



## **Torcidas Organizadas: Movidas Por Uma Paixão<sup>1</sup>**

Luana Lazarini Loureiro<sup>2</sup>

Prof. Filipe Coutinho Soriano<sup>3</sup>

Prof<sup>a</sup>. MSc. Vânia Braz de Oliveira<sup>4</sup>

Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos, SP

### **Resumo**

Este artigo visa apresentar o processo de realização de uma série de grandes reportagens em vídeo que reporta o lado mais humanizado das torcidas. O fato de os torcedores serem vistos apenas como pessoas violentas e marginais, sobretudo pela mídia, afasta os torcedores comuns e as famílias dos estádios, sendo assim, este presente trabalho levanta a hipótese de que as torcidas organizadas vão além do conceito que permeia o senso comum, elas também agregam paixão, amizade e respeito e que os indivíduos não perdem sua particularidade, mesmo que em massa ou grupos. Deste modo, o trabalho tende ser um veículo positivo para a sociedade e às pessoas que frequentam os estádios de futebol, pois é oferecida outra visão, de forma a possibilitar a criação de massa crítica e, quiçá a transformação da realidade desses indivíduos.

### **Palavras-chave**

Futebol; Torcidas Organizadas; Mídia; Paixão; Humanização.

### **Introdução**

As torcidas organizadas são responsáveis por grande parte do espetáculo, com seus integrantes uniformizados, bandeiras e gritos. Elas dão o tom ao clima vibrante do estádio, apoio moral ao time. No entanto, é mais conhecida do público brasileiro uma faceta bem menos agradável: a truculência e a violência que frequentemente cometem contra os componentes das torcidas adversárias.

A partir destes princípios, foi desenvolvida uma série de Grandes Reportagens

---

<sup>1</sup> Trabalho de conclusão de curso - Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo - apresentado na Universidade do Vale do Paraíba, ExpoComArte 2011 realizado 29 de novembro a 02 de dezembro de 2011.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Univap, email: luanal.loureiro@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Univap, email: filipe@univap.br

<sup>4</sup> Coorientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Univap, email: vaniajor@univap.br



em Vídeo, que documenta a essência e a organização de uma torcida e, sobretudo, foge do clichê, pois como afirma a escritora nigeriana, Chimamanda Adichie<sup>1</sup>, “a história única cria estereótipos e o problema do estereótipo não é que ele seja mentira, mas que ele seja incompleto. Eles fazem uma história se tornar a única história.”

Ainda de acordo com a escritora, “histórias podem ser usadas para capacitar e humanizar e, da mesma forma, podem destruir a dignidade de um povo, como também reparar essa dignidade perdida.”

Com essa finalidade espera-se gerar massa crítica, aguçar temas relevantes à sociedade, que as pessoas possam conhecer mais sobre os membros das torcidas.

### **O Surgimento das Torcidas Organizadas de Futebol**

No Brasil, não é possível precisar exatamente quando as torcidas organizadas surgiram. Autores como TOLEDO (1996) e PIMENTA (1997) acreditam que próximos à década de 40 já surgiam as primeiras torcidas uniformizadas, que na época eram regidas por um chefe e sem nenhuma organização burocrática, assim como a Torcida Uniformizada do São Paulo F.C - em 1939, pelos chamados torcedores símbolo Manoel Raymundo Paes de Almeida e Laudo Natel e, em 1942, no Rio de Janeiro, com a fundação da Charanga do Flamengo por Jaime Rodrigues de Carvalho – reunião de torcedores em torno de um grupo musical que tocava marchinhas carnavalescas, promovendo verdadeiras festas nos estádios. A partir desta, os agrupamentos foram se difundindo por todo o país.

Devido à sua estrutura, essas torcidas possibilitavam a continuidade da identidade e dos sentimentos de unidade vivenciados pelos apaixonados futebolísticos e que antes se restringiam quase que exclusivamente aos momentos dos jogos.

