessas produções, como fica evidente pelo investimento nesse tipo de mídia pela imprensa tradicional, como a **Globo** e o **UOL**, ou mesmo produções independentes, como a **Central 3**. Esta última é uma das inspirações deste projeto, ao incluir em suas produções, desde mesas-redondas mais tradicionais, como o **Pontapé**, com o decano José Trajano, até outros formatos mais específicos, como o **Fronteiras Invisíveis do Futebol**, que trata de geopolítica e futebol.

Ao unir um tema de conhecimento popular, como é o futebol, a um podcast cujo formato se utiliza do *storytelling*, é possível criar conexão com o ouvinte e as histórias ali retratadas. Humanizar um ambiente que é, muitas vezes, glamourizado e visto pela perspectiva da conquista individual e meritocrática, torna aquilo que seria o insucesso para quem buscou a carreira no futebol uma memória a ser compartilhada com carinho e orgulho das trajetórias, mesmo indo por caminhos distintos do sonho profissional.

O objetivo geral deste projeto é produzir um podcast que ofereça uma alternativa à narrativa da mídia hegemônica e liberal sobre a exaltação das conquistas como resultado único e exclusivo do esforço individual, para se contrapor aos diferentes fatores que o colocam entre o sonho e a realidade. O trabalho assume em sua temática o posicionamento de apresentar histórias de diferentes personagens reais que estão marginalizadas do futebol como espetáculo.

Entre os objetivos específicos, é necessário fazer uma leitura e interpretação da sociedade brasileira a partir de diferentes perspectivas e linhas de pesquisa, seja por áreas do conhecimento ou mesmo visões distintas do papel do futebol na história dos brasileiros. Ao serem considerados os aspectos técnicos da produção, o trabalho inclui aplicar técnicas de *storytelling* combinadas com elementos da linguagem radiofônica para construir um programa em formato narrativo. Por fim, o podcast terá como fim oferecer espaço para o compartilhamento de experiências e memórias para convidados que tenham a vida relacionada ao sonho de ascensão social promovido pela representação do futebol no Brasil.

No primeiro capítulo, apresenta-se a perspectiva antropológica do futebol como elemento da sociedade brasileira, com destaque para a perspectiva do antropólogo Roberto DaMatta e os paralelos entre a cultura popular, o esporte e o significado desse fenômeno social. A divisão em três seções está segmentada nos seguintes temas: a discussão do papel do futebol

como aparelhamento ideológico; a identidade nacional do brasileiro associado aos sucessos e insucessos do futebol, bem como outros elementos próprios da cultura deste país, como o Carnaval e o samba; e se encerra apresentando a realidade da desigualdade econômica do Brasil com um recorte dentro do universo do futebol, considerando as motivações, aspirações e desafios da profissionalização, com um breve histórico deste processo até a conjuntura atual.

O capítulo seguinte tem como foco a linguagem radiofônica e a relação com o ato de contar histórias, destacando o papel do jornalista. As seções abordam os seguintes temas: o histórico de construção do jornalismo narrativo como linguagem e estilo; os elementos da linguagem radiofônica e como operam para construção de uma narrativa que se conecte com o ouvinte; e como a combinação desses elementos tem como resultante uma nova realidade de consumo de informação em uma realidade da convergência e, desse modo, como o podcast surge como mídia capaz de unir narrativas, o rádio e a participação da audiência.

O quarto capítulo mostra o processo de produção deste projeto, com uma história abordada no programa que será relacionada aos objetivos propostos pelo presente trabalho, em temática e estilo.

Dessa forma, os convidados do **Pra Completar o Álbum** também poderão encontrar um espaço para compartilhar suas experiências e memórias. Assume-se um papel de mídia independente que coloca atenção sobre a história daqueles que compõem o sonho de sucesso do futebol brasileiro, mas que, longe dos palcos do esporte como espetáculo, terão como eternizar suas jornadas.

Um ambiente esportivo que exalta os vencedores também deve ser capaz de valorizar a trajetória daqueles que buscaram seu espaço, tendo como adversários não apenas outros com o mesmo objetivo, mas também condições sociais, econômicas, políticas, estrutura familiar e o próprio acaso, capaz de mudar radicalmente o destino de uma pessoa. Histórias essas que, muitas vezes, não têm o alcance que confira dignidade a seus protagonistas.

## 2 FUTEBOL E SOCIEDADE BRASILEIRA

Em 1994, em **A Bola Corre Mais que os Homens**, o antropólogo Roberto DaMatta inicia seu ensaio citando um ditado popular que diz que três coisas são sérias no Brasil: a cachaça, o jogo do bicho e o futebol. A cachaça seria o espírito de prazer capaz de preencher momentos de êxtase ou de frustração, o jogo do bicho é uma atividade clandestina de apostas que alimenta os sonhos de uma rápida ascensão social com a garantia de homens conhecidos por suas atividades de contravenção e, por fim, o futebol é um esporte inventado em outro país, mas que é capaz de alimentar esses outros sentimentos: o êxtase, a frustração, o sonho de ascensão social e a confiança em indivíduos que nem sempre demonstram ser merecedores.

A principal obra para entender o futebol e a sua relação social, contudo, vem do mesmo autor em 1982, na obra **Universo do futebol**. Uma coleção de ensaios, organizada por DaMatta, que reflete sobre o futebol como um fenômeno sociológico. Logo na introdução, o futebol é apresentado como uma metáfora de normas, regras sociais e as relações com sentimentos humanos: “Justamente o conjunto de normas que permite juntar, como podemos muito bem observar vendo um jogo de futebol, a ação com o pensamento, o desejo com o conceito, o aqui e agora com o passado e, às vezes, com as esperanças do futuro”. (DAMATTA, 1982, p. 13)

As conversas de botequim e na fila do ponto de trabalho são as discussões populares do futebol, vão além das mídias, como a televisão e o jornal na década de 1980. A pluralidade de pessoas, espaços ou realidades permite discussões sobre a concepção de mundo do Brasil, seja pela perspectiva do futebol como um assunto sério ou como o "ópio do povo", avesso àqueles que se consideram uma elite intelectual. Além da Economia ou Literatura, o futebol abarca as esperanças de futuro e este é, segundo DaMatta, visto como um espaço de ampla participação popular e, por isso, possui um valor simbólico muito potente.

Dessa forma, a orientação teórica deste trabalho fundamenta-se nos trabalhos seminais de Roberto DaMatta (1982) e de Simoni Lahud Guedes (1982), que ganharam projeção ao longo dos anos e, no caso desta, foi tema recorrente em toda a sua trajetória acadêmica. A pesquisa do sociólogo Waldenyr Caldas (1994) é complementar e enriquecedora, servindo como norte das pesquisas dentro desse campo a partir da dimensão histórica. Por fim, os mapeamentos da produção acadêmica sobre futebol no Brasil por Sérgio Settani Giglio & Enrico Spaggiari (2010) e Ronaldo Helal (2011) foram fundamentais no direcionamento, contextualização e compreensão do cenário da pesquisa sobre futebol no Brasil, possibilitando um debate enriquecido por uma análise próxima ao ambiente de desenvolvimento desse esporte aqui no

país, com todas as respectivas particularidades e que, décadas depois, mostra um cenário diferente daquele indicado por DaMatta na introdução de sua obra em 1982, época na qual haveria um descaso das ciências sobre o fenômeno do futebol.

Assim, é possível partir da interpretação sobre os diferentes significados do futebol dentro da sociedade brasileira para que seja possível refletir sobre o seu papel na manipulação política, na construção da identidade nacional e, finalmente, sobre como tais fatores colaboram para a idealização do esporte como instrumento de ascensão social. O desafio, a partir deste ponto, é conectar a realidade apresentada com recortes que sejam capazes de evidenciar as trajetórias de tantos indivíduos e seus respectivos sonhos, dramas e realizações.

## 2.1 O “ÓPIO DO POVO”

A visão de DaMatta (1982) é um contraponto àquilo que Helal (2011) denomina como “visão apocalíptica do futebol”, que seriam trabalhos que colocam o esporte numa visão negativa, como é o caso em **Futebol: Ideologia do Poder** (RAMOS, 1984). Ramos analisa o futebol a partir de definições de Althusser sobre os aparelhos ideológicos do Estado, que seriam capazes de distrair a classe trabalhadora da consciência crítica e, desse modo, torná-la mais dócil, manipulável, diante dos meios de comunicação que propagam um discurso hegemônico.

Uma das primeiras relações documentadas nas pesquisas sobre Teoria da Comunicação no Brasil e o futebol está no último capítulo de **O Monopólio da Fala** (SODRÉ, 2001). O autor analisa como o papel da torcida compõe o espetáculo do futebol e, por consequência, o fenômeno popular construído além da disputa no campo, incluindo o seu entorno. Nesta obra, o autor critica a visão de Ramos ao afirmar que “seria um grande erro supor que a complexidade do futebol brasileiro possa cingir-se à conceituação de um ‘aparelho esportivo’, algo capaz de reproduzir o tempo todo, de modo reflexivo, a ideologia ou o sistema de relação do poder dominante” (SODRÉ, 2001, p. 152).

Essa ponderação de Sodré é reforçada quando DaMatta (1982, p. 16) simboliza as relações entre esporte e sociedade numa equação de construção contínua: "O jogo está na sociedade tanto quanto a sociedade no jogo". Na visão de DaMatta, existe diferença entre as diversas manifestações do futebol em cada lugar e, por isso, conclui que "cada sociedade tem o futebol que merece". É, por isso, que o futebol reflete uma egrégora nacional, positiva ou

negativa, de preocupação ou de esperança. Pela perspectiva do autor, as relações futebol/sociedade são apenas mais uma dimensão de outros binômios como política/sociedade ou natureza/sociedade, que são todas entidades particulares e individualizadas, com aspectos positivos, negativos e neutros.

Contudo, costumeiramente, há uma mistificação que coloca o futebol como elemento alienante, o chamado "ópio do povo", em que opera apenas como instrumento do domínio econômico como uma distração do povo brasileiro em relação a problemas mais graves. Há uma perspectiva elitista nessa análise, um "paternalismo intelectual" sobre as preocupações sociais que, por si, já é descabido. Além disso, tal papel que pode ser assumido pelo futebol, segundo DaMatta, não é diferente de outros entes, tais como igrejas ou Carnaval, que são manifestações populares distintas.

Caldas (1994, p. 45-47) irá discutir as influências sociopolíticas no futebol brasileiro, não simplesmente negando a possibilidade de manipulação a partir do futebol, mas considerando que isso é uma possibilidade (e um risco) para todo e qualquer fenômeno social popular, entre os quais insere-se o futebol, mas também as festas populares, como o Carnaval. Ao analisar apenas por essa perspectiva, Caldas critica o que seria "uma visão unilateral e maniqueísta dos processos sociais" e coloca luz sobre as outras formas de enxergar o futebol como um fenômeno complexo.

Em continuidade, não existe uma verdade absoluta sobre esse papel do esporte. Ao contrário, a insistência nessa oposição é também um esvaziamento do valor simbólico do esporte para as pessoas que estão nesse meio, seja no aspecto profissional, seja como valor cultural. Pela análise de DaMatta (1982, p. 22), fundamentada nos trabalhos de Marshall Sahlins, há uma instrumentalização utilitarista segundo a qual o futebol teria como utilidade demarcada a mistificação do povo.

DaMatta pontua que os "ópios" são aquelas atividades consideradas dispensáveis ou ilusórias, opostas ao valor de outras, como o trabalho e a guerra, vistas como determinantes e centrais na construção social. Dessa oposição, temos a religião como "ópio", enquanto o trabalho é uma necessidade e uma virtude; a guerra é uma consequência do dever patriótico, enquanto o lazer é uma perda de tempo. O autor considera esse utilitarismo como um reforço da ideologia dominante, em que a virtude do trabalho se relaciona com a natureza humana e o comportamento das classes mais altas: "É que as nossas elites, eu presumo, não estão

acostumadas a jogar. Ao contrário, elas odeiam o jogo. Por quê? Porque certamente o jogo significa basicamente ter de se submeter a regras que valem para todos” (DaMatta, 1982, p. 16).

O futebol chegou no Brasil como um esporte de elite, trazido por imigrantes em fábricas inglesas e, por essa razão, não pode ser colocado como uma ferramenta de manipulação das massas. Nos primeiros anos do futebol no Brasil, o esporte carregava uma imagem vinculada às elites. Assim, até mesmo colégios de alto padrão começaram a adotar o esporte como atividade de recreação e aqueles que não oferecessem a atividade eram cobrados pelos pais, que viam a oportunidade de integrar o nome da família com jogadores conhecidos.

Todavia, como os ingleses e a alta gerência nem sempre eram suficientes para completar o número de jogadores necessários para a formação dos times, os operários começam a ser chamados para completar times e, desse modo, começa uma inclusão do esporte nas camadas populares (ANTUNES, 1994). Com isso, começam a surgir times de operários que vão se transformando em clubes, espaços de confraternização da classe trabalhadora e que são, muitas vezes, financiados pelas empresas.

Antunes (1994, p. 105-106) contrapõe a análise de Rosenfeld segundo a qual os empresários, ao perceberem o potencial popular do futebol, viram uma possibilidade de domesticar o corpo operário e o sentimento de grupo, com a visão de Wahl sobre a situação do futebol na França, onde os empresários promoviam “uma identificação clube-empresa, suscitando a crença de que jogadores, trabalhadores e patrões formavam uma grande família”. Assim, apesar da origem burguesa do esporte, há circunstâncias em que a polarização passa a ser aproveitada para benefícios institucionais das fábricas, que contemplam questões de ambiente de trabalho, promoção das marcas em torneios regionais e até mesmo a saúde física e corporal dos trabalhadores, importante para a sua produtividade na indústria, como aponta Caldas (1994, p. 46)

Uma visão crítica do futebol é colocada por Robert Levine, conforme o autor: “o seu uso pela elite para apoiar a ideologia oficial e dirigir a energia social por caminhos compatíveis com os valores sociais prevaletentes” (apud CALDAS, 1994, p. 46). De acordo com Caldas, a causa não é o futebol em si, contudo, “quem aliena são os governantes que, deliberadamente, usam os esportes de massa com objetivos políticos, quase sempre sem nenhum escrúpulo, sem nenhuma ética. A grande meta é se manterem no poder” (1994, p. 47). Apesar do uso ideológico do futebol pelo Estado em diferentes momentos da história, esse aparelhamento poderia ser feito com qualquer outra entidade que reunisse tal força de manifestação popular.



