



## **Super Bowl: o maior evento esportivo norte-americano aos olhos de um brasileiro<sup>1</sup>**

Aldir Cony dos SANTOS NETO<sup>2</sup>

Eduardo REFKALESKY<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### **Resumo**

O objetivo deste trabalho é relatar a experiência de ter presenciado a 46ª edição do Super Bowl, a final do campeonato de futebol americano dos Estados Unidos, dando destaque aos vários aspectos relacionados à área de comunicação. Para isso, será apresentado brevemente o funcionamento do jogo e o panorama atual da modalidade no Brasil. Também será traçado um breve histórico do esporte e da *National Football League* (NFL), a liga norte-americana da modalidade, visando contextualizar o evento e explicar sua importância cultural e econômica no cenário esportivo dos Estados Unidos.

**Palavras-chave:** Futebol americano; NFL; Super Bowl

### **1. Introdução**

Apesar de ser um evento esportivo de enorme importância nos Estados Unidos, há pouca referência bibliográfica acerca do futebol americano e do Super Bowl em estudos feitos no Brasil. Este fato tende a mudar, devido ao grande aumento de popularidade apresentado pelo esporte ao longo dos últimos anos, o que conseqüentemente atrai maior interesse na realização de estudos e pesquisas sobre o assunto em questão.

O Super Bowl é mais do que um jogo. Trata-se de um megaevento totalmente relacionado à área da comunicação. Não apenas a partida em si, mas toda a divulgação que é feita antes, durante e depois do jogo, envolve, anualmente, cifras bilionárias nos Estados Unidos e, cada vez mais, em outros países, principalmente o Brasil.

Estando presente à edição 2012 do Super Bowl, tive a oportunidade de observar as estratégias de divulgação do *Big Game*, como é conhecido o jogo no país, e de organização feita pela cidade-sede da última edição, Indianápolis. Além disso, pude entender a fundo a importância que o esporte e que esse evento possuem no imaginário do cidadão norte-americano, pois da mesma forma que se diz que o futebol ajuda a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Jr – II08: Estudos Interdisciplinares de Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 2º semestre do Curso de Comunicação Social da ECO-UFRJ, email: [aldircony@ufrj.br](mailto:aldircony@ufrj.br).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da ECO-UFRJ, email: [ref@ufrj.br](mailto:ref@ufrj.br).



entender a cultura brasileira, o futebol americano e o Super Bowl são fundamentais para que se possa compreender melhor a cultura estadunidense.

Esta análise utiliza a metodologia do observador participante, de forma qualificada, visto que tive acesso aos bastidores da transmissão da emissora ESPN, principal canal esportivo nos Estados Unidos e que, no Brasil, concentra a maior parte das transmissões de futebol americano. As fontes de todas as informações citadas encontram-se na seção de referências bibliográficas.

## 2. O Jogo

O futebol americano é um esporte coletivo cujo objetivo é a conquista de território adversário. A partida é dividida em quatro períodos de 15 minutos cada. O objetivo, como na maioria dos esportes, é marcar um maior número de pontos do que o adversário. A principal forma de se pontuar é marcando um *touchdown*, o que ocorre quando um jogador leva a bola até a extremidade oposta do campo de jogo.

Cada equipe entra em campo com 11 jogadores. Para se conquistar o território e chegar até a *endzone* oposta, onde se marca o *touchdown*, cada time tem que avançar gradualmente com a bola por todo o campo de jogo, cujo comprimento é de cem jardas (aproximadamente 91,5 metros). A cada quatro jogadas, conhecidas como descidas ou *downs*, as equipes têm que avançar no mínimo 10 jardas. Caso contrário, a bola é devolvida ao adversário.

Normalmente, se uma equipe faz três jogadas e ainda está distante de alcançar as 10 jardas (e obter com isso a chamada “primeira descida”), opta-se por devolver a bola voluntariamente para o adversário, chutando-a o mais longe possível, no chamado *punt*, de modo a dificultar a tentativa do adversário de se chegar à *endzone*.