A partir de 1970 muitas mudanças ocorreram no cenário do futebol brasileiro. Nesse período, o futebol nacionalizou-se e internacionalizou-se, atraindo maior público, mas também, transformou-se em mercadoria. Com isso, o futebol contou com significativo investimento por parte do Estado na estrutura de base. Vários estádios foram construídos e a criação da Loteria Federal e do Campeonato Brasileiro de Futebol fez com que a economia do futebol passasse a fazer parte do giro de mercado do país. (<http://dSPACE.c3sl.ufpr.br>)

A tendência do Brasil em ser conhecido como país do futebol foi reafirmado

---

<sup>1</sup> Palestra na Conferência Global TED - Technology, Entertainment, Design (<http://www.ted.com/>).



após a conquista do tri-campeonato mundial - Copa do Mundo de Futebol, no México em 1970. Esse reconhecimento se refletiu nas arquibancadas, aumentando o número, já bastante expressivo, de simpatizantes pelo esporte e, conseqüentemente, o aumento no número de torcedores presentes nos estádios.

As uniformizadas também acompanharam esse ritmo e com o crescimento se tornaram organizações maiores, passando finalmente a se chamar de torcidas organizadas. E de acordo com HANSEN (2007), “essas modificações extinguiram o torcedor-símbolo chamado de chefe, surgindo um organograma mais complexo, cuja peça principal era denominada de presidente”.

Sobre esses grupos, TOLEDO (1996), citando VELHO (1987), aponta para uma noção à cerca de tais organizações:

Estas organizações de torcedores são formadas por meio das paixões individuais que cada um traz consigo por um mesmo time, mas que, em torno de projetos coletivos, adquirem uma dimensão social pautada por interesses comuns. A organização de tais emoções, gostos e preferências, a priori subjetivos, norteia-se por estes projetos capazes de viabilizar, simbólica e materialmente, um sentido às emoções e expectativas individuais. (TOLEDO, *apud* VELHO, 1996 p. 32)

O momento que antecede o jogo é de expectativa e de grande euforia, a qual é despertada através das informações trazidas pela imprensa esportiva. Durante o transcorrer da partida e dependendo do jogo, diversos aspectos são acionados. Quando o torcedor está no campo ele esquece o seu cotidiano e seu único problema é ver o time ganhar. Para isso vale tudo, fogos de artifícios, bandeiras, vaias, palavrões proferidos ao juiz, cantos, entre outros recursos.

Os torcedores se adaptaram aos novos modos de viver da sociedade e transpassam o espaço delimitado geograficamente pelos bairros, sedes e estádios e passa a ganhar “o mundo”. Apagam-se as fronteiras espaciais e se potencializa a área de atuação estreitando laços.

Para alguns autores, esses agrupamentos coletivos também resultam da segregação que vem sofrendo os habitantes das cidades, em virtude dos transportes e dos meios de comunicação eletrônicos, impondo novas percepções do espaço e do tempo. (SANTOS, T., 2004, p.153)



Diante de um espaço e tempos urbanos deteriorados, posto que dissocializantes (pensando nas grandes cidades), a sociabilidade clássica “marcada pelas relações face a face, outrora definidas pelas relações de vizinhanças e enraizamento no meio social, não desaparece por completo”. (Coletivo NTC, 1996, p.97). No entanto, suas novas modulações ressurgem e submetem-se a um redimensionamento dos lugares. Hoje, como palco, onde as novas sociabilidades se agregam, então basicamente, os *shoppings centers*, os estádios de futebol e alguns shows em grandes espaços, contrariando um passado em que a praça pública figurava como um marco de encontros e passagens frequentes.

Se de um lado têm-se as redes fomentando um novo tipo de relacionamento, interação e comunicação através de sistemas online, o modo clássico de sentir o outro, jogar com sua presença, realizar interações oportunas e necessárias através do olhar, do toque, da expressão, mantêm-se em um número mais restrito de situações, exatamente naquelas em que as máquinas nada podem fazer. (SANTOS, T., *apud* Coletivo NTC, 2004, p.40)

Hoje já não se percebe o fenômeno futebol sem a participação direta e/ou indireta do torcedor nesse processo.

Quando se fala em torcida/torcedor nos eventos de futebol, surge como carro chefe da discussão o conceito de torcida organizada. Esses grupos se distinguem dos demais torcedores por possuírem, entre outras características, uma organização própria, geralmente de forma independente do clube e, aliado a isso, há uma fácil identificação comparada aos torcedores considerados “comuns” no que diz respeito às suas vestimentas, uma vez que se usa de roupas próprias do seu grupo, “diferenciando-se” dos demais espectadores no estádio.