A primeira Copa do Mundo aconteceu em 1930, mas é na participação de 1938, ano em que o Brasil estava sob o governo de Getúlio Vargas, durante o período do Estado Novo (1937-1945), que o futebol alcança um novo patamar de fenômeno social de grande popularidade, com o 3º lugar e o artilheiro da competição, Leônidas da Silva. Conhecido por seu perfil populista, o presidente Vargas soube aproveitar o esporte durante seu governo, com destaque para os anúncios de medidas que o consagraram no trabalhismo, como a adoção do salário-mínimo (1940) e a criação das leis do trabalho (1943), que foram realizadas no estádio de São Januário, casa do Vasco da Gama e maior estádio da época (COSTA, 2006; LOPES, 1994 apud GIGLIO, 2007, p. 65). Além disso, foi sob o governo Vargas que a profissionalização do jogador de futebol foi regularizada, tema que será abordado mais à frente.

Dentre os principais exemplos da instrumentalização do futebol estão as campanhas ufanistas utilizadas pelo governo do ditador Emilio Garrastazu Médici para lograr popularidade a partir da emblemática conquista da Copa do Mundo de 1970, no México. Considerada por muitos entusiastas do futebol como a maior soberania esportiva demonstrada na história das Copas, o título foi conveniente ao plano de popularidade do general que ocupava a presidência. Gutterman (2004) analisa que o futebol dilui diferenças sociais estabelecidas e, em especial, na disputa da Copa do Mundo, essa tendência fortalecerá o caráter nacionalista e patriótico – alinhados aos valores militares. A quebra de rotina das atividades para acompanhar os jogos da seleção, uma tradição já assimilada hoje em dia, opera como integração social de diferentes grupos. Nesse caso, esse descolamento da realidade é enxergado pelos mais críticos como o principal exemplo do “ópio do povo”.

Gutterman (2009) contesta essa interpretação ao basear sua análise em relatos sobre o perfil de Médici na imprensa, visto como um ávido e autêntico torcedor, conforme relatos de jornalistas como Carlos Cony, um opositor do governo: “Médici era fanático por futebol, e não foi armação do regime militar a divulgação de suas fotos mais famosas – ouvindo jogo no radinho de pilha, enrolado na bandeira nacional por ocasião do tri” (apud Gutterman, 2004, p. 270). Todavia, diante da popularidade crescente dentro de campo, passa a acontecer uma instrumentalização da imagem do presidente como um “homem comum” e, não por acaso, Médici passa a colar sua imagem com a seleção e faz questão de tornar essa proximidade um elemento de conhecimento público em discursos e na recepção da equipe após a conquista. Nessa trilha, o atual presidente Jair Bolsonaro (sem partido) encontra um paralelo com a busca do “homem comum” criada por Médici e, frequentemente, faz aparições públicas com camisas de diferentes clubes (pouco importando a rivalidade entre eles, vale contar). Essas ações

alimentam a comunicação de redes sociais e traçam um paralelo com as atuações do governo Médici, do qual Bolsonaro é admirador declarado.

Uma das partes mais interessantes sobre a seleção brasileira de 1970 é que a construção daquele time vitorioso, durante o auge da Ditadura Militar, começou com o comando técnico de João Saldanha, militante do PCB (Partido Comunista Brasileiro) e amigo de Carlos Marighella, um dos principais inimigos do regime. Entre fevereiro de 1969 e março de 1970, o Brasil venceu todos os jogos das Eliminatórias e era visto como favorito ao título mundial, mas o desgaste entre Saldanha e a comissão técnica formada pela CBD (Confederação Brasileira de Desportos) com militares levou à sua demissão. Ainda assim, o ex-treinador declarou, anos depois, que “os fatos históricos desmentem que o futebol sirva para escorar governos. O que escora governo é tanque” (SALDANHA, 1988, p. 201).

Fatos mais recentes do Brasil, após o fim da Ditadura em 1985, mostram que esse sofismo entre o sucesso do futebol nas Copas e a popularidade do governo nacional não é, de forma alguma, absoluto. Em 2002, ano da conquista do pentacampeonato da seleção, foi eleito presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), oposição ao governo do então presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB). Quando acontece a maior derrota da história do futebol brasileiro, com o placar de 7 a 1 para a Alemanha, nas semifinais da Copa de 2014, meses depois a presidenta Dilma Rousseff (PT) é reeleita. Por mais que o governante possa instrumentalizar o futebol como ferramenta de propaganda, isso não é fator decisivo na popularidade do governo e em seu sucesso eleitoral. Fazer essa afirmação seria um reducionismo raso de processos históricos mais complexos e, portanto, um equívoco (GIGLIO, 2007, P. 68).

Até mesmo ao relembrar as conquistas do Brasil nas Copas do Mundo é possível ter uma visão ampliada de que a relação entre o sucesso do governo e o futebol não é tão direta e, em todas as oportunidades, a equipe foi recebida pelo então presidente para celebrar o título, independentemente de questões político-partidárias. Em 1958, o presidente era Juscelino Kubitschek e a primeira conquista na Copa do Mundo simbolizava um novo país para o futuro. Em 1962, ocupava o cargo João Goulart, já num governo instável por conta da suposta ameaça comunista. Em 1970, o já citado governo Médici. Décadas mais tarde, em 1994, Itamar Franco assumiu após o impeachment do primeiro presidente eleito diretamente após o fim da ditadura, Fernando Collor de Mello. E, em 2002, a recepção da equipe foi feita por Fernando Henrique

Cardoso e guarda a emblemática cambalhota do jogador Vampeta na rampa do Palácio do Planalto<sup>1</sup>.

Não é possível avaliar o esporte, ou qualquer outra atividade, sem uma compreensão e referência à realidade em que estão inseridos e não existe uma relação de "estratificação", mas sim de expressão e fluidez, em que aspectos de cada elemento se manifestam continuamente (GEERTZ apud DAMATTA, 1982, p. 23). O esporte, destarte, não pode ser visto como uma atividade derivativa e sim como um fenômeno total e que vai além da lógica utilitarista. Emoções, vivências, objetos e valores da dimensão do esporte são parte das experiências. Conseqüentemente, é possível enxergar o futebol do Brasil (e os esportes como um todo) como atividades da sociedade e não em competição com a sociedade.

## 2.2 IDENTIDADE NACIONAL

Para Helal (2011), há um contraste nas perspectivas que colocam o Brasil como o “país do futebol”, uma relação que se vincula com a identidade nacional e transita entre o orgulho e a negação. A expressão “país do futebol” pode ser usada para demonstrar que aqui temos o povo mais capaz de demonstrar o amor pelo esporte, bem como tem um viés pessimista, segundo o qual é impossível que o Brasil seja um “país sério”, pois as tentativas para isso seriam reduzidas diante de eventos distrativos, como o futebol e o carnaval. Por sua vez, Franco Junior (2013) reflete sobre a questão do termo "país do futebol" como uma reação à criação da expressão "complexo de vira-latas", a qual foi cunhada por Nelson Rodrigues antes da Copa de 1958. Porém, após o Brasil sagrar-se campeão pela primeira vez na história, criou-se uma aura de superioridade que ganhou força ao longo dos anos, de modo que, quando a seleção não alcançasse a glória principal, a derrota viria justificada por razões endógenas – de falta de sorte (1982 e 1986), incompetência do treinador (1990 e 2010) ou até mesmo alguma conspiração (1998). De forma alguma seria possível admitir, pura e simplesmente, que o adversário poderia ser superior ao espírito vencedor do Brasil.

---

<sup>1</sup> Na recepção da seleção brasileira após a Copa de 2002, o então presidente Fernando Henrique Cardoso foi testemunha da inusitada comemoração no Palácio do Planalto. Ver mais em: <https://brasil.elpais.com/esportes/2020-06-07/a-selecao-que-presenteou-a-ditadura-com-uma-taca.html>

Durante a década de 1930, houve uma discussão sobre a identidade nacional expressa no futebol opondo lados, como os autores Graciliano Ramos e Lima Barreto, que enxergavam um domínio das massas, ou como Mário Filho e Gilberto Freyre, que apontam o estilo de jogar futebol do brasileiro como um reflexo de características sociais. Por essa perspectiva, o talento individual, a improvisação e o "jogar bonito" seriam resultado da miscigenação da formação brasileira, em que o Estado seria incapaz de oferecer todo o suporte para o indivíduo e, conseqüentemente, a astúcia e a capacidade de buscar soluções são uma necessidade. Franco Junior (2013) questiona o caráter discriminatório nessa análise, já que a conclusão reforça uma suposta "democracia racial" no país, fato que continua inverídico diante das estatísticas de desigualdade econômica e de violência policial, por exemplo. Segundo ele, a superficialidade desse tipo de análise pode ser atribuída à defasagem da pesquisa acadêmica no Brasil durante o início do século XX e, conseqüentemente, a constatações menos criteriosas.

Vale evidenciar a visão de Guedes (2011) de acordo com a qual o futebol é "um dos significantes mais importantes do processo de construção da identidade nacional brasileira". Entre os temas colocados em perspectiva com o futebol, a autora destaca a composição étnica do Brasil, honra nacional, coragem e covardia, solidariedade. Tal como DaMatta (1982), Guedes enxerga o futebol como uma metáfora da vida manifesta em ações no campo e em elementos próximos e, portanto, um fenômeno social que agrega elementos da sociedade e vice-versa.

É importante pontuar que a construção da identidade nacional é um processo de participação ativa da mídia. Não por acaso, a criação da mídia esportiva, na década de 1930, influenciou na popularidade do futebol, bem como a transmissão ao vivo e em cores da Copa de 1970, que o transformou num fenômeno. A mídia é capaz de representar os atletas como modelos de brasileiros, ávidos por mais conquistas e que agregam elementos da nossa brasilidade num palco mundial do futebol para que todo o mundo possa ver. Aqui, as manifestações de alegria, do drible, da miscigenação dos povos e a realização de um sonho são elementos aproveitados para destacar a relação do futebol com a identidade do que é ser brasileiro e, "aqueles que não compartilham de tais eventos por sentir-se fora de lugar" (GIGLIO, 2007, p. 81).

A aceitação popular do futebol como identidade nacional é, segundo Franco Júnior (2013), um exercício de identificação do indivíduo com ele mesmo e com os outros que compartilham do mesmo ambiente. A questão histórica da formação de grandes jogadores por gerações, bem como as conquistas de títulos seriam um elemento de apego com a falta de

"heróis" históricos em outras áreas de reconhecimento internacional, como artistas, políticos ou filósofos. A título de exemplo, um recorte do autor indica a ausência de um Prêmio Nobel para brasileiros, diferentemente de países com menor representatividade na comunidade internacional, como Lituânia, Nigéria ou até mesmo outros latino-americanos, como Argentina e Peru.

Todavia, essa situação não pode ser vista apenas como um reflexo do futebol e sim como uma resposta às ausências. É o que analisa Guedes (2011) sobre a transformação do futebol no Brasil como uma manifestação de linguagem universal, pois “incorpora simbolicamente as contingências históricas e as especificidades da cultura que o abriga”. Para isso, as características do futebol, o momento do país e a construção da identidade nacional em tempos de uma república ainda jovem levam à incorporação do esporte como parte dessa identidade, e não como um sinônimo:

Esta “escolha cultural” resulta da atuação conjunta e simultânea de vários fatores: características do próprio futebol que o tornam de fácil apreensão, não exigindo habilidades físicas específicas dos seus praticantes ou investimentos materiais muito complexos; interesse internacional por seus resultados; possibilidade de “reinterpretação” que, no caso brasileiro, correlacionou desempenhos específicos com tradições populares, como a capoeira; criação e fortalecimento de uma imprensa que passou a alimentar com material extenso todas as leituras sobre os eventos; apropriação, pelo Estado, na década de 1930, do futebol como um dos elementos passíveis de construir uma identidade nacional brasileira. (GUEDES, 2011, p. 4)

Assim, as falas de Guedes e DaMatta convergem ao entenderem a incorporação de elementos populares ao futebol como uma manifestação da identidade nacional e que, conseqüentemente, participam do futebol. O samba, a cachaça, o Carnaval, o “jeitinho brasileiro” e outros regionalismos que se incorporam no futebol de um país com proporções continentais. As vitórias em cada Copa do Mundo, seja sob uma Ditadura Militar (1964-1985) ou em tempos de uma jovem nova República (1985-atual), carregam tanto elementos quanto as trágicas derrotas, em especial, aquelas dentro de casa, como o *Maracanazo* (derrota no último jogo da Copa de 1950 para o Uruguai), ou o 7x1 (derrota na semifinal da Copa de 2014 no Estádio Mineirão). Guedes afirma que tais glórias e angústias pautam o debate sobre “o que nós somos” e, pela visão de DaMatta (1982, p. 15), o futebol permite a transformação social ao “descobrir a nossa alma e o nosso coração, [...] um sentimento de que realmente valemos a pena como povo e nação”.

## 2.3 DESIGUALDADE SOCIAL E ECONÔMICA

Em artigo publicado na **Trivela**, Derviche (2020) reflete sobre a relação do futebol com a realidade de desigualdade do Brasil, em que o esporte é visto como a única alternativa de fuga das condições de pobreza em diferentes cidades e regiões. Ao site, o jornalista Arthur Sales diz que “o esporte não deveria precisar ser isso [instrumento de inclusão social] antes de qualquer coisa. Nos países desenvolvidos, ninguém busca o futebol ou qualquer outro esporte para se salvar de uma realidade quase insuportável”.

A pesquisa de Rodrigues (2004) fez um levantamento com jogadores profissionais sobre os motivos que os levaram a decidir por essa carreira. Os resultados são indicadores de uma síntese entre a narrativa do talento brasileiro e o vislumbre de uma realidade diferente. Para 50%, a resposta foi “possuir o dom”, enquanto 21,4% viam como alternativa para enriquecer e outros 14,7% foram incentivados pela família. Diante desse cenário em que o futebol se transforma em símbolo da realização de sonhos e de ruptura com a pobreza, mesmo que as histórias de sucesso sejam um recorte de uma realidade em que apenas uma minoria alcança a profissionalização, muitos ainda encontram motivos para tomar tal escolha de carreira.

### 2.3.1 História da profissionalização do futebol brasileiro

O futebol foi introduzido na sociedade brasileira em 1894, no meio da elite industrial paulistana, trazido por um brasileiro, filho de ingleses, Charles W. Miller. Apesar disso, como dito anteriormente, a dificuldade em preencher times apenas com executivos começa a integrar os operários das fábricas nessas práticas e, desse modo, o esporte começa a ganhar espaço dentro da classe trabalhadora. O encontro entre os times dos trabalhadores em campos de várzea e margens de rios torna-se um espaço de lazer que integra as famílias e, assim, surgem as associações e os clubes com apoio das empresas (ANTUNES, 1994; CALDAS, 1994).