Para avançar as jardas do campo, as equipes podem correr com a bola ou lançá-la. Caso a opção seja a corrida, a bola é entregue para o *runningback*, que deve avançar, sem deixá-la cair, a maior distância possível. Já caso se opte por lançar a bola, o *quarterback* é o responsável por lançá-la para um *wide receiver*, que ao recebê-la deve correr o máximo que conseguir. A jogada seguinte se inicia no ponto em que o jogador for derrubado ou saiu de campo.

Além do *touchdown*, que vale seis pontos, há outras formas de se pontuar. O *field goal*, que é quando a bola é chutada entre as traves amarelas, vale três pontos. Já quando o adversário é derrubado na própria *endzone* ocorre o *safety*, que vale dois pontos para o time da defesa. Por fim, há os *extra points* após o *touchdown*: a bola é



colocada na linha de duas jardas e o time pode optar entre marcar um “mini *touchdown*”, valendo dois pontos extras, ou chutar um “mini *field goal*”, valendo um ponto extra.

Há muitas outras regras e conceitos importantes para o completo entendimento do esporte, porém esse é o mecanismo básico de funcionamento do jogo, suficiente para se entender uma partida.

### **3. O Futebol Americano e a National Football League**

Estamos acostumados, no Brasil, a uma cultura “monoesportiva”. Apesar de um crescente interesse popular em outras modalidades, o futebol ainda é, disparadamente, o esporte mais praticado e assistido em nosso país. Já nos Estados Unidos, esse cenário é bastante diferente. Vários esportes dividem a atenção do público, entre eles destacam-se o beisebol, o basquete, o hóquei no gelo e, mais recentemente, o futebol, o MMA (artes marciais mistas) e o automobilismo (principalmente devido à Nascar, o campeonato americano de *stock car*).

Nenhum desses esportes, porém, alcança a mesma popularidade que o futebol americano. Em uma pesquisa realizada pelo instituto norte-americano de opinião pública *Harris Institute*, entre os dias 5 e 12 de dezembro de 2011, foi perguntado a 2.237 adultos dos Estados Unidos qual o seu esporte favorito: 36% dos entrevistados optaram pelo futebol americano. Além disso, 13% dos cidadãos americanos disseram ter como modalidade esportiva predileta o futebol americano universitário.

Tais números comprovam a popularidade do esporte mesmo em um cenário de grande concorrência com outras modalidades. Desde que surgiu, o esporte atraiu muitos interessados em jogá-lo e assisti-lo, e seu *boom* de popularidade, que fez o esporte ultrapassar o beisebol na preferência dos americanos, ocorreu na década de 1960, quando foi criada a grande final da liga: o Super Bowl. Para se entender o que levou a isso, é preciso conhecer primeiro a história do esporte nos Estados Unidos.

No começo do século XX, o futebol americano era disputado sem equipamentos de proteção e sem regras bem definidas que protegessem a integridade dos jogadores. Só no ano de 1905, por exemplo, 18 atletas universitários morreram praticando o esporte. A modalidade ficou sob ameaça de ser suspensa pelo presidente Theodore Roosevelt caso algo não fosse feito para mudar tal situação. Por isso foram criadas novas regras e o esporte tornou-se bem menos violento, o que atraiu um maior número de praticamente e um público mais variado.



Em 1922 foi criada a primeira liga profissional de futebol americano, posteriormente intitulada *National Football League*. A popularidade do esporte foi crescendo anualmente. A final do torneio em 1958, por exemplo, foi assistida pela televisão por mais de 45 milhões de pessoas. Em várias cidades do país, novas equipes iam sendo criadas, e a *NFL* não tinha condições de absorver o surgimento de tantos times. Foi por isso que, em 1960, foi criada uma liga concorrente, a *American Football League*.

Durante anos, a concorrência entre os dois torneios foi intensa. Visando atrair mais espectadores, os times de uma liga investiam milhões de dólares na contratação dos melhores jogadores da liga adversária. A rivalidade estava começando a causar prejuízos aos donos das equipes, o que levou a assinatura da trégua entre AFL e NFL em 1966. As duas ligas deixaram de ser rivais, tornaram-se “conferências”, a saber, *American Football Conference* (AFC) e *National Football Conference* (NFC). As equipes vencedoras de cada conferência disputariam a grande final para que fosse determinado o campeão nacional. A essa final deu-se o nome de Super Bowl.