Existem três tipos de agregados sociais: multidão, público e massa. Os indivíduos assistindo a um jogo são um exemplo de público: todos que estão juntos recebem o mesmo estímulo e foram aos estádios com o mesmo propósito, assistir ao jogo, diferente da multidão, já que a reunião é ocasional.

Público é um agrupamento espontâneo de pessoas adultas e/ou grupos sociais organizados, com ou sem proximidade física, com abundância de informações, analisando uma controvérsia, com atitudes e opiniões múltiplas quanto à solução ou medida a ser tomada frente a ela, o indivíduo não perde a faculdade crítica e autocrítica e age racionalmente. (<http://www.professorrenato.com/>)



O que faz o elo, mantendo-se dentro de torcida, é o amor ao futebol, ao time, à torcida. As relações estabelecidas no interior das torcidas organizadas são boas quando a relação com o time, o vestir a camisa, o fazer a festa, são conduzidos pelo amor, pela paixão. Em nome do incentivo ao time, toda uma organização é estabelecida, entretanto, quando o fanatismo impera, é outra discussão.

### **Diferença Entre os Tipos de Torcida**

De acordo com LOPES (2007, p. 16), “existem diversos tipos de torcedores de futebol” que podem ser definidos como: aqueles que dizem ter um time; os que até assistem os jogos, porém o time não possui nenhuma influência na sua vida; os fanáticos (que são os torcedores conhecidos “violentos”) e os torcedores que são apaixonados por seus clubes (torcedores “doentes” ou apaixonados). Estes são, por vezes, considerados “fanáticos” também, mas apenas torcem por seus respectivos clubes, não se envolvem em embates com torcidas rivais e nem com as do mesmo time, como acontece atualmente.

Nas torcidas organizadas não existem somente os ditos torcedores fanáticos, mas todos os outros tipos, que são a maioria. Eles têm o mesmo ideal, logo, são atraídos para esse grupo e influenciados pelo mesmo, o que é normal, pois uma pessoa tende a estar ao redor de pessoas que pensam e/ou agem da mesma forma que ela. Porém, dentro do grupo que foi definido como torcedores fanáticos, existem os fanáticos pelo seu time de futebol, e também existem os fanáticos pela sua torcida organizada, que pensam de forma diferente:

O fanático pelo seu clube exalta seu time ao extremo, enquanto, o fanático pela sua organizada, faz de tudo por ela, inclusive briga com torcedores de organizadas rivais. Há muitas diferenças e semelhanças entre os tipos de torcedores. (LOPES, 2007, p. 17)

Segundo a afirmação de PIMENTA (2004, p.273), “a principal diferença entre o torcedor apaixonado e o violento está nas suas prioridades”, ou seja, enquanto por um lado, o primeiro está diretamente relacionado ao seu clube, por outro lado, o último está indiretamente ligado ao clube, pois tem como prioridade a torcida e assim acaba criando uma outra relação com seu clube. Entretanto, ele não é menos torcedor que os outros somente porque tem como prioridade a torcida, pois ele continua torcendo como os outros, mas no meio dessa relação está a torcida organizada, que é a diferença básica entre esses tipos de torcedores.



Das poucas semelhanças, a principal delas é dentro dos noventa minutos da partida, ou seja, ambos torcem por seus respectivos times e os apóiam, mas depois ou até mesmo antes do jogo eles se dividem em lados opostos, enquanto uns brigam, outros procuram sempre ir para casa ou algum lugar o mais cedo possível para não se envolver em nenhuma confusão.

SANTOS, T. (2004, p. 109) destaca um aspecto importante sobre as torcidas organizadas:

Sem descartar a violência entre esses agrupamentos de torcedores, gostaria de acrescentar que talvez, a sociedade não deseje se ver nos atos de violência, principalmente em uma esfera tão consagrada de nossa cultura como é o futebol. Pois “não é o torcedor comum, mas uma minoria de agitadores, laranjas podres, maus elementos e criminosos” [Buford, 1990, p.174], que são sempre apontados como os deflagradores da anomia social. (SANTOS, T., 2004, p. 109)

### **As torcidas e os meios de comunicação de massa**

Torcer. Encontra-se em inúmeros dicionários o “contorcer-se”, “remoer-se”, “contrair-se” como algumas das principais ações relacionadas ao torcedor de futebol.