Mesmo com raízes no estado de São Paulo, é no Rio de Janeiro que surge o principal expoente da relação entre operários e fábricas do Brasil, o qual participou ativamente do processo de popularização do futebol no país. Uma fábrica de tecelagem, mantida pela Cia. Progresso Industrial e conhecida como Fábrica Bangu do Rio de Janeiro, onde é fundado o *The Bangu Athletic Club*, no ano de 1904. Inicialmente, o clube funcionava apenas com operários

ingleses, mas a localização isolada da fábrica permitiu que os operários brasileiros ganhassem a oportunidade de conhecer o futebol e participar desses momentos de lazer.

Desse modo, o esporte passa a ser acessível a um determinado recorte de trabalhadores. Como afirma Antunes (1994, p. 104), “através do Bangu, o esporte começou a se democratizar no Rio de Janeiro” e o time passou a integrar competições de primeiro nível com outros clubes formados nas elites cariocas, como o Fluminense e o Botafogo. Entretanto, a participação no time dependia de critérios de seleção, como o desempenho no trabalho, o tempo de serviço e histórico de comportamento.

A possibilidade de ser escolhido para compor o time da fábrica representava uma nova realidade, pois o jogador-operário passa a ter privilégios em relação aos demais trabalhadores. Dessa forma, cria-se o que Caldas chama de “elite operária do futebol”, que tinha uma liberdade de horários, serviços mais leves e dispensa para treinos. A razão principal para isso é que, a partir da popularização do futebol, um time de sucesso passou a ser uma ferramenta de publicidade e divulgação, pois o Bangu, por exemplo, tinha um reconhecimento maior do que a Cia. Progresso. Por conta dessas condições, fazer parte desse grupo seletivo era um desafio para os demais trabalhadores: “os notórios privilégios por integrar a equipe da Cia. Progresso criava uma verdadeira luta silenciosa entre os trabalhadores. Tornar-se jogador significava também a garantia do emprego. Naquela época, como em nossos dias, a economia já era débil” (CALDAS, 1994, p. 43).

Tanto Antunes, quanto Caldas, em suas análises, explicam a visão de Anatol Rosenfeld sobre a perspectiva dos empresários no processo de difusão do futebol, de acordo com o autor, essa difusão seria uma forma de domesticação dos corpos, com sentimento de grupo entre as partes e identificação com a empresa, reduzindo conflitos e aumentando a produtividade. Apesar disso, Antunes propõe a perspectiva de realidade dos operários e que a história do time de futebol do Bangu permitiu uma mudança em suas realidades de trabalho, com benefícios na atividade profissional e com oportunidade para aqueles que integravam as camadas sociais mais baixas. Ali, o trabalhador enxergava uma chance de carreira como operário-jogador e, como pontua a autora, “homens simples tiveram acesso a um bem cultural desconhecido, que lhes abriu outras oportunidades além da mera diversão” (1994, p. 106).

Em meados da década de 1920, a popularização do futebol começava a alimentar impasses e disputas de interesses entre os diferentes atores e, especialmente, entre perfis. Apesar do pioneirismo do Bangu e outros clubes operários, a força de outras instituições, com origem

nas elites, colocava a profissionalização como um aspecto secundário. Em resposta a esse movimento, os clubes da periferia cresciam com mais adeptos e pressionavam os entes políticos, que ficavam em uma posição difícil, dependendo de onde concentravam seu eleitorado: o apoio à profissionalização poderia afastá-los das elites, mas criaria uma simpatia entre os populares. Daí, surge a figura do cartola, representante dos clubes de futebol, mas que “já naquela época, trabalhava muito mais pelo jogo de interesses pessoais e muito menos pelo futebol” (CALDAS, 1994, p. 44).

Apesar de, oficialmente, não haver a profissionalização já acontecia o que era chamado pelos jornalistas de “profissionalismo marrom” dentro das fábricas:

Oferecia-se remuneração especial aos operários-jogadores sob forma de pequenos presentes e serviços, gratificações e, inclusive, um segundo salário. Muitos trabalhadores viam-se estimulados pela possibilidade de complementar os ganhos provenientes do trabalho na fábrica com os “bichos” pagos aos jogadores. Com esse propósito, engajavam-se nas acirradas disputas internas por uma posição no time, o que foi motivo de vários conflitos entre os trabalhadores (ANTUNES, 1994, p. 108).

Com o interesse dos patrões, os jogadores que o faziam por lazer começaram a ser escanteados em prol daqueles que se dedicavam a sério, incluindo treinamentos e atividades fora do horário de trabalho da indústria. Muitos entravam nas fábricas pensando na carreira de jogador e, notadamente, aconteceram casos de frustração após testes nos principais clubes. Apesar disso, os trabalhadores viam o futebol operário como uma garantia de divertimento que aliava melhores condições de trabalho com algum poder de barganha do operário com o empregador. Esse ponto seria, para muitos, o auge de uma carreira alcançável e que formaria o “profissionalismo operário”, de acordo com a definição de Antunes.

Dentro de tal estrutura de amadorismo, Caldas destaca os riscos aos jogadores e a suas carreiras. Ainda operários, eles ficavam sob a ameaça de acidentes de trabalho, problemas de saúde e até mesmo o descumprimento da palavra por parte dos patrões, enquanto criavam uma jornada paralela que enriquecia os patrões, com a arrecadação do público em estádios e com a publicidade das marcas. Por conta dessa relação de forças, aqueles que estavam entre os mais vulneráveis também eram os que menos tinham vontade em denunciar as condições de exploração e subemprego, com salários irrisórios e sem garantias.

Antunes mostra que, mesmo para aqueles que conseguiam alcançar a glória da Primeira Divisão, como os primeiros jogadores a conseguirem se profissionalizar na história do futebol brasileiro, o salário ainda seria insuficiente e esses sujeitos precisavam manter uma atividade profissional paralela. Outros aproveitavam o destaque em campo para buscar empregos mais



seguros, o que é chamado de “emprego de cobertura”. Além disso, houve uma reestruturação em toda a ordem de trabalho entre a fábrica e o futebol: “a valorização do capital esportivo dos operários deu origem a um processo de mobilidade social no próprio local de trabalho, do qual apenas uma parcela de trabalhadores pode ser beneficiada com ganhos reais” (ANTUNES, 1994, p. 109).

Ademais, havia ainda o conflito entre o jogador e os cartolas, pois a capacidade daqueles de trazer público e gerar receita teria impacto apenas na realidade dos executivos e não para eles mesmos. Com isso, se inicia um movimento de migração do “pé-de-obra” para outros países, nos quais o profissionalismo estava mais bem estabelecido. Uma discussão sobre tais papéis é resgatada por Caldas (1994, p. 45) em relatos da imprensa:

– Vou para a Itália. Cansei de ser amador no futebol onde essa condição deixou há muito de existir, maculada pelo regime hipócrita da gorjeta que os clubes dão aos seus jogadores, reservando-se para si o grosso das rendas. Os clubes enriquecem e eu não tenho nada. Vou para o país onde sabem remunerar a capacidade do jogador. (Amilcar Barbuy, jogador)

– Eu considero o jogador que quer se profissionalizar como um gigolô que explora a prostituta. O clube lhe dá todo o material necessário para jogar e se divertir com a pelota e ainda quer dinheiro? Isso eu não permitirei no Flamengo. O profissionalismo avilta o homem. (Rivadavia Meyer, presidente do Flamengo, 26 jan. 1932)

Essa realidade está inserida num momento de instabilidade institucional do Brasil, em que Getúlio Vargas assume a presidência após a renúncia de Washington Luís, em 1930. O novo presidente e sua política trabalhista remodelariam as relações de trabalho no país, com o “Programa de Reconstrução Nacional” e a instituição do Ministério do Trabalho, o qual reconheceria e regulamentaria novas profissões a partir da Legislação Social e Trabalhista. O futebol entrou nessa lista e, a partir de 23 de janeiro de 1933, o esporte foi implantado no Brasil de forma profissional, contrariando os interesses dos cartolas. Algumas semanas depois, em 12 de março de 1933, o amistoso entre o Santos e o São Paulo da Floresta marcou o início de um novo tempo, com o primeiro gol marcado por Arthur Friedenreich, conhecido como um dos maiores artilheiros da história do esporte.

Com a profissionalização, o futebol assumiu ainda mais importância na representatividade da cultura brasileira, como um símbolo da identidade nacional (CALDAS, 1994, p. 45). Com a consagração de grandes jogadores e a formação de ídolos, a carreira como profissional do futebol ganhou força não apenas como uma alternativa e sim como o objetivo principal de realização do indivíduo com a sua força de trabalho, que ganhou a possibilidade de

ser direcionada para uma atividade que outrora representava apenas o lazer e a diversão, não um mercado.

### 2.3.2 O cenário atual do futebol profissional no Brasil

Quase 90 anos após a profissionalização do futebol, a desigualdade entre os jogadores do primeiro escalão e a base da pirâmide da classe não mudou muito – em certa perspectiva, até piorou. Ainda em 1986, Sócrates<sup>2</sup> afirmava que, para aqueles jogadores que recebiam menos do que o salário-mínimo, a única necessidade era vencer, independente do espetáculo. Para aqueles que buscavam a oportunidade de aparecer em campeonatos dos grandes centros, o pagamento poderia ser apenas uma vitrine em busca do sonho. Por isso, de acordo com Caldas (1994, p. 48), havia uma desmistificação da “falsa imagem de que o jogador de futebol no Brasil é muito bem pago. Ao contrário, ele hoje (e sempre foi assim) é tão mal pago quanto qualquer outra categoria profissional”.

Um levantamento feito pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF), em 2016, mostra que, à época, 82,4% dos jogadores no Brasil ganhavam salário de até R\$ 1.000,00. Na outra ponta, apenas 2,57% ganhavam acima de R\$ 10.000,00 mensais. O relatório **Impacto do Futebol Brasileiro** (2019) mostra que 80% do valor total de salários está concentrado em apenas 7% dos atletas registrados. São mais de 360 mil jogadores com registro, sendo apenas 25% do total profissionais. Na análise geográfica de atuação, o Sudeste concentra 39% dos atletas, seguido por Nordeste (21%), Sul (20%), Centro-Oeste (11%) e Norte (9%). Esses dados convergem, quando 64% dos salários estão na região Sudeste, com média de R\$ 15.000,00 mensais, enquanto na região Norte esse valor é de apenas R\$ 1.200,00.

No ano de 2020, essas condições precárias foram agravadas com a suspensão das atividades por conta da pandemia do novo coronavírus. Em meio à disputa dos campeonatos estaduais, a suspensão paralisou todas as partidas oficiais entre meados de março e a retomada em julho. Com a redução das receitas, muitas equipes dispensaram jogadores por conta da crise

---

<sup>2</sup> Sócrates foi um dos líderes da chamada Democracia Corinthiana, grupo de jogadores do Corinthians que se destacou pelo engajamento político na década de 1980, paralelo a resultados expressivos em campo. Material para entender melhor o movimento: <http://www.central3.com.br/botao-70-democracia-corinthiana/>.

financeira e da falta de perspectivas. Mesmo clubes com boas campanhas não tiveram condições de manter contratos longos sem a certeza de retorno financeiro.

Em reportagem para o **El País**, Pires (2020) mostra a dificuldade desses jogadores nos relatos daqueles que não conseguem se realocar no mercado e não tiveram acesso ao auxílio-emergencial fornecido pelo Governo Federal, após veto do presidente Jair Bolsonaro. “Para mim, esse auxílio não é privilégio, é sobrevivência”, disse o goleiro Alex, um dos dispensados do Atlético-AC pela falta de condições de honrar salários após a paralisação.

O calendário dos clubes também escancara a desigualdade: em 2019, o Flamengo terminou a temporada no dia 21 de dezembro, com 76 jogos, incluindo Campeonato Carioca, Brasileiro, Libertadores e Mundial de Clubes; enquanto a tradicional Portuguesa disputou apenas 25 partidas oficiais, desclassificada na primeira fase da Copa Paulista e fora das divisões nacionais, sem calendário a partir de agosto. Um relatório da **Pluri Consultoria** (2020) mostra que 382 equipes (59%) atuaram em apenas 30% do calendário útil do futebol em 2019 e apenas outros 77 clubes conseguiram ocupar mais de 80% do calendário, este é o índice próximo ao que é considerado ideal para equipes profissionais. Por fim, 34% das equipes não tiveram nem dois meses de atividades durante o ano.

Essas condições afetam a capacidade financeira dos clubes e, conseqüentemente, a estabilidade de carreira daqueles profissionais que estão na base da pirâmide. Por isso, ainda hoje, os campeonatos estaduais não são apenas uma competição dos clubes menores, mas também uma “entrevista prática” dos jogadores que buscam oportunidade numa equipe que possa garantir mais meses de atividade.

A pesquisa de Ciampa (2010) aponta para a existência de dois níveis de atletas na realidade do futebol brasileiro: os jogadores muito bem remunerados e de grande sucesso; e os “atletas comuns”, com pouco mercado e limitados a uma carreira sem grandes glórias em clubes menores ou apenas completando o elenco de equipes maiores. Ademais, transitando entre essas categorias, está a identidade excluída, que não tem a profissão reconhecida socialmente, que seriam os desempregados ou, como designados pelo autor, os “sem clubes”.

Há uma reflexão de Leme (2011) sobre como a realidade dos atletas é afetada pelas condições precárias de um mercado de trabalho difícil e cheio de obstáculos mesmo para quem atinge o profissionalismo:

Vale destacar a profissão de jogador de futebol, que é cobiçada pela maioria, mas o “ganha-pão” da minoria, não deixará de ser procurada, entretanto, a porta está ficando

cada vez mais estreita e, como no mercado geral de trabalho, a situação é igual: os demitidos (“sem clubes”) começam a sentir o peso das contas vencendo, sem ter salários para pagá-las. Deixam as prestações, os empréstimos e uma porção de coisas de lado. As dívidas se tornam mais difíceis de ser quitadas. Enfim, no “mundo da bola”, as condições, que já não eram nada boas, tendem a piorar (e a possibilidade de haver melhorias é muito remota). (LEME, 2011, p. 22)

O autor também problematiza o papel da mídia na narrativa de mostrar o sucesso que foi alcançado apenas por um pequeno grupo, sem contrapor esse cenário com a realidade de mazelas pela qual passa boa parte dos sonhadores. Segundo ele, há o intuito de normatizar que a carreira é meritocrática, valorizando aqueles que demonstram talento e disposição. Entretanto, o autor pondera que, em uma realidade em que as condições de trabalho são precárias, sem garantias e com o risco iminente de fatores como lesões físicas, psicológicas e financeiras prejudicarem o desempenho em campo, a escolha de carreira não tem estabilidade e o potencial jogador precisa enfrentar os riscos do mercado futebolístico. Diante de tais fatores, Leme (2011) reflete sobre para o preparo ao fracasso para quem não alcança o nível que sonhava. Além do dano financeiro do desemprego, há uma relação entre a dignidade e o emprego, que representa a chance de o sonho continuar vivo, como fica claro na afirmação: “hoje em dia, quando um desconhecido pergunta a alguém quem ele é, a resposta não parte da religião ou da idade, mas sim, da sua profissão” (LEME, 2011, p. 68).