A união entre as duas ligas até então concorrentes propiciou o surgimento de um torneio único, forte e que envolvia equipes de diversas partes do território norte-americano. A partir desse momento, o futebol americano se consolidou como esporte número um na preferência dos estadunidenses.

Atualmente, 32 equipes compõem a *National Football League*, 16 em cada conferência. Tanto na AFC quanto na NFC as equipes são divididas em quatro grupos de quatro equipes cada. Entre os meses de setembro e dezembro, é disputada a chamada temporada regular da NFL, em que cada equipe disputa 16 partidas. As seis melhores equipes de cada conferência se classificam para os *playoffs*, disputados em janeiro, e os times vencedores de cada conferência se enfrentam no Super Bowl.

#### **4. O Esporte no Brasil**

As primeiras transmissões do futebol americano no Brasil foram feitas ainda na década de 1960. Os jogos exibidos não eram ao vivo e as transmissões, feitas pela TV Tupi, eram bastante amadoras, pois pouco se conhecia sobre aquele esporte no Brasil. Os jogos não rendiam muita audiência e acabaram sendo suspensos da programação da emissora. Somente ao final da década de 1980 o esporte voltou a ser televisionado no Brasil, dessa vez pelas Redes Manchete e Bandeirantes.

A partir de 1998, as transmissões da NFL no Brasil passaram a ocorrer somente na TV a cabo, pela ESPN. Até 2005, os jogos eram transmitidos em português direto da



sede da ESPN nos Estados Unidos, em Bristol. A partir de 2006, isso passou a ser feito na filial brasileira da emissora, em São Paulo. No mesmo ano, mais um canal passou a transmitir as partidas, o Bandsports. Com esses dois acontecimentos, o número de transmissões por semana aumentou e o esporte passou por um grande aumento de popularidade no país.

Em 2011, foram exibidas em média cinco partidas por semana, além de todos os jogos dos *playoffs* e o Super Bowl. A última edição do evento, inclusive, foi transmitida na TV aberta pelo canal Esporte Interativo. Além disso, desde 2009 a ESPN do Brasil transmite a grande final *in loco*, com uma equipe completa direto do estádio em que o jogo ocorre.

Há outros indicadores do crescimento da popularidade do futebol americano no Brasil, como a Internet. Um dos maiores sites brasileiros sobre o esporte no país, o Diário NFL, já recebeu mais de dois milhões de acessos desde que foi criado. Já no site de relacionamentos Orkut, há 13 comunidades com pelo menos mil membros sobre o assunto “futebol americano”. Já com o tema NFL são nove comunidades com mais de mil participantes, sendo que a maior delas conta com quase 24 mil integrantes. Além disso, há centenas de comunidades sobre outros temas relacionados ao assunto, como as 32 equipes que compõem a liga, os narradores e comentaristas do esporte no Brasil e as *cheerleaders*, líderes de torcida comuns em jogos de futebol americano e em demais esportes estadunidenses.

Outro indicador de que a modalidade está atraindo cada vez mais fãs é o número de equipes brasileiras praticando o esporte. Até 2007, não havia equipe alguma que disputasse a modalidade com as regras oficiais e o equipamento completo. A modalidade era praticada apenas de forma amadora, na praia ou na versão conhecida como *flag football*, na qual as regras são alteradas para diminuir o contato físico entre os jogadores. Entre 2008 e 2011, porém, essa situação mudou completamente: desde então, surgiram mais de 35 times disputando o futebol americano de acordo com as regras oficiais e com o equipamento completo.