O torcedor não é um espectador passivo; ele incorpora os lances da disputa na sua própria estrutura física e vai reproduzindo em seu corpo, na vibração de seus sentidos, nas crispações de seus músculos e nervos, cada uma das tensões e reflexos desdobrados no embate, como se ele mesmo estivesse na arena”. (DA SILVA, apud SEVCENKO, 2002).

E, de acordo com DA SILVA (2008), está! “Ele põe o corpo em ação, ou melhor, em reação ao que acontece no campo. E expressa felicidade, encantamento, sofrimento, desilusão.” É o torcedor que promove, divulga e amplifica esta constelação afetiva tão cara ao espetáculo.

A divulgação em grande escala de mensagens, a rapidez com que elas são absorvidas, a amplitude que atingem todo tipo de público, cuja própria sociedade através da Indústria Cultural criou e se alimenta, gera um enorme interesse e abre espaço para o estudo de nosso comportamento.

Entre os meios de comunicação em massa, a televisão é uma das principais. Os aparelhos de televisão já estão presentes em 95,7% das residências (IBGE, 2009), dentre elas, chega a 9 milhões o número de pessoas que têm TV por assinatura, de acordo com a ANATEL.



Em virtude disso, conclui-se que do mesmo jeito que as pessoas conheceram as Torcidas Organizadas na versão violenta e aterrorizadora, poderão conhecer de outra forma também.

As diversas outras formas, como já foi citado anteriormente – contexto histórico e humano – serão abordadas em uma série de grandes reportagens em vídeo, visto a grande visibilidade da massa.

A Revolução Industrial causou mudanças drásticas no modo de produção e na imagem do indivíduo. Dois traços importantes desse contexto foram a coisificação (tudo é julgado como coisa, bem, produto de troca) e alienação (o homem não dispõe de tempo livre, nem de instrumentos teóricos capazes de permitir-lhe a crítica de si mesmo e da sociedade). O homem foi, então, desligado da capacidade crítica e a cultura passou a ser vista como um produto. Ora, se o homem já não seleciona o que consome, não qualifica aquilo que lhe é apresentado, seu gosto sofre uma deterioração [...] (<http://www.webartigos.com/>)

Como foi citado acima, a alienação dos indivíduos faz com que não procurem diversos meios para se informar e chegar a uma conclusão própria, assim, este vídeo dará a oportunidade dos espectadores refletirem acerca deste assunto.

Dentre as principais temáticas abordadas estão: a origem e evolução das torcidas organizadas; Organização (como ela funciona considerando a questão político-administrativa, inclusive como é o processo de criação das sub-sedes das torcidas); Debate entre jornalistas e torcedores acerca da visão gerada pela mídia; A essência do que é um jogo de futebol para os torcedores (o espetáculo que a torcida faz na preparação antes, durante os 90 minutos de jogo e depois da partida); Entrevistas sobre ações e opiniões de torcedores exaltando sua individualidade (o que o motivou a participar de uma torcida, histórias inusitadas, etc.) e visão dos jogadores com relação às agremiações.

## **Metodologia**

Para a realização do artigo e a produção da série, foi feito um planejamento. Segue abaixo o cronograma das fases:



**Tabela 1 – Cronograma de Atividades**

ETAPAS	ATIVIDADES	PERÍODO DE REALIZAÇÃO											
		FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	
PRÉ- PRODUÇÃO	DESENVOLVER PRÉ- PROJETO	x	x	x	x	x							
	PESQUISA EXPLORATÓRIA	x	x										
	PESQUISA BIBLIOGRÁFICA	x	x	x	x	x							
	PESQUISA DOCUMENTAL	x	x	x	x	x							
	ANÁLISE DE CONTEÚDO			x	x								
	PAUTA DA SÉRIE				x	x							
PRODUÇÃO	REDAÇÃO DA SÉRIE						x						
	GRAVAÇÕES						x	x	x				
	DECUPAGEM									x	x		
	EDIÇÃO DAS IMAGENS									x	x		
FINALIZAÇÃO	ELABORAÇÃO DO RELATÓRIO FINAL								x	x			
	REVISÃO DO TEXTO								x	x			
	ENTREGA DO TRABALHO										x		

Algumas delas ocorreram simultaneamente, executadas em ordem cronológica, dinamizando o processo, para não enfrentar dificuldades relacionadas à coleta de informações e às autorizações de utilização de imagens e voz.