De acordo com Dantas (2017, p. 9), o jogador passa a ser “capital humano” e a profissão não está diretamente relacionada ao vínculo empregatício. Na realidade atual, precisa estar pronto a servir, cuidando da forma física e com treinamentos constantes, aprimorando a técnica e inteligência de jogo, em um mercado cheio de incertezas.

Com a presença constante da grande mídia, a história do futebol profissional nos grandes clubes é um recorte de privilégios de um mercado muito mais duro. Ciampa (2010) afirma que o resultado disso é uma roda que alimenta falsas expectativas de uma outra vida, em uma conjuntura que absorve a realidade social do meio:

A profissionalização desencadeou uma transformação na organização do esporte, levando-o a se tornar uma carreira profissional cobiçada e uma opção de vida para jovens habilidosos e talentosos. Atletas consagrados atualmente gozam de um destaque social como os grandes artistas e pessoas públicas. O esporte neste século deixou de ser apenas uma competição para se tornar definitivamente um espetáculo não somente entre os competidores, mas entre as empresas e laboratórios que patrocinam a competição (VALLE, 2003, p. 7 apud CIAMPA, 2010, p. 31).

Sobre a participação da mídia nesse processo, Giglio (2007) discute que apenas os pontos positivos da fama e do dinheiro são destacados, em detrimento das rotinas de treinos, viagens, distância de pessoas queridas, entre outras dificuldades. A rota do profissionalismo

envolve sacrifícios e superações e essas são mais comuns do que as regalias, os salários altos e a popularidade.

### 2.3.3 O sonho da ascensão social pelo futebol

Entre os anos de 1975 e 1976, a antropóloga Simoni Guedes conduziu uma pesquisa em uma fábrica carioca a fim de explorar o futebol como um fenômeno social de diferentes perfis de indivíduos e que, dentro do esporte, construía as próprias histórias. Os operários que declararam “gostar de futebol” constituíram o grupo de observação, com narrativas da prática esportiva ou do puro divertimento de assistir uma partida. Ter buscado a profissionalização em algum momento da vida também era parte de alguns:

É exclusivamente desses indivíduos e do significado do futebol em suas trajetórias de vida que trato aqui, pois estas nos colocam justamente o problema dos determinantes socioculturais do que seria uma trajetória operária "típica" em correlação com oportunidades visualizadas e perseguidas no "mundo do futebol" para certos indivíduos especialmente dotados. (GUEDES, 1982, p. 62)

A autora trabalha o conceito de “carreira frustrada” por meio desses recortes e, a partir disso, analisa o imaginário do sonho do futebol. Mesmo com idades muito diferentes, os desejos se manifestavam de forma semelhante em diferentes etapas da carreira. O sonho não é uma profissão apenas, mas a conquista de salários e a transformação da realidade de quem, muitas vezes, tem origem na classe trabalhadora das cidades. Bem mais recente, Giglio (2007) aponta que jogar no exterior e representar a seleção também são elementos importantes desse sonho de mudar de vida, enquanto as outras características são reafirmadas décadas depois.

Guedes destaca que o sonho de ascensão social para muitos indivíduos é de ordem coletiva, pois, muitas vezes, é uma projeção também da família e, em alguns casos, uma projeção do sonho do pai dos garotos. A expectativa, então, não passa apenas pela profissionalização, mas envolve atingir o nível da primeira prateleira da carreira nos grandes clubes. É nesse nível que as conquistas materiais, com altos salários e popularidade, é alcançada e replicada pelos meios de comunicação e, por isso mesmo, o sonho passa a ser alcançável para quem tem suas origens na classe trabalhadora (GUEDES, 1982, p. 64).

De acordo com Berger e Luckmann (2003 apud Leme, 2011, p. 116), “o indivíduo não nasce membro da sociedade; nasce com a predisposição para a sociabilidade e torna-se membro da sociedade”. Ao recapitular a relação entre futebol e sociedade discutida por DaMatta (1982)

e apresentada anteriormente neste trabalho, há uma associação entre a identidade nacional, os fatores socioculturais e como o futebol absorve tais características, pois o Brasil teria uma predisposição para formar jogadores. A dispensa de equipamentos e a capacidade de improviso, com bolas de papel ou traves de chinelo, tornam o lazer e a brincadeira muito populares e acessíveis, nos mais diferentes ambientes. Por consequência, a transfiguração de uma brincadeira acessível em uma carreira que pode mudar a situação socioeconômica daqueles indivíduos é um fator que fortalece o interesse em buscar a profissionalização como jogador (LEME, 2011, p. 118).

Mesmo com as contradições e o mundo de exceção, como indica a realidade salarial da maior parte dos jogadores brasileiros, Seda (2012) mostra que esses fatores não impedem que os jovens sonhem com a ascensão financeira pensando em melhorar as condições de vida da família. Além disso, há o apelo imagético de bens materiais que reafirmam uma realidade abastada daqueles que chegam ao auge da carreira.

Vivendo uma realidade difícil, os jovens em situação de vulnerabilidade têm dificuldades em projetar o futuro, sendo somente possível o sonho de ser jogador, sonho fácil e disponível. Qualquer estudante, qualquer desportista constrói sua “carreira” futura sobre o mecanismo que consiste em “antecipar” as satisfações (meios de vida, status social) que se supõe vão conseguir, de um modo suficientemente imaginativo e esperançoso como para lhes compensar assumir os esforços a que durante tantos anos se veem obrigados. (SEDA, 2012, p. 109)

Esse imaginário como alternativa de mudança de vida é mais claro quando colocado em perspectiva de realidades distintas. Em uma pesquisa com alunos entre 11 e 13 anos de escolas públicas e particulares de Porto Alegre, Damo (2005) identificou que a profissão de jogador de futebol é uma das mais prestigiosas para meninos de escola pública, enquanto é representativa para apenas 20% dos alunos de escolas particulares – e sequer é lembrada pelas alunas dessas instituições. A mesma pesquisa questionou também as características associadas ao jogador de futebol: para alunos e alunas das escolas públicas, “batalhador” é o termo mais lembrado; enquanto as palavras “rico” e “burro” se destacam nas avaliações dos estudantes de escolas privadas. O autor destaca que os dados não podem ser generalizados, mas representam uma amostra da imagem da carreira de jogador para diferentes realidades socioeconômicas.

Na perspectiva de Seda (2012), existem outros fatores além da melhora das condições econômicas que justifiquem o sonho. Diante de uma realidade de injustiça social, o futebol é um meio para o reconhecimento e, por meio dele, desaparece o temor de ser invisibilizado como sujeito. Com a carreira de jogador, o indivíduo pode ser respeitado, ter voz e ser digno de estima social, com um espaço de destaque dentro da sociedade brasileira e, além disso, servir de

inspiração para que outros sigam o seu caminho. Sobre esse papel, Guedes (1998, p. 73) afirma que “o jogador fala do povo e para o povo, a partir da sustentação de sua posição como alguém do povo”.

É importante notar que o sucesso no caminho como jogador de futebol é raro e atingido por poucos. O trabalho de Leme (2010) mostra que, muitas vezes, há uma “perspectiva ingênua” sobre o esporte, que é cercado por direitos negligenciados, pelo abandono dos estudos, condições precárias desde as categorias de base na formação, por salários atrasados e por um mercado de desigualdade entre a base e o topo da pirâmide. Aquilo que é a história de vida de sucesso de uns é uma exceção diante da realidade mais ampla e, mesmo aqueles que se profissionalizam, quando não chegam às condições do estrelato, passam por dificuldades para estabelecer uma vida pós-futebol, dificultando a transição para os anos futuros de uma carreira curta, que se encerra por volta dos 30 anos.

A partir da sociedade brasileira e sua relação com o futebol, considerando este um elemento forte da identidade nacional, a carreira como jogador é um sonho que reflete as desigualdades. Ciampa (2011) conclui que a identidade do atleta é marcada por metamorfoses constantes, que envolvem o dinheiro, mas, acima de tudo, o reconhecimento social. Nessa busca pelo profissionalismo, exitosamente ou não, há uma jornada de memórias que marcam o futebol como parte da identidade do indivíduo em sua história de vida.

### 3 O PODER DAS HISTÓRIAS E O RÁDIO

O filme **Boleiros** (1998), dirigido por Ugo Giorgetti, carrega diferentes aspectos da vida no futebol brasileiro a partir de um encontro entre diferentes gerações de jogadores e um ex-árbitro que, de uma mesa de bar da cidade de São Paulo, conversam sobre experiências passadas e sobre como encaram o presente, equilibrando a melancolia e a nostalgia. O racismo, a falta de oportunidades para jovens talentos em condições de vulnerabilidade social, a conexão com as origens periféricas, o deslumbramento de uma transferência ao exterior, todos esses são temas do roteiro. Apesar de ser uma obra ficcional, o filme trata de assuntos que são recortes da realidade do futebol brasileiro e, portanto, poderiam ser apresentados por meio de uma obra jornalística ou documental.

Mesmo que seja uma dramatização, a oralidade, elemento que compõe a narrativa e passa de uma história a outra por entre a memória dos personagens, poderia fazer parte de um produto sonoro e ser capaz de evocar imagens àqueles que não assistem a encenação em si, mas apenas ouvem os relatos, tal qual os demais personagens. Assim, ao criar paralelos do filme com a realidade do futebol brasileiro, conforme apresentado no capítulo anterior, é possível unir elementos narrativos para apresentar histórias de personagens reais. Ao fazer isso, há um papel do jornalismo naquilo que Traquina (2005) define como uma versão moderna dos contadores de histórias:

Poder-se-ia dizer que o jornalismo é um conjunto de histórias, histórias da vida, histórias das estrelas, histórias de triunfo e tragédia. Será apenas coincidência que os membros da comunidade jornalística se refiram às notícias, a sua principal preocupação, como histórias? Os jornalistas veem os acontecimentos como histórias e as notícias são construídas como histórias, como narrativas, que não estão isoladas de histórias e narrativas passadas (TRAQUINA, 2005, p. 21 apud KISCHINHEVSKY, 2018, p. 75)

#### 3.1 O JORNALISMO NARRATIVO

Para contar histórias de tais personagens, uma ferramenta possível é o jornalismo narrativo ou, como também é conhecido, o jornalismo literário. Sem que exista um consenso sobre o termo e suas origens, Martinez (2017, p. 25) destaca essa subjetividade ao citar a definição de Mark Kramer (1995) que se resume na expressão “*you-know-it-when-you-see-it*”, que significa “você sabe quando vê”. Ou seja, não há regras definidoras desse conceito e nem



mesmo uma certeza cronológica capaz de segmentar um início, sendo um formato ainda em processo de amadurecimento e que envolve a experiência e a percepção para entender quais são suas características.

Diante desse universo de possibilidades, há diferentes abordagens dentre estudiosos da área sobre o que seriam as características desse novo modo de produzir o jornalismo. A pesquisa de Carvalho e Evangelista (2018, p. 835) apresenta tais pontos a partir da análise de Necchi (2009, p. 103) destacando a imersão profunda e a observação como componentes desse estilo, enquanto Pena (2007, p. 48) define como a potencialização dos recursos do jornalismo para “encontrar um olhar amplo sobre o mundo”. Tais visões são complementares e mostram que é a produção desse estilo que o aproxima da literatura, e não necessariamente o resultado final. Por isso, os autores apontam que há “a necessidade de tornar o jornalismo literário não como um gênero aprisionado entre o jornalismo e a literatura, mas como uma terceira via capaz de percorrer brechas e desvios independentes” (CARVALHO e EVANGELISTA, 2018, p. 837).

Pena (2006, p. 7) indica que uma das bases do jornalismo narrativo é “ultrapassar os limites do acontecimento cotidiano”. Isso significa que o valor da história a ser contada e produzida se apoia mais em outras questões que chamam a atenção do leitor-consumidor, indo além da discussão sobre a temporalidade e a urgência de acontecimentos recentes. Outro ponto destacado pelo autor é o exercício da cidadania a partir da prática jornalística, isto é, a abordagem como fator que contribui à formação do cidadão e ao bem comum, o que é chamado de “espírito público”.

No século XX, houve um movimento de globalização da notícia com o fortalecimento da imprensa, que foi impulsionada com o clima bélico que esteve presente em diferentes períodos nesta época (KISCHINHEVSKY, 2018). Assim, o pesquisador afirma que a notícia passa a ser vista como um produto isento que trabalha pela informação pública, orientada por grandes veículos e práticas dogmáticas de seus manuais de redação: “O jornalismo aspira a ser conhecimento científico, buscando constituir um campo disciplinar, organizando-se não só como atividade profissional, mas também como saber acadêmico. Distancia-se, assim, da literatura, que foi sua principal referência até a virada do século XIX para o XX” (KISCHINHEVSKY, 2018, p. 75).

Já num momento seguinte de transição, há uma recuperação da ideia do jornalismo como uma ferramenta narrativa para produzir e publicar reportagens especiais, com profundidade,

interesse humano e, por vezes, até trabalho investigativo profundo. Segundo o sociólogo Erik Neveu, existem algumas características desse trabalho:

- Pratica longas e aprofundadas investigações, às vezes de extremo risco (como o "jornalismo de imersão" de um repórter que passou meses acompanhando um pelotão de soldados americanos no Afeganistão);
- Combina objetividade, a factualidade de cenas e ações, com uma grande atenção à dimensão subjetiva da experiência e aos sentimentos dos atores dos eventos;
- Mobiliza ferramentas emprestadas das ciências sociais e humanas (muitos destes jornalistas estudaram História, Antropologia, Sociologia, importando técnicas de coleta de dados, entrevista e observação e recorrendo a fontes acadêmicas selecionadas a partir de revistas científicas); e
- Produz reportagens que são profundamente narrativas, contam histórias, solucionam quebra-cabeças, levam os leitores pelos bastidores do mundo social, organizando um sofisticado elenco de personagens (NEVEU, 2014, p.538 apud KISCHINHEVSKY, 2018, p. 76).

Quanto à intersecção com as ciências sociais, Carvalho e Evangelista (2018, p. 830-838) traçam um paralelo entre as atividades da antropologia e do jornalismo narrativo. Eles apontam as semelhanças entre a imersão e a conexão que é construída com os interlocutores (personagens ou fontes) e em que, de formas distintas, há um trabalho baseado na “reflexão sobre as maneiras de ver, vivenciar e compreender a vida comum. [...] Ambos produzem conhecimento a partir do contato, da experiência comunicativa” (2018, p. 837). Dessa reflexão, define-se que “tanto jornalistas literários quanto antropólogos operam seu trabalho sendo coletores do cotidiano” (CARVALHO e EVANGELISTA, 2018, p. 836).