Estas equipes disputavam diferentes torneios, sendo os dois principais o Torneio Touchdown e a Liga Brasileira de Futebol Americano. Visando o crescimento e o fortalecimento do esporte no Brasil, no ano de 2011 os campeonatos foram unificados, num processo semelhante ao ocorrido nos Estados Unidos em 1966. A partir de 2012, portanto, passa a existir o Campeonato Brasileiro de Futebol Americano. Além disso, foi criada no ano de 2012 a seleção brasileira da modalidade.



Esses indicadores mostram como o esporte tem se tornado cada vez mais popular no país, e foi por isso que, ao final da temporada 2011/12, a ESPN do Brasil decidiu lançar um concurso inédito na televisão brasileira, intitulado “Loucos por NFL”.

### **5. “Loucos por NFL”**

No dia 11 de novembro de 2011 a ESPN anunciou uma ação inédita para levar dois fãs de futebol americano, com acompanhante, para assistir direto de Indianápolis ao Super Bowl XLVI. O concurso foi divulgado na TV, durante os jogos e programas da emissora voltados ao futebol americano, no rádio, pela Eldorado ESPN, e na internet, nas páginas da empresa no Facebook e no Twitter. Além disso, foi criado um *website* exclusivo para a promoção.<sup>4</sup>

Tratava-se de um concurso cultural cujo prêmio incluía passagens de ida e volta para Indianápolis, quatro noites de hotel e um par de ingressos para o Super Bowl. Para participar, o candidato deveria produzir um vídeo de no máximo um minuto mostrando porque ele merecia estar presente na grande final da NFL. Os dois vídeos considerados mais criativos e originais por uma comissão formada pela ESPN seriam os vencedores.

A ação ocorreu entre os dias 11 de novembro e 20 de dezembro de 2011, e o ganhador foi anunciado dois dias após o prazo de envio dos vídeos, durante a transmissão de um jogo do time de Indianápolis, cidade na qual ocorreria o evento.

Segundo divulgação da ESPN, foram enviados mais de mil vídeos, dentre os quais o que produzi foi considerado o melhor. Sendo assim, fui o ganhador do concurso e tive a oportunidade de viajar para Indianápolis e assistir ao Super Bowl com um acompanhante, além da outra dupla de ganhadores, cujo vídeo foi considerado o segundo melhor.

Dia 2 de fevereiro de 2012 embarcamos rumo à cidade-sede do evento na companhia de uma representante da ESPN do Brasil, dando assim início à experiência de se vivenciar um Super Bowl.

### **5. O Super Bowl**

Disputado desde 1966, com a união entre a AFL e a NFL, o Super Bowl é a grande final do campeonato de futebol americano dos Estados Unidos. Realizado normalmente

---

<sup>4</sup>Disponível em <<http://loucospornfl.espn.com.br>>. Acesso em 11 de maio de 2012.



no primeiro domingo de fevereiro, ele acontece cada ano em uma cidade diferente, escolhida por uma comissão da NFL com uma antecedência média de três a quatro anos.

Trata-se do maior evento esportivo dos Estados Unidos. É um domingo em que o país inteiro concentra suas atenções no decisivo duelo que decide o campeonato. Mais do que um simples jogo, o Super Bowl é um megaevento esperado durante toda a temporada de futebol americano no país.

Além do jogo entre as duas melhores equipes do campeonato, merece destaque o igualmente esperado show do intervalo. Desde 1993, ocorre durante o intervalo da partida o show de um grande astro da música internacional. Já se apresentaram artistas como Paul McCartney, Michael Jackson, Bruce Springsteen, além de bandas como The Who, The Rolling Stones, U2 e The Black Eyed Peas. Na edição de 2012 foi a vez de Madonna. São shows curtos, de aproximadamente 15 minutos, mas que atraem uma repercussão quase tão grande quanto a do jogo em si.

Outra atração relacionada ao intervalo são os anúncios veiculados na televisão durante a transmissão da partida. Os comerciais exibidos nos intervalos do jogo são sempre criativos e originais, feitos exclusivamente para a ocasião. Um dos mais famosos foi o comercial da Apple, "1984", produzido pelo diretor Ridley Scott (*Blade Runner*, *Alien* e *Gladiator*), e veiculado apenas uma vez, no Super Bowl do mesmo ano. Em 1995, pela primeira vez o preço de um comercial de 30 segundos atingiu a marca de um milhão de dólares. Já na última edição do evento, transmitida nos Estados Unidos pela NBC, uma inserção comercial de 30 segundos custava aproximadamente 3,5 milhões de dólares.