Os tipos de pesquisas utilizados neste artigo são o modo de pesquisa Exploratória, que busca constatar algo num organismo ou num fenômeno; Bibliográfica, desenvolvida a partir de material já elaborado, principalmente de livros e artigos científicos; Documental, vale-se de documentos originais, que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor e o método de entrevistas que procura muito mais o aprofundamento das questões propostas.

Para comprovação de que a mídia de massa aborda consideravelmente mais os aspectos negativos das torcidas organizadas, foi usado o método de Análise de Conteúdo.

#### **- Entrevistas**

Os tipos de entrevistas utilizados foram: Entrevista Informal que é menos estruturado possível, similar a conversação; Entrevista Focalizada, tão livre como a Informal, mas enfoca um tema bem específico e Entrevista por Pautas, nesta há certo grau de estruturação e se guia por uma relação de pontos de interesse.

As entrevistas foram gravadas no estádio, inclusive para absorver o clima e o ritmo do jogo e comprovar que vão tipos variados de público, além do adulto/masculino (como mulheres, idosos e crianças). Nas festas das torcidas o objetivo foi de





mostrar outros ambientes que os torcedores frequentam, que a festa vai além dos estádios.

### - Análise de Conteúdo

As relações com os meios de comunicação de massa e as torcidas organizadas parecem ser permeadas por amor e ódio. Membros de torcidas apontaram a imprensa como a grande responsável pelas suas difamações na sociedade, alegando que ela persegue as organizadas, não estando nem um pouco em fazer justiça, mas em vender matérias.

O tratamento de dados, a inferência e a interpretação objetivam tornar os dados válidos e significativos. Para tanto são utilizados procedimentos estatísticos que possibilitam estabelecer quadros, diagramas e figuras que sintetizam e põem em relevo as informações obtidas. À medida que as informações obtidas são confrontadas com informações já existentes, pode-se chegar a amplas generalizações, o que torna a análise de conteúdo um dos mais importantes instrumentos para a análise das comunicações de massa. (GIL *apud* BERELSON, 1999, p.165)

A análise realizada do dia 30/04/2011 à 06/05/2011 - sete dias - permite que seja observado o comportamento da imprensa. Este período é a fase da repercussão dos acontecimentos dos jogos da semana, após isso, mudam-se as notícias, pois são realizados outros jogos.

É importante ressaltar que este período foi uma semana agitada, ocorreram clássicos de grande importância como Palmeiras x Corinthians e Santos x São Paulo, sendo o último citado semifinal do Campeonato Paulista e no Rio de Janeiro, a final da Taça Rio – Vasco x Flamengo.

A mídia escolhida para observar foi o *website* dos canais de TV aberta que possuem programas esportivos. Seria inviável analisar cada programa esportivo, pois muitos acontecem simultaneamente.

Abaixo, segue o quadro de avaliação:



**Tabela 2 – Quadro de Avaliação das Mídias**

Canais	30/abr	1/mai	2/mai	3/mai	4/mai	5/mai	6/mai	TOTAL	%
<b>17 - TV Vanguarda (Globo)</b>	6	15	19	6	5	7	2	60	
Positiva	1	0	3	1	0	0	0	5	8,33%
Neutra	4	1	2	0	1	2	1	11	18,33%
Negativa	1	14	14	5	4	5	1	44	73,33%
<b>35 - RedeTV!</b>	1	0	1	0	0	0	0	2	
Positiva	0	0	1	0	0	0	0	1	50%
Neutra	1	0	0	0	0	0	0	1	50%
Negativa	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>51 - Record</b>	2	8	8	0	3	5	6	32	
Positiva	1	1	0	0	0	1	0	3	9,38%
Neutra	1	0	1	0	0	0	2	4	12,50%
Negativa	0	7	7	0	3	4	4	25	78,13%
<b>54 - Gazeta</b>	4	1	0	0	0	0	0	5	
Positiva	1	0	0	0	0	0	0	1	20%
Neutra	3	1	0	0	0	0	0	4	80%
Negativa	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>57 - Band</b>	0	4	3	3	2	3	4	19	
Positiva	0	1	0	0	0	0	0	1	5,26%
Neutra	0	0	1	1	1	1	2	6	31,58%
Negativa	0	3	2	2	1	2	2	12	63,16%