A relação entre as áreas da Comunicação e das Ciências Sociais é reafirmada por Martinez (2017) ao analisar o trabalho do jornalista estadunidense Robert Park, um entusiasta dos trabalhos de imersão, que explorava as “tensões, osmose e entropias” da interação entre as pessoas no espaço urbano de Chicago. De acordo com a autora, até mesmo a Psicologia pode ser um fator relevante da leitura do indivíduo e do espaço social, independentemente da consciência sobre tais aspectos. Desse modo, o jornalismo vincula-se a algo além do simples relato imparcial dos acontecimentos e conecta-se com a participação na sociedade e o pertencimento identitário. Por essa razão, o trabalho do jornalista na interpretação da realidade passa a ser uma atividade multidisciplinar:

[...] podemos compreender o Jornalismo Literário do século XXI como a modalidade de prática jornalística que emprega métodos de captação e observação da

realidade das Ciências Sociais, área onde o jornalismo se insere. Uma vez selecionados, esses dados, ressignificados a partir da experiência do profissional, são redigidos com técnicas provenientes da literatura com o objetivo de criar um relato não-ficcional envolvente, que permita a compreensão aprofundada do tema. (MARTINEZ, 2017, p. 30).

O desenvolvimento do jornalismo narrativo enquanto gênero passou a compreender uma apuração aprofundada de informações que pode resultar em formas de reconstituição dos fatos, cenas e ambientes em diferentes linguagens (KISCHINHEVSKY, 2018, p. 79). Uma delas é o rádio, capaz de utilizar outras ferramentas para provocar sentimentos no espectador por meio de sensações subjetivas, mas que também constrói uma narrativa baseada em relatos, descrições ricas e papel mais aproximado do jornalista, tal qual um personagem participativo buscando respostas.

### 3.2 A LINGUAGEM RADIOFÔNICA

Ao refletir sobre a existência de uma linguagem específica no rádio, Balsebre (2005, p. 327) diz que “o rádio é um meio de comunicação, difusão e expressão que tem duas metas importantes: a reconstituição e a criação de um mundo imaginário e fantástico, ‘produtor de sonhos para espectadores perfeitamente despertos’”. Já para Ferraretto (2014, p. 30), há a percepção de que é “erro comum entre leigos a redução do rádio à oralidade”, o que pode acontecer devido à uma associação mais direta aos formatos de conteúdo predominantemente baseados na fala. Todavia, há uma combinação de outros elementos que se comunicam e criam uma linguagem mais rica.

Há a perspectiva de que o processo de comunicação acontece de forma interna ao ouvinte e depende de uma conexão entre o emissor e o receptor, e tal conexão varia de acordo com a identidade de cada uma das partes. De acordo com Ferraretto (2014, p. 31), “quem produz o conteúdo radiofônico e quem está apto a recebê-lo precisam compartilhar um campo de experiências comuns”. Existem particularidades das mais diferentes ordens que impactam na assimilação de um mesmo conteúdo para públicos distintos, envolvendo elementos sociais e culturais da linguagem (BALSEBRE, 1994, p. 19 apud FERRARETTO, 2014, p. 31).

A linguagem radiofônica é então uma combinação de elementos sonoros e não sonoros representados pela palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio. Para cada um destes, a significação entre emissor e receptor terá influência de recursos técnicos da reprodução sonora

e tudo que forma a percepção individual dos ouvintes, por memórias ou pela imaginação de cada um (BALSEBRE, 2005, p. 329).

A palavra falada, ou a voz, não seria limitada ao significado formal e pode carregar diferentes fatores expressivos a depender da emissão, sendo elementos de interpretação subjetiva. Intensidade, volume, intervalos e ritmo são alguns destes (ARNHEIM apud BALSEBRE, 2005, p. 331). A partir da combinação destes elementos é possível construir uma “relação de empatia e identificação” com os ouvintes.

A música, outro elemento da linguagem radiofônica, pode aparecer de duas formas: quando atua como parte e propósito da própria programação, isto é, um programa musical e que tem por finalidade transmitir músicas como produto de consumo, por arte ou entretenimento; ou como uma linguagem que complementa a mensagem dentro do veículo rádio (MARTÍNEZ-COSTA; UNZUETA, 2005, p. 50 apud FERRARETTO, 2014, p. 33). Segundo Balsebre (2005, p. 333), a música, enquanto estética de um produto radiofônico, poderia assumir uma função expressiva, capaz de criar uma atmosfera sonora; ou função descritiva, que seria a ambientação no espaço. De toda forma, são essas características que associam a música com imagens pré-estabelecidas e criam uma relação afetiva com o ouvinte.

A subjetividade do som assimilado de forma separada de um estímulo visual é que cria uma “visualização” subjetiva de um ambiente a partir de determinadas características. Os efeitos sonoros são, desse modo, uma realidade de referência em que o som ambiente é uma assimilação reconstituída pelo ouvinte a partir dos estímulos sonoros, como analisa Balsebre (2005, p. 336). De acordo com o autor, o efeito sonoro teria quatro funções distintas: a ambiental, a expressiva, a narrativa e a ornamental, que não são necessariamente complementares e nem mesmo excludentes, sendo ferramentas com objetivo de conectar-se com o ouvinte.

Por fim, o silêncio é um elemento da mensagem radiofônica como parte da construção da mensagem a partir do contraste de sequências de silêncio/som/silêncio, como mostra Balsebre (2005, p. 334). Especialmente como ferramenta de conexão com o ouvinte e condução de narrativa é que o silêncio se sobressai, pois “potencializa a expressão, a dramaticidade e a polissemia da linguagem radiofônica, delimita núcleos narrativos e psicológicos e serve como elemento de distância e reflexão” (GOLIN, 2010, p. 764 apud FERRARETTO, 2014, p. 35).

A partir de todos esses elementos, é possível iniciar um processo de construção e montagem de um material sonoro que se molda às intenções comunicativas de forma autoral. É

esse processo que opõe a realidade radiofônica e a realidade material, sendo “a realidade radiofônica ‘mais real’ que o ‘real’”, por ser capaz de manipular as emoções do ouvinte (BALSEBRE, 2005, p. 335). Diante das possibilidades, conclui que “apesar da linguagem no rádio ser uma representação artificial da realidade, ela provoca uma emocionante e intensa ‘vivência real’” (idem, p. 336).

### 3.3 HISTÓRIAS CONTADAS EM PODCAST

Apesar de parecer uma associação simples entre o rádio e o podcast, Kischinhevsky (2018, p.76) aponta que, como um formato de mídia mais recente, o podcast era entendido como “essencialmente não-radiofônico” por uma linha de pesquisadores durante os primeiros anos depois do seu surgimento, pois não compreendia a transmissão contínua e em tempo real do rádio como elementos de sua produção. Contudo, uma visão diferente é apresentada por Ferraretto (2007) ao entender o rádio como uma linguagem, expandindo o conceito relacionado exclusivamente ao modelo tecnológico e às ondas eletromagnéticas.

O podcast é definido como “modalidade de rádio sob demanda, em que o internauta pode baixar os arquivos de áudio para o seu computador ou tocador multimídia” (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2011, p. 177). Sobre o podcast, pode-se destacar que é “usualmente objeto de estudos sob o prisma da inovação em educação ou de um ativismo midiático, sinal de um suposto empoderamento da audiência” (KISCHINHEVSKY, 2018, P. 75). Isto é, a partir das condições acessíveis para a produção e o alcance do público, há uma emancipação do ouvinte que o torna mais independente dos grandes grupos da mídia hegemônica.

Apesar desse ambiente favorável para ampliar um processo midiático mais horizontal e integrado entre a audiência e os produtores de conteúdo, em que chegam a inverter papéis em diferentes momentos. Ao refletir sobre o comportamento do indivíduo como consumidor, Jenkins (2006) analisa a transformação cultural dos espectadores:

Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. [...] A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros (JENKINS, 2006, p. 28).

Por essa perspectiva, Cunha e Matello (2014, p. 58) afirmam que o formato permite o crescimento do número de pessoas que buscam histórias que entreguem um sentimento de identidade. Mesmo que existam estruturas narrativas, a história deve provocar reações e sentimentos em quem ouve a partir da apresentação de conflitos – é essa carga emocional que diferencia o formato narrativo de uma linguagem voltada apenas para fins informativos. Para que isso aconteça, com uma mensagem que possa fortalecer essa conexão, é utilizada a técnica de *storytelling*, que veremos no tópico seguinte.

### 3.3.1 A técnica do *storytelling*

Lindgren (2020) discute a existência de um movimento em que o jornalismo narrativo encontra, nas possibilidades do meio sonoro, uma oportunidade de se conectar com as audiências de forma mais íntima e personalizada. A autora, ao analisar a obra de Rosalind Coward (2013), reflete sobre a evolução do jornalismo narrativo que teve seu auge nas décadas de 1960 e 1970 até chegar a um novo formato de fascínio pela simplicidade da vida cotidiana em oposição aos grandes acontecimentos globais, especialmente, ao destacar que: “A vida emocional interior, o oposto dos assuntos considerados como jornalismo propriamente dito” (COWARD, 2013, p. 8 apud LINDGREN, 2020, p. 114).

A tradução mais literal do termo *storytelling* seria algo como “contação de histórias”, porém este é um termo que está associado com atividades de incentivo à leitura infantil no Brasil. Para que se tenha clareza do seu significado, podemos recorrer à definição de Cogo:

Estruturação de pensamento e de um formato de organização e difusão de narrativas, por suportes impressos, audiovisual ou presencial, com base nas experiências de vida próprias ou absorvidas de um interagente – ou ainda por relatos ficcionais, derivando daí relatos envolventes e memoráveis. (COGO, 2012, p. 135 apud VIANA, 2020, p. 289)

Por essa definição, percebe-se que o *storytelling* é uma técnica realizável para qualquer meio que envolva alguma narrativa. Também é importante marcar uma diferenciação entre *storytelling* e o estilo de Novo Jornalismo, com reportagem longa voltada aos impressos e que também ultrapassa a barreira do jornalismo, indo da redação publicitária até as apresentações de propostas profissionais, entre outras aplicações (CUNHA; MANTELLO, 2014, p. 60). Este trabalho deter-se-à a sua utilização a partir da linguagem radiofônica e o papel do radiojornalismo.

Na análise de Kischinhevsky (2008, p. 79-80), uma das principais características que diferencia o radiojornalismo narrativo do radiojornalismo informativo é a função assumida pelo texto. Na fugacidade do radiojornalismo informativo, principalmente nas origens hertzianas, há uma constante repetição de informações para ter relevância aos ouvintes que chegam no meio de um programa, um cenário possível na relação com audiência. Quando isso é levado ao podcast, há uma diferença grande pelo interesse total do ouvinte que se inicia no momento do download do episódio e, a partir desse ponto, estará aberto à construção de uma narrativa que visa provocar sentimentos e se conectar com o ouvinte.

O que diferencia uma reportagem ou documentário de um podcast que faça uso do *storytelling*, mesmo que com a mesma pauta, é a forma de construir uma narrativa que cumpra a função de aproximar a audiência, que se sente atraída pela história e fica imersa no que está ouvindo a partir de uma montagem de elementos da linguagem radiofônica que funcionam em sintonia (KISCHINHEVSKY, 2018). Na visão de Cunha e Mantello (2014), outras ações são essenciais: a humanização do relato jornalístico, utilizando histórias complementares; o indicativo de paralelos narrativos ou elementos não-essenciais; e a humanização dos personagens, para que possam provocar a identificação daqueles que acompanham a história.

Essas qualidades são reafirmadas pela análise de Lindgren (2020), que cita outros estudos para mostrar que a linguagem radiofônica focada em histórias confessionais, íntimas e pessoais, direciona para uma assimilação sentimental entre personagens e ouvintes (CRISELL, 2006; TACCHI, 2002). A autora ressalta que não é difícil entender a visão de James Tierney, que associa a experiência do ouvinte como um integrante de uma conversa entre amigos, ou um observador próximo do acontecimento conhecido, e destaca o papel do fone de ouvido como responsável pelo que define como “atomização da experiência”, um elemento que dificulta o compartilhamento de experiências com outras pessoas (LINDGREN, 2020, p. 119).

Quanto à estrutura de um podcast narrativo, Rosenthal (2016) reitera que não existe uma opção única, mas sim diferentes abordagens que podem funcionar melhor de acordo com o objetivo e com os elementos conhecidos da história. O formato apresentado pelo autor e utilizado no presente trabalho é o formato “e”: “Geralmente, você começa uma história em um ponto da linha do tempo em que uma cena prende a atenção dos ouvintes e apresenta-os sobre o que é a história” (ROSENTHAL, 2016, tradução nossa). Isto é, o formato inicia a narrativa com um ponto de atenção, volta na linha do tempo para contextualizar até reencontrar o começo e ser possível concluir a narrativa com mais elementos.

Para o total controle da condução da narrativa, aqueles que trabalham na produção de podcasts (conhecidos como podcasters) acumulam outras funções, como a apresentação e edição (CARVALHO, 2014 apud FERNANDES; MUSSE, 2017, p. 7). Nessas condições, o podcaster é também personagem e aproxima-se da história que conta e, assim, consegue transmitir essa presença ao ouvinte. O uso da primeira pessoa, verbalizando descrições, sentimentos e até mesmo as opiniões pessoais, enriquece a narrativa indo além da capacidade jornalística factual e cria uma intimidade para que o ouvinte participe das etapas da narrativa (KISCHINHEVSKY, 2018, p. 79).

Por fim, é possível assumir o papel do jornalista/podcaster como responsável por buscar e conhecer histórias que sejam relevantes, tanto aos personagens que terão espaço para a própria voz, quanto aos ouvintes. Em momento posterior, o podcaster torna-se um “contador” dessas histórias e terá à disposição os instrumentos da linguagem radiofônica para utilizar em sua produção, de forma que possa criar uma realidade ainda mais interessante e construir uma narrativa coesa, fluída e que desperte interesse, sentimentos e sensações do seu início até a sua conclusão



## 4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho trata-se da produção de um piloto de podcast, em formato narrativo, utilizando a técnica de *storytelling*, focado em contar histórias de personagens reais que buscaram o futebol como carreira e, por algum motivo, não alcançaram o primeiro nível do esporte. A escolha do tema se guiou em oferecer um espaço de destaque para valorizar a trajetória de indivíduos que lutaram por um sonho popular do Brasil e que fazem parte da estatística negativa, de insucesso, que não tem tanto espaço na narrativa da mídia hegemônica.