Valores milionários como esse se justificam pela audiência do evento. A edição 2012, por exemplo, foi assistida por 111 milhões de norte-americanos, superando a marca da edição anterior do evento e quebrando o recorde de maior audiência na história da televisão estadunidense.

Outros números impressionantes confirmam os altos índices de audiência do Super Bowl: a última edição do jogo foi transmitida para 232 países e territórios em 34 idiomas diferentes. No Twitter, foram mais de 6,5 milhões de menções feitas sobre o assunto somente durante a transmissão da partida.

O Super Bowl XLVI foi disputado no dia 5 de fevereiro de 2012, pela primeira vez na cidade de Indianápolis, capital do Estado de Indiana. Enfrentaram-se o campeão da AFC, New England Patriots, e o vencedor da NFC, New York Giants.



Há sempre muita expectativa acerca do duelo decisivo do campeonato, mas no caso do Super Bowl XLVI esse clima era ainda mais intenso que de costume. Isso se deve ao fato de que essas mesmas duas equipes haviam se enfrentado na grande final quatro anos antes, no que foi por muitos considerado um dos melhores jogos de todos os tempos. Naquela ocasião, o time dos Patriots era, possivelmente, o melhor time da história do esporte, e havia chegado à final com 16 vitórias e nenhuma derrota, um fato até hoje inédito da NFL. Apesar de todos os prognósticos, o time dos Giants conquistou uma heroica vitória a menos de um minuto do fim, tornando aquela edição do Super Bowl uma das mais espetaculares já realizadas até hoje.

Durante a semana que antecedeu a edição 2012 do evento, a cidade de Indianápolis recebeu aproximadamente 150 mil visitantes, que gastaram em torno de 400 milhões de dólares na cidade. Percebe-se que a cidade recebeu um número de turistas muito maior do que a capacidade total do estádio Lucas Oil, palco da final, que tem lugar para 63 mil torcedores. Isto é, foram aproximadamente 100 mil pessoas que viajaram para Indianápolis para assistir ao jogo pela televisão.

Trata-se de um fenômeno comum nas cidades que recebem o *Big Game*: pessoas de todo o país que viajam para a cidade-sede do jogo simplesmente para vivenciar o clima do evento. Elas economizam dinheiro ao longo de toda a temporada para poder viajar para a cidade que receberá a final mesmo que não tenham comprado ingressos, cujos preços custam, em média, 1.200 dólares.

Na semana que antecedeu o jogo, Indianápolis se transformou completamente para receber os visitantes. Ao chegar ao aeroporto, os turistas já começavam a ser imersos no clima do Super Bowl: todo o ambiente estava decorado com balões e cartazes relativos ao evento, e enquanto uma banda tocava no saguão, funcionárias davam a todos, individualmente, boas vindas à “cidade do Super Bowl”, entregando um mapa de Indianápolis e um roteiro das principais atividades relacionadas ao *Big Game*.

O centro da cidade se tornou a *Super Bowl Village*, uma espécie de “cidade do futebol americano”. *Shopping centers* e salões de convenções ficavam abertos 24 horas por dia com eventos voltados ao Super Bowl. Nos espaços a céu aberto havia shows e atividades recreativas gratuitas. Atrações como um letreiro gigante com os números romanos XLVI e uma tirolesa de 250 metros chamavam a atenção na paisagem do local, além de inúmeros outdoors de divulgação do jogo e também do show do intervalo com Madonna.



As ruas foram temporariamente renomeadas, adotando os nomes dos times da NFL. Estabelecimentos como restaurantes e lanchonetes passaram a divulgar seu endereço nos jornais, no rádio e na televisão de acordo com a nova organização dos logradouros: uma pizzaria que antes ficava na *Market Street* agora se localizava na *Dallas Cowboys Street*, por exemplo.