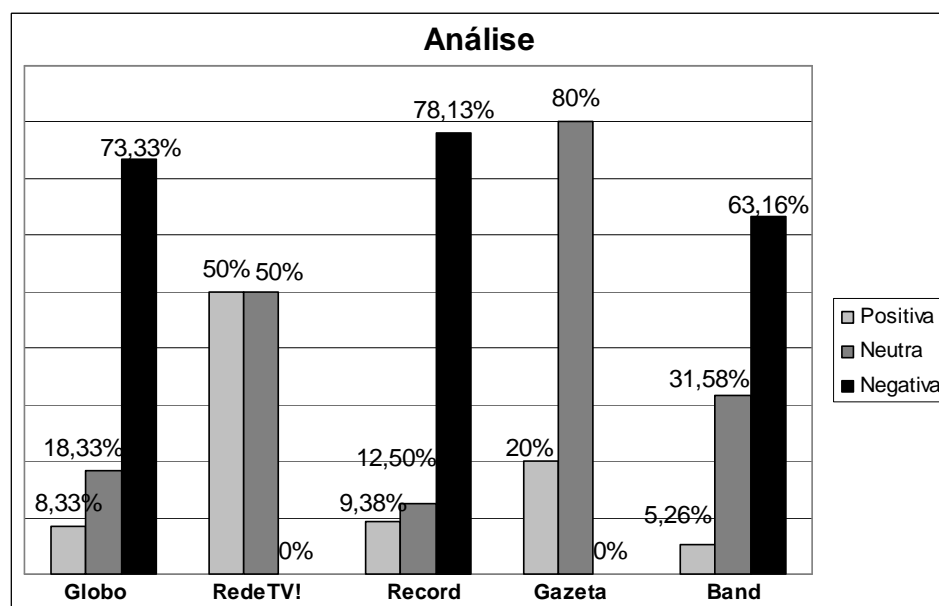
<b>Positiva</b>	Incentivo ao time
	Público presente
	Recorde de público

<b>Neutra</b>	Protestos pacíficos
	Imparcialidade
	Provocações
	Segurança

<b>Negativa</b>	Violência
	Brigas
	Vandalismo
	Morte

E o gráfico com os resultados:

**Gráfico 1 – Análise da Avaliação das Mídias**





Pode-se observar, com exceção da Gazeta e RedeTV!, que tiveram poucas notícias divulgadas em seu *website*, todos os canais veicularam com grande acentuação notícias negativas (Globo - 73,33%, Record - 78,13% e Band - 63,16%).

### **O Telejornal, Técnicas e Linguagem**

O público de televisão não está lendo a notícia, está ouvindo e vendo. O telespectador, no instante em que toma conhecimento da notícia, não pode interromper o jornalista pedindo-lhe que esclareça algum ponto não compreendido. Não pode voltar no tempo para recuperar uma fase ou uma informação que perdeu, a não ser que se tenha gravado o programa. “A comunicação pela TV exige instantaneidade na sua compreensão. A primeira regra a ser observada pelo jornalismo de televisão, do ponto de vista da comunicabilidade é a clareza”. (CURADO, O. 2002, p. 18)

### **- Grande Reportagem**

LIMA (2004) define a grande reportagem como “um aprofundamento das idéias em relação à ‘reportagem comum’ e ao texto noticioso, relato de um fato, contextualização do assunto, busca de entendimento mais amplo”.

A grande reportagem é a reportagem que aborda o assunto de forma mais profunda. Consiste na composição sob forma de um vídeo ou filme, de uma série de informações respeitantes a um acontecimento particular, da atualidade, ou a um fenômeno particular da sociedade.

JESPERS (1998, p. 168) afirma que “a grande reportagem opera segundo o método da sinédoque”. Isto quer dizer que mostra e faz sobressair um caso, uma situação, um problema particular, com o objetivo de dar a conhecer uma situação, ou um fenômeno mais geral. Por outras palavras, a grande reportagem descreve intensivamente casos ou grupos particulares, enquanto eles representam a premissa de todo o acontecimento.