A inspiração tem origem no próprio hábito individual de consumo de conteúdo e que mistura podcasts de futebol, como o **Trivela** e o **Baião de Dois**, e também os narrativos, como o **Projeto Humanos** e o **37 Graus**. Desse modo, a proposta seria em trazer histórias diferentes daqueles presentes nos grandes veículos de mídia quando tratam do futebol, ao mesmo tempo em que faria uma abordagem num formato narrativo que se diferencia de tantas mesas-redondas já existentes.

Sem definição de título, o projeto foi iniciado buscando referências dentro do próprio círculo social, aproveitando-se de um senso comum de que muita gente conhece alguém que tentou ser jogador. Após um primeiro filtro nas histórias e nas disponibilidades das indicações para as conversas, alguns convites para entrevistas foram feitos, conforme detalhado adiante.

### 4.1 PROJETO EDITORIAL

O presente projeto tem como público-alvo homens e mulheres, entre 18 e 45 anos, com ensino superior completo ou em andamento, que demonstrem algum interesse por futebol ou esportes em geral, além de histórias relacionadas aos elementos de formação da identidade nacional. Apesar disso, não há necessidade de conhecer profundamente o futebol para acompanhar as histórias contadas. Para contextualizar, as sonoras e também os trechos de narração externos à entrevista serão complementares ao ouvinte.

Não houve um nome definido antes do processo de pesquisa e entrevistas, considerando que já existem muitas expressões batidas e que, eventualmente, já se encontram em uso por outros produtos ou canais. Por exemplo, os termos “Contra-Ataque” ou “Tabelinha”, não estavam disponíveis e foram eliminados.

Entretanto, uma das histórias que surgiram na pesquisa envolve a produção de um álbum de figurinhas no futebol de várzea da cidade de São Paulo, na década de 1960, num momento

de transição para o futebol profissional no Brasil. Principalmente nesta época, ainda longe da internet ser um bem comum, o álbum de futebol era uma importante fonte para conhecer elencos e jogadores dos clubes.

A expressão escolhida para o título, **“Pra Completar o Álbum”**, tem por referência o que é usado por colecionadores de figurinhas, especialmente, aquelas menos conhecidas e difíceis de encontrar, como um argumento motivador para conquistar uma figurinha ausente na coleção. Ora, se é “pra completar o álbum”, há mais abertura para negociar e conhecer novas histórias de vida, que encontram um pequeno recorte estampado nos cromos.

Por essa linha, também se definiu a identidade visual e a capa do episódio piloto criada por Gustavo Jacomini. O álbum com figuras conhecidas da seleção brasileira de futebol, mas com ausências nas páginas, compõe o fundo de uma imagem com o título do programa em destaque em primeiro-plano.



Figura 1 - Capa do podcast

#### 4.1.1 Recursos utilizados

Em relação à estrutura do programa, foram feitas gravações de apoio como narração e também a utilização de sonoras retiradas de canais de transmissão de jogos para informações adicionais e contextualização da narrativa. Arquivos de emissoras de rádio e televisão são fontes importantes de material para as sonoras utilizadas. Para os trechos com trilha sonora, foi

utilizada como fonte o **Youtube Audio Library**<sup>3</sup> e selecionadas faixas livres para uso não comercial, baixadas em formato MP3.

A gravação pode ser feita de duas formas: presencialmente, com gravação em dois aparelhos diferentes, sendo um celular Motorola G8 Power utilizando o aplicativo ASR Gravador de Voz e um tablet iPad utilizando o aplicativo de gravador de voz nativo do aparelho. Em caso de gravação remota, via chamada pela internet, será utilizada a plataforma **Zencastr**<sup>4</sup> para a chamada e também *backup* local para o convidado e o entrevistador, utilizando o aplicativo de gravação de áudio da preferência individual, considerando maior qualidade quando possível fazer a gravação em formato WAV.

Quanto à utilização de software, no processo de ajustes dos níveis de áudio das gravações, foi utilizado o **Levelator**<sup>5</sup>. Para edição final e composição do produto, a ferramenta escolhida foi o editor **Reaper**<sup>6</sup>, software de utilização livre.

#### 4.1.2 Publicação e divulgação

Devido ao trabalho de produção, pesquisa e edição mais aprofundados neste formato, a proposta de periodicidade de publicação de novos episódios será mensal. Há também a possibilidade de publicações quinzenais, considerando uma dinâmica de lançamento de episódios por temporada, intercalando um período focado em uma produção mais longa, com um calendário de lançamentos de novos episódios. A duração de cada episódio deve variar entre 30 e 40 minutos, de forma a não durar mais do que um tempo de uma partida de futebol, o que possibilita ser consumido durante um percurso para o trabalho ou atividade doméstica, sem a necessidade de interrupções para continuar num momento diferente. Essa questão é importante para o consumo do conteúdo, considerando a influência do ritmo para contar as histórias e criar conexão com o ouvinte.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/audiolibrary>

<sup>4</sup> Disponível em: <https://zencastr.com/>

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.conversationsnetwork.org/levelator>

<sup>6</sup> Disponível em: <https://www.reaper.fm/>

O lançamento dos programas periódicos do **Pra Completar o Álbum** será feito a partir da plataforma **Anchor**<sup>7</sup>, um serviço de distribuição de programas de áudio de forma gratuita. Apesar do formato podcast estar associado com a distribuição por feed, é possível que isso seja feito diretamente nas plataformas de agregadores de conteúdo, como são o Spotify, Castbox, Apple Podcasts e Google Podcasts, algumas das mais populares do mercado. É necessário que exista um título para o episódio, uma descrição textual, a peça visual de capa e uma data de publicação definida. No caso de lançamento, deve ser considerado um prazo maior (trabalhar-se-á com 15 dias de antecedência) para que o programa seja aprovado nas devidas plataformas de agregadores.

Para divulgação do programa, inicialmente, será utilizada apenas a rede social **Instagram**<sup>8</sup> para apresentar o projeto, promover um lançamento oficial e informar os ouvintes sobre novas edições e outras novidades. Devido à periodicidade, para manter a produção de conteúdo e engajamento, podem ser lançados *teasers* em formato de vídeo, fotos ou imagens com informações de destaque, realçando trechos e temas do episódio que tenham potencial de chamar atenção da audiência. Para cada episódio, serão utilizadas *hashtags* relacionadas ao tema como forma de alcançar mais pessoas.

Após a publicação de cada edição, materiais complementares podem ser apresentados como forma de expandir a compreensão da história, direta ou indiretamente. O público poderá interagir, comentando episódios e enviando sugestões de histórias para edições futuras. O impulsionamento em campanhas pagas para perfis com interesses relacionados ao público-alvo, incentivar o compartilhamento do conteúdo nos agregadores com marcação do perfil e divulgações trocadas com outros programas são formas de atingir novos ouvintes e expandir a audiência.

#### 4.1.3 Viabilidade do projeto

Para que os episódios sejam mais acessíveis a outras pessoas que não estão habituadas com o formato podcast, além de melhorar o posicionamento da marca **Pra Completar o Álbum** nos mecanismos de busca será produzido um site com o domínio [www.pracompletaralbum.com.br](http://www.pracompletaralbum.com.br), que está em processo de registro. O conteúdo do endereço deve incluir a apresentação da proposta do programa, histórico de episódios com descrição e

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://anchor.fm/>

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/>

transcrição, bem como o link para a rede social mencionada. Um formulário de contato, para envio de críticas, perguntas e sugestões também deve ser adicionado.

Outro elemento importante do site é o direcionamento e apresentação de uma forma de apoio para viabilizar o projeto. A escolha é pelo modelo de financiamento coletivo, utilizando a plataforma **Apoia.se**<sup>9</sup>, reconhecida no meio de produtores de podcast como a já citada **Central 3** e o **Braincast**, por exemplo. Faixas de R\$ 2,00 e R\$ 5,00 são uma forma mais simples de iniciar o projeto e torná-lo acessível enquanto busca ampliar o público. O financiamento pode ter como recompensas ao público acesso a conteúdo exclusivo ou antecipado, bem como sorteios periódicos de brindes relacionados ao tema do programa. Essa modalidade tem importância para o fortalecimento da mídia, custear eventuais despesas de produção e garantir a melhoria contínua na qualidade do podcast com novos equipamentos.

Vale destacar que, nos temas de *storytelling* e futebol, não existe nenhum outro produto semelhante que tenha destaque no meio conhecido como *podosfera*. A maioria dos principais programas relacionados ao esporte possuem formato de mesa-redonda, focando nas discussões presentes no esporte. Entre as poucas exceções, podemos citar o **Meu Time de Botão**, que conta histórias de times e atletas que marcaram época - mas, ainda assim, atletas com carreiras reconhecidas.

## 4.2 PROGRAMA PILOTO

A história que foi referência para este programa-piloto teve como entrevistado Hugo Maschieto Vidotti, 33, nascido em Araguari-MG e família natural de Pedrinhas Paulista - SP (oeste do estado, 484 km da capital). Casado desde 2010, é pai de dois meninos, um de 3 anos e outro de 8 anos. Formado em Engenharia de Produção, trabalha na empresa Jacto Agrícola na área de desenvolvimento de produtos. Por conta do emprego, atualmente, reside em Pompeia - SP.

O contato com o ele aconteceu a partir da indicação de um amigo em comum, que trabalha na mesma empresa que o entrevistado e que o conhecia dos jogos de futebol promovidos para a equipe da empresa. Após intermediação, o Hugo foi contatado pela primeira vez no dia 20 de outubro de 2020 e sua entrevista agendada, que serviu de material para o episódio piloto no dia 28 de outubro de 2020.

---

<sup>9</sup> Disponível em: <https://apoia.se/>

Por conta da distância entre entrevistado e entrevistador (Pompeia/SP – Maringá/PR; 335 km), a entrevista pessoalmente seria de difícil realização. Além disso, por conta das restrições sanitárias causadas pela pandemia do novo coronavírus, essa possibilidade foi ainda menos viável.

Desse modo, a entrevista foi realizada remotamente pela plataforma **Zencastr**, que é própria para gravações em áudio de alta qualidade para produção de podcasts e que permite a gravação em faixas de áudio separadas. O entrevistador e o entrevistado também fizeram gravações locais com os aparelhos celulares, utilizando o aplicativo **Gravador de Voz – ASR**. A entrevista teve duração de 1 hora e 35 minutos. Pelo **Zencastr**, o arquivo da gravação foi em formato MP3, enquanto pelo **ASR** foi possível salvar em formato WAV.

Alguns dias antes da conversa, o entrevistado enviou mensagens contando um breve resumo da sua história. Isso permitiu que fosse feita pesquisa complementar para preparação do roteiro, mas, ainda assim, algumas questões foram improvisadas de acordo com as respostas dadas pelo entrevistado durante a entrevista.

Apesar do roteiro prévio para algumas perguntas, a construção final do produto foi feita a partir da análise da entrevista, destacando e recortando trechos de maior destaque. Quanto à estrutura, foi utilizado o formato “e”, colocando uma informação de destaque no início e elementos de contextualização antes da continuidade da história, que é, neste caso, a trajetória de Hugo Vidotti como aspirante a goleiro profissional de futebol.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto **Pra Completar o Álbum** encontra um caminho no qual seja possível unir uma mídia em ascensão no gosto do público brasileiro, que é o podcast, com elementos de congruência com a identidade nacional, no caso o futebol e as histórias de sonhos, dificuldades e batalhas dos personagens. Assim, busca-se criar uma identificação dos ouvintes com o paralelo de “alguém que queria ser jogador”, um personagem popular que todos conhecem.

No papel de autor e produtor, há uma conexão com o papel social do jornalismo em ser mais do que apenas um “relator” dos acontecimentos, notícias e pautas efêmeras, alcançando a liberdade de buscar, apresentar e contar histórias de pessoas que estão fora do radar da imprensa hegemônica e grandes veículos.

Durante a fase de pesquisa para fundamentação teórica deste trabalho, foi possível notar a evolução do futebol como objeto de pesquisa e discussão na Academia, passando pelas Ciências Sociais, Comunicação, Psicologia Social e, claro, os aspectos táticos dentro do próprio campo de jogo. A intersecção entre os campos de estudos do futebol é um tema com potencial a ser explorado na Comunicação num contexto de mudanças mais rápidas e dinâmicas. As motivações para a carreira de jogador, a conexão das instituições políticas com os cartolas, ou mesmo o potencial midiático de um jogador com direitos de imagem (como *influencer* de redes sociais ou personagem de videogame) são possibilidades de ramificações deste trabalho.

Em seu objetivo central, o **Pra Completar o Álbum** assume um ativismo midiático ao entregar uma combinação de formatos que não tem projeção no mercado de podcasts e, ao mesmo tempo, oferecer um espaço para que diferentes personagens do mundo do futebol possam ganhar um momento para compartilhar suas histórias de sonhos, mesmo que suas trajetórias tenham tomado caminhos diferentes e fora dos campos, à margem da projeção midiática dos principais clubes.

Nesse ponto, o objetivo foi alcançado neste episódio-piloto ao encontrar um personagem com uma história rica de envolvimento com futebol, com notável carinho pelo esporte e o orgulho pela própria trajetória, a qual é capaz de encontrar paralelos que conectam o ouvinte com a narrativa contada.

Um importante fator desta responsabilidade social do jornalista neste caso é ir além do compromisso com o público apenas, mas também com o próprio entrevistado. Ter a responsabilidade de contar a história de outra pessoa é um desafio enorme, e espera-se que essas trajetórias possam servir de inspiração para aqueles que lutam por um futuro melhor, sem as ilusões acríticas dos percalços que envolvem essa escolha.

Mesmo quando não for possível alcançar o estrelato e ter a realização plena do sonho, a consciência social sobre a própria vida e sobre a relação com o futebol constrói uma narrativa rica a respeito da identidade nacional do brasileiro.



## REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Fatima Martin Rodrigues Ferreira. O futebol nas fábricas. **Revista USP**. São Paulo, v. 22, p. 102-109, 1994.
- BALSEBRE, Armand. A linguagem radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do rádio: textos e contextos**. Insular, 2005. p.327-336.
- BOLEIROS – ERA UMA VEZ O FUTEBOL. Direção: Ugo Giorgetti. Brasil. Paris Filmes, 1998. DVD.
- CALDAS, Waldenyr. Aspectos sociopolíticos do futebol brasileiro. **Revista USP**. São Paulo, v. 22, p. 41-49, 1994.
- CARVALHO, Beatriz G.; EVANGELISTA, R. A. Coletores do Cotidiano: o jornalista literário, o antropólogo e suas idas ao campo. **Brazilian Journalism Research**, v. 14, p. 832-849, 2018.
- CIAMPA, Antonio da Costa; LEME, Clodoaldo Gonçalves; SOUZA, Renato Ferreira de. Considerações sobre a formação e transformação da identidade profissional do atleta de futebol no Brasil. **Diversitas**. Bogotá, v.6, n.1, p. 27-36, 2010.
- CUNHA, Karenine Miracelly Rocha da; MANTELLO, Paulo Francisco. Era uma vez a notícia: storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos. **Revista Comunicação Midiática**, v. 9, n. 2, maio-ago. 2014, p. 56-67.
- DAMATTA, Roberto. **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- DAMATTA, Roberto. **A bola corre mais do que os homens**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- DAMO, Arlei Sander. O espetáculo das identidades e das alteridades: as lutas pelo reconhecimento no espectro do clubismo brasileiro. In: CAMPOS, Flavio de; ALFONSI, Daniela (org.). **Futebol objeto das ciências humanas**. São Paulo: Leya, 2014. p. 23-55.
- DANTAS, Marina de M. Sobre o descarte e o desemprego de jogadores em tempos de futebol sustentável. **Ludopédio**, v. 96, p. 1, 2017. Disponível em: <<https://www.ludopedio.com.br/arquibancada/descarte-e-o-desemprego-de-jogadores/>>. Acesso em: 12 set. 2020.