Outra interessante estratégia adotada pela cidade foi utilizar a força local de outro esporte para promover o Super Bowl: o automobilismo. Sede da famosa corrida de 500 Milhas, Indianápolis sempre teve vocação para a Fórmula Indy, e por isso foram espalhados pela cidade 32 carros de corrida estilizados para cada um dos times da NFL. Assim, torcedores de equipes de todo o país consultavam em seu mapa onde estava o carro temático de seu time e iam ao local, como *shopping centers*, zoológicos e parques de diversão, aproveitando para conhecer também o local em que o carro estava.

A principal atração da cidade nos dias que antecederam a partida, porém, foi o *NFL Experience*, um gigantesco complexo com quase 50 mil metros quadrados montado a poucos metros do Lucas Oil Stadium. Tratava-se de um parque de diversões temático de futebol americano, com dezenas de jogos, atividades e exposições para os mais variados públicos.

Os visitantes tinham a oportunidade de simular situações reais de jogo em competições que envolviam fundamentos básicos do esporte, como o lançamento da bola dentro de aros que se movimentavam no ar e chutes de *field goal* em traves de tamanho real.

Havia também exposições de imagens históricas do esporte, de bolas utilizadas em todas as edições do Super Bowl, além de televisões que exibiam imagens dos primeiros jogos televisionados nos Estados Unidos. Já na entrada do local, um telão de alta definição mostrava alguns dos melhores momentos das edições passadas do Super Bowl, e embaixo dele um grande cronômetro exibia a contagem regressiva para o pontapé inicial da partida.

Por fim, o *NFL Experience* promovia sessões gratuitas de autógrafos com jogadores, treinadores e demais personalidades do futebol americano. Por serem muito concorridas, era preciso se inscrever e ser um dos sorteados.

No dia do jogo, o acesso ao local foi restrito aos que tinham ingresso para a partida. Ela estava marcada para 18h30min, mas desde a manhã o público se fez presente no *NFL Experience*, que possuía ligações internas diretas com o Lucas Oil Stadium. Ao longo da tarde, os torcedores foram se dirigindo para o estádio de modo tranquilo e



organizado, sem que tenha ocorrido qualquer tipo de confusão. Por medidas de segurança, todos os torcedores foram submetidos a revista pessoal e a passagem pelo detector de metais.

Placas de sinalização dos lados de fora e de dentro do estádio informavam de maneira clara e precisa a localização de cada setor de arquibancada, fazendo com que os torcedores encontrassem sem dificuldades o local determinado em seus ingressos.

Por volta das 18 horas, todas as cadeiras já pareciam estar ocupadas. Ao chegar em seu lugar identificado no ingresso, o torcedor encontrava uma pequena almofada e uma bolsa plástica, contendo um folheto de propaganda e uma pequena luz de LED, cujo uso seria explicado posteriormente.

Teve início, então, a apresentação da banda marcial da Universidade de Indianápolis, seguida da execução da canção *America, The Beautiful* e do hino nacional americano. Após isso, entraram em campo ao som de rock as duas equipes finalistas e, pontualmente às 18h30, teve início o Super Bowl XLVI.

O primeiro fenômeno interessante podia ser observado nas arquibancadas. Não havia qualquer tipo de separação entre os torcedores das duas equipes. Fãs dos Giants e dos Patriots compartilharam o mesmo espaço sem que tenha ocorrido confusão.

Por não haver distinção entre ingressos para torcedores de um time ou de outro, não é possível afirmar com precisão a proporção entre o número de torcedores de cada uma das duas equipes. Apesar disso, era notável a supremacia de pessoas torcendo para o New York Giants. Isso não significa, porém, que havia um maior número de turistas de Nova York do que de Boston, cidade dos Patriots. Esse predomínio de pessoas apoiando o time nova-iorquino se deve à torcida dos próprios habitantes de Indianápolis, e essa preferência pode ser explicada por duas causas.