Ela evoluiu no sentido da forma de produção dos documentários, na medida em que tem maior atenção na fase da preparação, da investigação e da documentação do tema, além da apresentação ser mais flexível, para não prejudicar a orientação da ideia inicial, e ter uma maior atenção à qualidade da imagem, tanto no seu aspecto técnico, como no estético, redobrando a fase da montagem, onde realmente se constrói a história.

A reportagem televisiva recorre essencialmente à imagem, pois pode sensibilizar o público, chamar a atenção para uma questão e mobilizá-lo, contribuindo,



também, para aumentar os seus conhecimentos através de um trabalho de elaboração mais complexo do argumento e da realização.

## **Produção da série**

### **- Pauta**

A grande reportagem em vídeo, produzida a partir do tema “Humanização das Torcidas Organizadas”, tem como característica principal o caráter Participativo, que, de acordo com NICHOLS (2005, p.177) “é caracterizado pela interação de cineasta e tema”. A filmagem acontece em entrevistas e outras formas de envolvimento ainda mais direto. Dessa forma, o documentarista torna-se um sujeito ativo no processo de gravação, pois aparece em conversa com a equipe e provoca o entrevistado para que este fale.

Um documentário pode ter características de mais de um modo, mas na maioria das vezes um deles prevalece como o mais importante e visível. Assim, notam-se também características do modo Observativo, pois “existe o engajamento direto no cotidiano das pessoas que representam o tema, observadas por uma câmera discreta e a busca pela captação da realidade tal como aconteceu”. Notam-se também características do modo Reflexivo, pois “o tema aguça a consciência da construção da realidade feita pelo filme”. (NICHOLS, 2005, p.177)

Foi escolhido fazer uma série de 5 (cinco) reportagens, pois a medida que as gravações foram feitas e que a quantidade de fatores afetaram o objeto de pesquisa, ficou cada vez mais difícil abordar de forma clara o assunto em um curto espaço de tempo. Optou-se então, em dividir o assunto em temáticas e colocar cada sub-tema em grandes matérias separadas, dando origem a uma série que mantém a mesma estrutura e formato.

### **- Escolha das fontes**

É necessário partir de vários personagens para percepção das pessoas quanto indivíduo no meio da massa, a torcida. Para isso foi feita uma série de entrevistas sobre ações e opiniões de torcedores dos principais clubes paulistas – Palmeiras, Corinthians, Santos e São Paulo- exaltando sua individualidade, o que o motivou a participar de uma torcida organizada, histórias inusitadas, etc.



Uma especialista fala sobre as manifestações e comportamentos dos torcedores e da sociedade e para que o espectador possa tirar suas próprias conclusões sobre a visão da mídia sobre as organizadas, haverá uma série de entrevistas contrastando a opinião dos jornalistas e torcedores, dando a impressão de um debate.

A visão dos jogadores com relação às agremiações é do mesmo modo importante, afinal, por ser uma figura pública sua opinião acaba sempre evidenciada. A relação jogador/torcida é direta: são eles que sentem a vibração, o incentivo, rejeição e todas as outras demonstrações de satisfação. Quando o atleta se expressa positivamente e com respeito sobre a existência e o trabalho das uniformizadas, gera uma aceitação do grupo e evita, de certa forma, uma cobrança exagerada.

### **- Imagens**

As gravações nos estádios de futebol foram planejadas de acordo com a tabela do Campeonato Brasileiro de 2011, a preferência foi dada aos clássicos e acompanhou-se ao menos uma vez cada time (Palmeiras, Corinthians, Santos e São Paulo), tanto nos jogos e caravanas, quanto nas festas.

O estilo adotado é o da vídeoreportagem, principalmente para se ter dinamismo.

### **Considerações Finais**

Espera-se com esse artigo que as pessoas possam conhecer mais sobre os membros das torcidas como indivíduos e que contribua para a melhor compreensão das pessoas sobre os diversos aspectos do funcionamento das torcidas organizadas, e da essência do que é um jogo de futebol para os torcedores.

Discutir sobre sentimentos foge da esfera da razão para a emoção, principalmente se tratando de futebol, mas é de suma importância apresentar uma crítica a respeito sob diversos ângulos, para, assim, permitir o conhecimento de maneira mais profunda os aspectos que envolvem o tema.