DERVICHE, André. Além das quatro linhas: o que o futebol nas periferias tem a dizer à sociedade. **Trivela**, 2020. Disponível em: <<https://trivela.com.br/alem-das-quatro-linhas-o-que-o-futebol-nas-periferias-tem-a-dizer-a-sociedade/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

FERNANDES, Laís Cerqueira; MUSSE, Christina Ferraz. Podcasts e a Cultura Digital: Estratégias Para Contar Histórias em uma Narrativa Convergente. In: **CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE** (Intercom Sudeste), 22.; DT COMUNICAÇÃO MULTIMÍDIA, 2017, Volta Redonda. Anais...Volta Redonda: Intercom, 2017.

FERRARETTO, L. A. **Rádio** - teoria e prática. 1. ed. São Paulo: Summus, 2014.

FERRARETTO, L. A.; KISCHINHEVSKY, M. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. **Revista FAMECOS**, v. 17, n. 3, p. 173-180, 5 jan. 2011.

FRANCO JUNIOR, Hilário. Brasil, país do futebol?. **Revista USP**. São Paulo, n.99, p.45-56, 2013.

GIGLIO, Sérgio Settani. **Futebol**: mitos, ídolos e heróis. 2007. 162 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) - Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

GIGLIO, Sérgio Settani; SPAGGIARI, Enrico. A produção das ciências humanas sobre futebol no Brasil: um panorama (1990-2009). **Revista de História**. São Paulo, n. 163, p. 293-350, 2010.

GUEDES, Simoni Lahud. Discursos autorizados e discursos rebeldes no futebol brasileiro. **Esporte e Sociedade**. Niterói, n. 16, 2010/2011.

GUEDES, Simoni Lahud. **O Brasil no campo de futebol**: estudos antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro. Niterói: EDUFF, 1998.

GUEDES, Simoni Lahud. Subúrbio: celeiro de craques. In: DAMATTA, R (org.). **Universo do futebol**: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Edições Pinakotheke, 1982.

GUTERMAN, Marcos. Médici e o futebol: a utilização do esporte mais popular do Brasil pelo governo mais brutal do regime militar. **Projeto História**. São Paulo, v.1, n.29, p.267-280, 2004.

HELAL, Ronaldo. Futebol e comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil. **Comunicação Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 8, n. 21, p. 11-37, 2011.

IMPACTO do Futebol Brasileiro. **CBF**, 2019. Disponível em: < <https://www.cbf.com.br/a-cbf/informes/index/cbf-apresenta-relatorio-sobre-papel-do-futebol-na-economia-do-brasil>>.

Acesso em: 22 set. 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2013.

KISCHINHEVSKY, M. Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, v. 5, n. 10, p. 73-80, 2018.

LEME, Clodoaldo Gonçalves. **O futebol como estratégia de ascensão na sociedade de risco: o atleta "sem clube" e sua Identidade**. 2011. 257 f. Tese (Doutorado em Psicologia) - Faculdade de Ciências Humanas e da Saúde, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011.

LINDGREN, Mia. Jornalismo narrativo pessoal e podcasting. Tradução: Gustavo Ferreira. **Radiofonias** — Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 112-136, jan./abr. 2020.

MAGRI, Diogo. A febre dos podcasts sobre futebol preenche lacunas e atrai pesos pesados. **El País**, 2020. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2019/09/06/deportes/1567791870\\_828276.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/09/06/deportes/1567791870_828276.html)>. Acesso em: 13 set. 2020.

MARTINEZ, Monica. Jornalismo Literário: revisão conceitual, história e novas perspectivas. **Intercom**, Rev. Bras. Ciênc. Comun. [online]. 2017, vol.40, n.3, pp.21-36.

MASCARENHAS, Gilmar. **Entradas e Bandeiras: a conquista do Brasil pelo futebol**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2014.

PENA, Felipe. O jornalismo literário como gênero e conceito. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006.

PIRES, Breiller. Desempregados da bola tentam driblar a crise de uma quarentena sem futebol. **El País**, 2020. Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/esportes/2020-05-31/desempregados-da-bola-tentam-driblar-a-crise-de-uma-quarentena-sem-futebol.html>>. Acesso em: 13 jul. 2020.

PLURI CONSULTORIA. O Calendário do Futebol Brasileiro. 2020. Disponível em: <<https://www.pluriconsultoria.com.br/a-utilizacao-do-calendario-em-2019/>>. Acesso em: 13 jul. 2020.

PODPESQUISA 2019 – 2020. Análise & Resultados. 2020. Disponível em: <<http://abpod.org/podpesquisa>>. Acesso em: 12 Novembro 2020.

RAIO-X do futebol: salário dos jogadores. **CBF**, 2016. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/a-cbf/informes/index/raio-x-do-futebol-salario-dos-jogadores>>. Acesso em: 22 set. 2020.

RAMOS, R. **Futebol: ideologia do poder**. Petrópolis: Vozes; 1984.

RODRIGUES, Francisco Xavier Freire. Modernidade, disciplina e futebol: uma análise sociológica da produção social do jogador de futebol no Brasil. **Sociologias [online]**. Porto Alegre, n.11, p. 260-299, 2004.

ROSENTHAL, Rob. Story Structure: The ‘e’. **Transom**, 2016. Disponível em: <<https://transom.org/2016/story-structure-e/>>. Acesso em: 12 nov. 2020.

SALDANHA, João. **Futebol e outras histórias**. São Paulo, Record, 1988, pp. 199, 201.

SEDA, Daniele Mariano. **Por que você não olha pra mim?: Invisibilidade social de jovens em situação de vulnerabilidade e o futebol como luta por reconhecimento**. 2012. 171 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) - Psicologia Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

SODRÉ, M. **O monopólio da fala: (função e linguagem da televisão no Brasil)**. Petrópolis: Vozes, 2001.

TEIXEIRA, Carlos Eduardo Senareli. **Da pobreza à riqueza: a ascensão social de jogadores de futebol profissional**. 2012. 116 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) - Faculdade de Psicologia, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

VIANA, L. O uso do storytelling no radiojornalismo narrativo: um debate inicial sobre podcasting. **RuMoRes**, [S. l.], v. 14, n. 27, p. 286-305, 2020. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2020.167321. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/167321>. Acesso em: 11 out. 2020.

## APÊNDICE A – ROTEIRO: EPISÓDIO PILOTO

**HUGO:** Eu sou 1 em 1 milhão que deve acontecer a mesma coisa que eu, várias crianças, vários adolescentes devem tentar e acabam não conseguindo, acabam não indo para frente e muda de rumo. Estuda, trabalha e constrói uma família a partir disso daí. Outros conseguem e estruturam uma família no rumo do futebol, jogando e tendo as suas atividades. Mas eu considero que eu faço parte do futebol de alguma maneira, porque eu tentei.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**ADEVANIR (narração):** Saudações, ouvintes. Meu nome é Adevanir Rezende e este é o “Pra Completar o Álbum”. Uma coleção de histórias de quem tentou seguir o sonho do futebol, mas a vida tomou outros caminhos. Aqui, você vai conhecer essa realidade e os diferentes sentimentos de quem não ganhou um espaço nos maiores palcos do futebol brasileiro e mundial. Mesmo assim, a vida de brasileiros que carregam uma paixão nacional.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**HUGO:** Meu nome é Hugo Maschietto Vidotti, tenho 33 anos e sou casado há 10 anos. Tenho dois filhos, um de 8 anos e um de 3. Sou natural de Araguari-MG e atualmente estou morando em Pompeia devido ao trabalho. Trabalho na Jacto Agrícola e sou engenheiro.

**ADEVANIR (narração):** O Hugo nasceu e viveu cercado de referências do futebol, sendo o interior do estado de São Paulo um celeiro de formação de jogadores. Desde cedo, mostrava habilidade embaixo das traves. Com uma trajetória de chances que não foram convertidas, passou pela esperança de ter uma oportunidade em um dos clubes mais populares do Brasil.

**HUGO:** Aí apareceu uma oportunidade de ir para o Flamengo. Estava tudo certo para eu poder ir, para eu deslanchar na carreira, vamos falar assim. Era a vaga, era ir e entrar. Eu como goleiro, que já tinha o fundamento, já tinha certeza de que ia entrar.

**ADEVANIR (narração):** As histórias dificilmente começam com uma chance entre os grandes clubes. Por isso, a gente vai fazer uma pausa e conhecer melhor a vida do Hugo até chegar nesse momento. Ele faz parte de um número que mostra que muitos jovens enfrentando obstáculos até aparecer uma oportunidade dessa....se é que aparece. Hoje, são mais de 300 mil jogadores registrados no Brasil inteiro e nem 1 mil deles conseguem chegar na primeira divisão. Ainda assim, é essa elite da profissão que aparece na mídia, ganha fama, dinheiro e vira referência

para quem busca um lugar ao sol. Isso tudo alimenta a esperança para quem busca uma forma de mudar de vida.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**HUGO:** Eu acho que o futebol tá no sangue do brasileiro, né... Principalmente dos homens. Eu acho que a molecada hoje em dia, se vê jogando bola, você conversa com um ou com outro e “Ah, eu tenho vontade de jogar num clube”, “Tenho vontade de ser jogador” ... desde pequeno ver aqueles jogadores tudo (sic) bem de vida, aparecendo na televisão, isso cresce para os olhos.

**ADEVANIR:** Você falou a questão de ser famoso, de ser reconhecido... você acha que isso é mais importante do que o dinheiro?

**HUGO:** Quando você quer jogar bola, o seu sonho é jogar mesmo, você está ali porque gosta de jogar. Lógico que o dinheiro e a fama são consequências do seu trabalho, porque às vezes você não vai ser um cara famoso, mas vão dizer “O cara era jogador, o cara jogou bola, o cara foi profissional do futebol” ... Isso marca, né, fica marcado para você.

**ADEVANIR:** O seu pai nunca tentou?

**HUGO:** Não, meu pai nunca tentou. Eu tenho parente que joga, tive bastante parente na família que jogou bola. Inclusive, um deles jogou no Corinthians, que é o Gesué Vidotti.

**ADEVANIR (narração):** Vidotti era atacante, revelado pelo Corinthians e teve passagem pelo Flamengo. Ficou mais conhecido pelos títulos no Comercial-MS e pelo último gol na maior goleada da história do Brasileirão: Corinthians 10 x 1 Tiradentes, em 1983, no primeiro jogo dele como profissional.

(SONORA GOL DE VIDOTTI: CORINTHIANS x TIRADENTES 1983)

**HUGO:** Eu sei que o Corinthians ganhou do São Paulo em uma final lá e ele deu uma camiseta autografada com todos os jogadores para o meu pai, tanto que eu tenho essa camiseta até hoje. Tem Ronaldo, Casagrande, Tupãzinho, Zé Elias...

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**ADEVANIR (narração):** A pesquisadora Simoni Guedes destacava que o sonho de ascensão social pelo futebol tem raízes coletivas, como uma projeção da família para melhorar condições

de vida e muitas vezes, também representa a paixão do pai pelo jogo. Para que estejam mais preparados, muitos começam bem pequenos a formação no esporte.

**HUGO:** Tava fazendo escolinha desde cedo, desde os 5-6 anos, sempre fazendo escolinha de futebol, sempre gostei de futebol. E morando lá em Pedrinhas, eu conheci um rapaz, que ele jogava com a gente lá aos domingos e ele falou “Conheço um pessoal em Londrina, vamos tentar lá, fazer um teste e tentar jogar”. Em Londrina mesmo a gente ficou lá, fez uns testes e eu comecei a jogar lá pelo Londrina (LEC). Eu tinha 13 para 14 anos, já tarde, teoricamente. Normalmente as pessoas vão mais cedo, com 11 ou 12.

**ADEVANIR:** E como foi para você, novo assim, sair da casa dos seus pais? Como você e como foi para eles esse processo?

**HUGO:** Ah, para o meu pai acho que foi tentar um sonho, porque ele sempre gostou de futebol e um filho tentando... acho que foi um sonho. Para minha mãe foi um baque, porque mãe sempre é mais acolhedora. Ela deixava, mas não gostava.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**ADEVANIR (narração):** Apesar do Londrina ser um clube mais tradicional no Paraná, passou por momentos de crise depois de 1997 até se recuperar a partir de 2014. Enquanto isso, o PSTC crescia como referência para revelar talentos.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**HUGO:** Londrina não tinha muita perspectiva, era um time menor. E o PSTC era tipo um “Chute Inicial” do Atlético Paranaense. Tipo assim, foi onde saiu o Kleber, saiu o Dagoberto...

**ADEVANIR (narração):** Kleber é, inclusive, meu conterrâneo de Uraí, no norte pioneiro do Paraná. Depois do PSTC, foi convocado para a Copa de 2002 jogando pelo Atlético Paranaense e foi dele a jogada do segundo gol do Brasil na final contra a Alemanha. Um momento para ser eternizado para a história, como muitos meninos sonham.

(SONORA ASS. KLEBERSON – COPA 2002)

**ADEVANIR:** E você recebia em algum desses para jogar?

**HUGO:** Casa, comida e roupa lavada, vamos falar assim. Tipo assim, a gente não recebia financeiramente em mãos, mas tinha todos esses recursos no clube. Não tinha despesa, a única despesa que tinha era se eu quisesse vir para Pedrinhas para ver meus pais, minha passagem eu tinha que pagar. A gente não tinha muitas condições financeiras, então eu não conseguia ir todo mês, todo final de semana para casa.

**ADEVANIR:** E nesse processo, essas passagens, era tranquilo para a sua família? Como era a condição de vocês?

**HUGO:** Então, tipo assim, eu ia uma vez a cada dois meses, três meses. Sempre que dava meu pai pegava o carro e ia para lá, ia para Londrina. De Pedrinhas a Londrina era perto, dava 80 km. Não era tão longe, dava para ir e assistir um jogo, vez ou outra eles sempre estavam lá.