O primeiro motivo é que o maior rival do New England Patriots é justamente o time de Indianápolis, os Colts. Sendo assim, quase nenhum morador da cidade-sede destinou sua torcida à equipe rival. Além disso, o principal jogador do time de Nova York é Eli Manning, irmão mais novo de Peyton Manning, o maior ídolo da história do time de Indianápolis. Dessa forma, havia uma forte identificação entre os habitantes da cidade com a equipe nova-iorquina, fazendo com que praticamente todos tenham torcido para os Giants.

Nas arquibancadas, o predomínio de torcedores por parte de uma equipe era facilmente perceptível pelas manifestações sonoras. As vaias às jogadas dos Patriots e as ovações aos atletas dos Giants eram claramente notáveis. Diferente do que se vê nas



torcidas brasileiras, porém, não são comuns as manifestações da torcida através de cantos e gritos coletivos, sendo mais frequentes as reações individuais. Um dos prováveis motivos é o fato de, diferente do que ocorre no Brasil, as torcidas ficarem misturadas, dificultando assim a organização de manifestações exclusivas de uma torcida.

Mesmo durante as pausas no jogo, a torcida não dispersava sua atenção. Os dois grandes telões do estádio exibiam diversas atrações que prendiam o foco do público. Eram mostrados vídeos históricos, imagens de torcedores comuns e ilustres presentes no estádio, momentos emocionantes e divertidos do campeonato, além de alguns jogos interativos, com perguntas para os torcedores tentarem acertar.

Outra diferença para o que ocorre nos jogos de futebol no Brasil é que os telões também exibiam os melhores momentos da partida, inclusive lances polêmicos, que geravam reação imediata da torcida. Diferente do futebol, porém, no futebol americano é permitido ao treinador desafiar a marcação da arbitragem, solicitando ao árbitro que assista ao *replay* da jogada.

Isso chegou a ocorrer no Super Bowl, quando o um jogador dos Giants recebeu um lançamento estando, a princípio, fora do campo de jogo. O *replay* foi exibido, a torcida assistiu e se manifestou intensamente contra a marcação oficial, e o treinador solicitou a revisão da jogada, corrigindo o que seria um erro de arbitragem.

Durante o segundo quarto de jogo, os telões também exibiram instruções sobre o que fazer com as pequenas lâmpadas encontradas em todas as cadeiras. Elas deveriam ser acesas em um momento exato durante o show de Madonna, no intervalo, assim que fosse mostrada uma certa imagem no telão.

Após o fim do primeiro tempo, levou menos de 10 minutos para que toda a estrutura do palco fosse montada no gramado. O show durou entre 10 e 15 minutos, e apesar de muito bem produzido e organizado, não resultou em uma reação muito calorosa do público. Fatores como o nervosismo dos torcedores, uma vez que o jogo se encontrava muito equilibrado, com o placar em 10 a 9, além da baixa identificação existente entre os fãs de futebol americano e a música de Madonna, são prováveis explicações para a falta de empolgação do público durante a apresentação.

Além disso, observa-se que o show é produzido visando o espectador que está assistindo pela televisão. Isso é perceptível pelo fato de a artista ficar o show inteiro virada de costas para metade do público, sempre de frente para as cabines de transmissão, além de haver uma série de números e coreografias imperceptíveis à



distância da arquibancada, sendo somente visíveis através das imagens exibidas pela televisão.

Após a apresentação, o palco foi desmontado em menos de cinco minutos, e logo teve início a segunda metade da partida. A tensão da torcida se manteve até o último lance da partida, quando um passe incompleto da equipe dos Patriots encerrou o jogo com o placar de 21 a 17 para o New York Giants.

Assim que a bola tocou o chão encerrando a jogada final, iniciou-se uma chuva de papeis picados azuis, vermelhos e brancos, as cores do time campeão. São, por acaso, as mesmas cores do time derrotado e também da bandeira norte-americana, então a escolha das cores certamente não foi uma decisão difícil de ser tomada. Enquanto boa parte dos torcedores dos Patriots iam embora do estádio, era montado o palco no qual ocorreria a cerimônia de entrega do troféu.