Devido ao caráter informativo da atividade dos profissionais de imprensa, entende-se que, além de atualizar a sociedade, ela contribui para a formação de opinião e conscientização da mesma. É preciso entender que para tudo existem diversos lados, que há mulheres, idosos e crianças envolvidas e, portanto, tem um grande peso no grupo de torcedores e que não são em sua esmagadora maioria marginais e violentos, pois tudo



o que é estereotipado se torna incompleto, sendo assim, segue uma crítica aos meios de comunicação.

## Referências

### Livros

CURADO, Olga. **A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002. 194 p.

FERREIRA, A. B. H. **Minidicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 1999. 208 p.

JESPERS, Jean-Jacques. **Jornalismo televisivo: princípios e métodos**. Coimbra: Minerva, 1998. 188 p.

LIMA, E. P. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. 2. ed. Barueri: Manole, 2004. 371 p.

NICHOLS, B. **Introdução ao Documentário**. 1. ed. Campinas: Editora Papirus, 2005. 270 p.

PIMENTA, Carlos Alberto Máximo. **Violência entre torcidas organizadas de futebol: Violência e Auto-afirmação**. São Paulo: Editora Vogal, 1997. 160 p.

SANTOS, Tarcyanie Cajueiro. **Dos espetáculos de massa às torcidas organizadas: paixão, rito e magia no futebol**. São Paulo: Annablume, 2004. 172 p.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **Torcidas Organizadas de Futebol**. São Paulo: Vozes, 1996.

### Artigos

DA SILVA, D. M. M.; **Apontamentos sobre o protagonismo do torcedor no espetáculo de futebol: um olhar sobre a participação da torcida num jogo**. Universidade do Futebol. 2008.

Disponível em:

<<http://www.cidadedofutebol.com.br/2008/04/1,1585,APONTAMENTOS+SOBRE+O+PROTAGONISMO+DO+TORCEDOR+NO+ESPETACULO+DE+FUTEBOL.aspx?p=2>>. Acessado em: 26/03/2011.

FREITAS, F.; **Meios de comunicação de massa, Indústria Cultural e Cinema**. Web artigos. Dez/2007. Disponível em:

<<http://www.webartigos.com/articles/3381/3/meios-de-comunicacao-de-massa-industria-cultural-e-cinema/pagina3.html>>. Acessado em: 04/12/2010.



HANSEN V., **Torcida Organizada Os Fanáticos: relacionamentos e sociabilidade**, 2007, 101 f. Dissertação (Mestrado) - Departamento de Educação Física, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2007. Disponível em: <<http://dspace.c3sl.ufpr.br:8080/dspace/handle/1884/11395>>. Acessado em: 02 de março de 2011.

LOPES, D. L., **A relação entre o fanatismo esportivo e as torcidas organizadas**, Rio de Janeiro, 2007, 41 f. Disponível em: <[http://www.epsjv.fiocruz.br/index.php?Area=Monografia\\_PTCC&Num=28&Destques=1&Etpa=2](http://www.epsjv.fiocruz.br/index.php?Area=Monografia_PTCC&Num=28&Destques=1&Etpa=2)>. Acessado em: 02 de março de 2011.

### Sites

BORGES, Renato. **Multidão, massa e público**. Disponível em: <[http://www.professorrenato.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=132:publico-multidao-e-massa&catid=35:sociologia&Itemid=65](http://www.professorrenato.com/index.php?option=com_content&view=article&id=132:publico-multidao-e-massa&catid=35:sociologia&Itemid=65)>. Acessado em: 16/04/2011.

**Site da Band**. Disponível em: <<http://www.band.com.br/>>. Acessado em: 30/04/2011.

**Site da Gazeta Esportiva**. Disponível em: <<http://www.gazetaesportiva.net/>>. Acessado em: 30/04/2011.

**Site do Globo Esporte**. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/>>. Acessado em: 30/04/2011.

**Site da Rede Record**. Disponível em: <<http://www.r7.com/>>. Acessado em: 30/04/2011.

**Site da RedeTV!**. Disponível em: <<http://www.redetv.com.br/esportes/>>. Acessado em: 30/04/2011.

**Site do TED *Ideas worth spreading***. Disponível em: <<http://www.ted.com/>>. Acessado em: 11/11/2011.