**ADEVANIR:** E vocês sabiam quando tinha algum olheiro ou alguém de fora assistindo um jogo?

**HUGO:** Então isso aí você já percebia, você não sabia de onde era, mas você sabia que era alguém que tava olhando e aí era a hora que você dava o seu melhor. Você tentava fazer tudo para não errar, para se esforçar ao máximo, para poder mostrar, né ... Porque às vezes poderia ser uma oportunidade da vida. Ah, não, isso aí eu vou agarrar e vou embora de uma vez.

**HUGO:** E lógico, acabar sendo reconhecido. Imagina, você está lá jogando na Série A e você foi o cara do jogo, pegou um pênalti. “Ah, vamos entrevistar o Hugo agora” ... isso acaba sendo legal, passa uma imagem boa... só não pode frangar (risos).

**ADEVANIR:** Aquela história, o atacante pode errar 10 e acertar 1, mas se o goleiro acertar 10 e errar uma...

**HUGO:** Tá condenado

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**ADEVANIR:** Vocês tinham mais ou menos a mesma idade lá, turma de 1987? E algum deles se profissionalizou?

**HUGO:** Tem um primo pelo lado da minha mãe que jogou no Tupi, foi profissional, ele começou pelo Cruzeiro, jogou bastante tempo no Cruzeiro. Mas acabou não dando certo... Chegou uma época que ficou sem empresário, ficou sem clube e não conseguiu mais e parou.



**ADEVANIR:** Você conhece muita história assim?

**HUGO:** Ah, pelo menos uns 4 ou 5 eu conheço. Tem um outro primo meu que era goleiro também que chegou a jogar no PSTC e que não deu certo. Teve um amigo, que me levou para Londrina, que ele chegou a jogar até na Croácia, mas também não conseguiu seguir carreira.

**ADEVANIR:** Você se imaginava lá dentro do campo em vez de estar assistindo do lado de cá?

**HUGO:** Você sempre imaginava... Imaginava se fosse eu jogando lá como que podia ser a minha vida, onde eu podia tá. Será que estaria numa seleção, num campeonato espanhol, campeonato inglês... ou estaria numa segunda divisão? Então, tipo assim, você sempre imagina para tentar ver o lado do sonho quebrado. Hoje em dia você vê o tanto que os profissionais ganham e tal, é o que você acaba sonhando, porque quanto mais você ganha mais você consegue dar para a sua família. Então é almejar ter uma vida melhor, tranquila, sem sofrimento financeiro.

**ADEVANIR:** Você saiu de lá ainda adolescente, com 16 anos...

**HUGO:** Eu saí de lá em 2003, já tinha completado 16 anos já. Logo quando eu parei, em setembro, e um mês depois o meu pai faleceu.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**HUGO:** Então, tipo assim, foi um baque... dois baques, na verdade.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**HUGO:** Um baque de eu parar... por que eu parei? Porque não tava dando certo, eles não estavam tendo perspectiva para o futuro. Lá na época você tinha que... a intenção deles era levar você para o Athletico e eu acabei não conseguindo alcançar esse objetivo. Então não deu certo, fui dispensado e aí fiquei bem triste e tal. Meu pai já estava doente, ele tinha câncer, e ele acabou falecendo no mês seguinte. Meu pai na época tinha 46 e, para completar, meu irmão arranhou um emprego na Jacto e saiu. Imagine então como ficou a situação: eu como adolescente, fiquei com a minha mãe, sozinho e sem meu irmão, sem meu pai. Precisava ajudar em casa, minha mãe não trabalhava para cuidar do meu pai, e aí então foi quando eu comecei a trabalhar.

**ADEVANIR:** Você sentia mais pressão quando via um olheiro ou quando você teve que ajudar na sua casa?

**HUGO:** Ah, quando teve que ajudar em casa. Queira ou não, o sonho foi quebrado. Poxa, não vou jogar bola, não tem o que fazer... preciso trabalhar para ajudar em casa. Era uma pressão, porque quando meu pai morreu, até sair a papelada da pensão para minha mãe e essas coisas, acabou ficando o meu salário com um pouco o meu irmão ajudava também. Aí minha mãe começou a costurar para poder ajudar em casa, mas a pressão era grande.

**ADEVANIR:** E como é que foi essa decisão de voltar a tentar?

**HUGO:** Eu vou parar de trabalhar e tentar jogar bola de novo. Agora tem como se manter em casa, não precisar estar trabalhando e tal. Só que aí já era em 2005, daí eu já tinha 18 anos. Já tava naquela idade em que ou você vai ou você para.

Então, foi aí que estava eu e o Giovanni, os dois da mesma idade, ele era goleiro também e treinava junto com os profissionais. A gente treinava com o Mauro, que foi um grande goleiro e jogou no Santos e tudo, e aí chegou uma hora de tomar uma decisão de ficar com um só, que precisava profissionalizar, e acabou o Giovanni sendo o escolhido e eu, novamente, fui dispensado.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**ADEVANIR (narração):** Giovanni jogou pelo Marília e rodou pelo interior de São Paulo, até chegar ao Atlético Mineiro, onde ficou entre 2011 e 2018. Ele estava no elenco do Galo que venceu a Libertadores, como reserva, em 2013.

**ADEVANIR(narração):** Para o Hugo, depois da dispensa do Marília, parecia que a chance de um grande clube no horizonte era cada vez menor.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**HUGO:** Tinha um clube em Assis que tinha o nome de “Peraltinha” e depois passou a ser “Chute Inicial Cruzeiro”. Então a gente treinava lá, e de lá saiu bastante gente também.

**ADEVANIR (narração):** Mas é aqui que a gente sabe mais sobre a maior chance do Hugo com o sonho de ser jogador. Conseguir um teste no Flamengo poderia ser uma chance de ouro...

(SILÊNCIO BREVE)

**HUGO:** E lá começou a treinar eu e o Paulo Victor. Ele era lateral esquerdo e eu goleiro, aí apareceu uma oportunidade de ir para o Flamengo e aí o pai do Paulo Victor, o Gesué Vidotti, ele ficou de levar a gente. Eu como goleiro e o Paulo Victor como lateral. Estava tudo certo para eu poder ir, para eu deslanchar na carreira, vamos falar assim. Era a vaga, era ir e entrar. Eu como goleiro, que já tinha o fundamento, já tinha certeza de que ia entrar. Mas aí, no dia do embarque, ele foi com o filho dele, colocou o filho dele como goleiro e eu acabei nem indo.

**ADEVANIR:** O que passava na sua cabeça naquele tempo em que você tava lá na rodoviária sozinho?

**HUGO:** “Que sacangem”, “Por quê fez isso comigo”, se falou que ia levar porque não levou, onde que tá errado... Na hora, eu não fiquei sabendo que ele tinha ido com o filho dele e deixado eu. A gente tinha combinado, comprado passagem, só que tava tudo com ele as coisas, onde que a gente ia, a passagem, tava tudo com ele. Eu lembro que nós tínhamos negociado tudo. Como era teste de fora eles não deixavam ficar no clube. Então tinha agendado hotel, tinha comprado passagem. Ia ficar uma semana, ia fazer teste na segunda, terça, quarta, quinta e sexta, e voltava no sábado. Era essa a programação, tinha tudo certo.

**ADEVANIR:** E você que pagou isso ou era ele?

**HUGO:** Eu lembro de ter pedido recursos para alguns amigos lá em Pedrinhas, para poder fazer isso. Aí eu cheguei a estar com o dinheiro para levar, já que eu era de maior precisava pagar, tava com esse dinheiro para levar e acabou não dando certo. Devolvi o dinheiro para o pessoal, porque eu não tinha e, se não me engano, era R\$ 2.500 que ia dar tudo. Consegui com uns 10, 15 caras lá em Pedrinhas para “me patrocinar”, vamos falar assim. Na verdade, depois fui bem sincero, falei “Fui na rodoviária, tava esperando o cara lá e ele não apareceu, também sofri um golpe, está aqui o seu dinheiro, me desculpe”. Todos me apoiaram, falaram para não esquentar a cabeça, “vamos continuar jogando aqui mesmo, não desanima” ...

**ADEVANIR:** Vocês nunca pararam e discutiram o porquê de ele ter feito isso, ou alguma coisa assim?

**HUGO:** Nunca fui atrás, tipo assim, se tivesse com boa intenção, não tinha feito. Ele sabia da vaga no Flamengo, foi ele que ajeitou, ele sabia que tinha uma vaga lá que, teoricamente, era só ir e entrar. Acabou não dando certo... Cada um tem a consciência limpa, sabe o que fez... sabe o que fez de errado, vamos falar assim. E aí acabou não dando certo.

**HUGO:** Aí no dia do embarque, ele foi com o filho dele, colocou o filho dele lá como goleiro e eu acabei nem indo. Tanto que o filho dele de lateral esquerdo entrou como goleiro no Flamengo... Então ele conseguiu seguir carreira, se profissionalizou, foi titular e ganhou vários títulos pelo Flamengo.

FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

Flamengo em 2006 e ficou no clube até 2017, e fez mais de 150 jogos. Teve uma passagem por empréstimo na Turquia, antes de assinar com o Grêmio, onde ainda faz parte do elenco. Entre os maiores títulos, venceu o Brasileirão de 2009 pelo Flamengo e a Libertadores de 2017 pelo Grêmio. Uma das principais atuações foi no Gauchão de 2019, quando defendeu três pênaltis na final contra o Internacional.

(SONORA PAULO VICTOR – DEFESA DE PÊNALTI FINAL 2019)

**ADEVANIR:** É estranho para você ver ele jogando?

**HUGO:** Não, eu acho que não, eu tenho a minha consciência limpa. É um orgulho para mim até, é da família. Eu tenho a minha consciência limpa, se pesa para ele eu não sei, mas eu acho legal, gosto, assisto os jogos dele. É uma coisa chata que aconteceu e acabou sendo uma coisa bem constrangedora... mas eu não guardo rancor, não, não preciso guardar rancor dessas pessoas não.

**ADEVANIR:** Depois que aconteceu essa história do Flamengo, você não tentou mais?

**HUGO:** Aí depois dessa eu desisti mesmo. Eu me esforcei, eu me dediquei, corri atrás uma, duas, três e até quatro vezes. Aí se não era para ser, não era para ser. Acho que eu não fiz nada de errado... talvez o único erro foi confiar muito nas pessoas. Então vamos erguer a cabeça, vamos estudar, vamos trabalhar e vamos ser alguém na vida. Fiz uma faculdade de engenharia e hoje trabalho na Jacto, sou engenheiro e estamos aí, firme e forte, com família construída, dois filhos e quem sabe eu ainda consiga ingressar um dos dois aí no futebol.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**ADEVANIR:** Tem aquele cara que jogou com você antes ou joga hoje com você no amador que você olha e pensa “Como ele não tá lá” [profissional]? Você acha que alguém que vê você jogando pensa isso?

**HUGO:** Pensa, porque eu ouço isso de alguns que me viram jogar e que me vê ainda. Às vezes a gente joga aqui e tal, “como que esse cara não conseguiu ir?”, pela noção. Você consegue ver o cara que sabe jogar. Ele não precisa ser craque, mas o cara que tem o fundamento, que sabe jogar, você consegue ver e aí você fala “Podia ter tido uma oportunidade”.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**ADEVANIR:** Em algum momento, quando você tentava jogar bola você pensava “Eu consigo ser engenheiro”? Você era bom em matemática?

**HUGO:** Mas a questão de ser engenheiro, logo depois que eu parei de jogar bola, eu acho que foi meio que um sonho também. Quando eu trabalhei lá em Pedrinhas, na primeira empresa, eu tive a oportunidade de entrar na área da engenharia no decorrer dos processos que eu tava trabalhando. A minha família, do lado da minha mãe, é um monte de engenheiro. Tem um tio que é engenheiro, um primo que é engenheiro... Eu conversava bastante com esses meus tios e aí eles foram falando “Faz engenharia, você tem visão para isso, tem conhecimento, você vai se dar bem”. E por que eu não fiz logo de cara? Porque era caro. Eu comecei fazendo design, aí depois fiz uma tecnologia mecânica... até a hora que com o meu salário um pouco melhor e com esses cursos que eliminavam matéria, aí eu consegui encaixar uma graduação em que eu paguei menos e consegui fazer em menos tempo... Aí eu fiz engenharia.

**ADEVANIR (narração):** Perguntei a ele, dentro de tudo que passou, se sentia algum vazio na trajetória...

**HUGO:** Apesar de eu ter um emprego bom e tudo, não quer dizer que a gente é rico, né. Não dá para ter tanta regalia, mas o que tem eu acho que é suficiente para a gente ser feliz e ter uma vida completa, do jeito que a gente planeja.

**ADEVANIR:** Como não deu certo, você teria passado mais tempo com o seu pai?

**HUGO:** Saí de casa com 13 e ele morreu quando eu tinha 16... Esse pedaço aí onde o homem precisa bastante do pai eu não consegui aproveitar ele porque eu tava tentando o meu futuro, que era jogar bola, mas não deu certo ... Com certeza teria passado mais tempo com ele. Queria que meu pai tivesse vivo, para ver meus filhos, para ver eu trabalhando mesmo que não tenha dado certo no futebol. Hoje ele teria 63, estaria novo ainda, daria para curtir bastante os netos.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**ADEVANIR:** Você tem orgulho da sua história, Hugo?

**HUGO:** Tenho orgulho, sim, eu tentei e eu acho que muita gente tenta do mesmo jeito que eu tentei. A gente tenta deixar uma trajetória, uma história, para que seja lembrada da melhor maneira possível e não como uma lembrança triste, mas sim uma lembrança feliz, alegre, de responsabilidade e educação, de respeito, de dedicação.

**ADEVANIR:** Você trocaria a sua vida de hoje pela vida dos sonhos que você tinha?

**HUGO:** A minha família, a minha esposa, os meus filhos, o meu emprego... eu não trocaria por aquela vida. Se eu tivesse solteiro, sem filhos, sem nada, talvez eu poderia até trocar. Mas hoje, com a família constituída que eu tenho, com meus filhos e com meu emprego, com a minha faculdade... eu não trocaria. A não ser que você só trocar de emprego, tipo assim: vai a família, vai todo mundo junto e a partir de amanhã você vira jogador de futebol, aí eu poderia até trocar (risos). Se for para esquecer isso daqui, não trocaria não.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)

**ADEVANIR (narração):**

Meu nome é Adevanir Rezende, e este é o “Pra Completar o Álbum”, uma coleção de histórias sobre o futebol.

Este episódio foi produzido como projeto experimental para o Trabalho de Concurso do Curso de Jornalismo da UniCesumar, no segundo semestre de 2020, sob orientação do professor Clayton Henrique.

(FADE IN/FADE OUT TRILHA SONORA)