Um apresentador conduziu a cerimônia e entrevistou o treinador da equipe vencedora, Tom Coughlin, e o *quarterback* Eli Manning, que foi eleito o melhor jogador da partida e ganhou um carro do modelo *Corvette*. Após a cerimônia, os torcedores se retiraram do estádio de maneira calma e ordenada. Por ser um enorme número de pessoas deixando o local ao mesmo tempo, houve certa demora, porém nada acima dos limites esperados.

O trânsito havia sido fechado nas ruas ao redor do estádio, então foi preciso que todos se deslocassem até ruas próximas para pegar um táxi ou buscar o carro nos estacionamento privados. Assim como na entrada, também não houve na saída brigas ou tumultos, tendo tudo transcorrido em perfeita ordem.

Muitas pessoas que não estiveram presentes no estádio ofereciam dinheiro, em média 20 dólares, em troca do ingresso utilizado por outros torcedores. Tal fato demonstra o valor dado pelos americanos por tudo aquilo que tem algum tipo de relação com o Super Bowl.

No dia seguinte ao jogo, todos os jornais, rádios e televisões repercutiam o evento nos seus mínimos detalhes. Desde as jogadas decisivas até os melhores comerciais exibidos nos intervalos, todos os assuntos a serem debatidos eram relacionados ao grande evento.

Em meio à satisfação por ter realizado um excelente Super Bowl, havia certo clima de tristeza entre os moradores de Indianápolis por saberem que aquilo havia chegado ao fim, e que provavelmente se passarão muitos anos até que um novo Super Bowl seja realizado na cidade.



## 6. Considerações Finais

Durante as horas no estádio, encontrei outros dois grupos de brasileiros que foram assistir ao jogo. Isso reitera o crescimento da popularidade do esporte no Brasil, levando pessoas a fazerem uma longa viagem com o intuito de participar de um evento que até pouco tempo atrás era exclusivo da cultura americana.

Tal fenômeno só é possível devido à crescente divulgação do esporte nos meios de comunicação, principalmente a televisão a cabo e a Internet. Diferente do futebol, que há décadas uma modalidade presente no cotidiano da sociedade brasileira, o futebol americano é um esporte que vem crescendo de forma significativa somente nos últimos anos. É fundamental, portanto, que ocorra a promoção dessa modalidade por parte dos meios de comunicação, visando ampliar a gama de atividades a serem praticadas por jovens.

É preciso romper com certos preconceitos que dificultam um crescimento ainda maior do futebol americano no Brasil, como a ideia de que se trata de um esporte puramente violento. Trata-se, na verdade, de uma modalidade baseada principalmente na estratégia, e cuja prática deve ser estimulada nas escolas e nos clubes, de modo que ela conquiste um espaço ainda maior no panorama esportivo brasileiro.

Paralelamente a isso, outro importante aspecto a ser analisado é a gigantesca proporção tomada por tudo aquilo que envolve o Super Bowl na sociedade norte-americana. As cifras milionárias envolvidas mostram a importância não apenas cultural, mas também econômica que o evento possui nos Estados Unidos. Sua maciça divulgação e suas diferentes formas de promoção são ímpares no cenário contemporâneo da comunicação, e a capitalização obtida sobre o evento alcança valores impressionantes.

Além disso, a extrema organização do evento, desde o aeroporto ao longo da semana até o estádio no dia do jogo, são exemplares para outros países que organizarão em breve eventos de porte semelhante, como as cidades brasileiras que receberão jogos da Copa do Mundo, em 2014, e o Rio de Janeiro, que sediará as Olimpíadas de 2016.

Devido a essa série de fatores e tendo em vista que este é apenas um trabalho inicial sobre o tema, sem qualquer pretensão de esgotar o assunto em questão, nota-se a importância de se analisar profundamente os casos relativos ao futebol americano, sua popularidade no Brasil e sua importância econômica e cultural nos Estados Unidos, principalmente no que tange ao principal evento do esporte no país: o Super Bowl.



## Referências Bibliográficas

D'AMARO, P. Crescimento explosivo no país!. *Guia de Futebol Americano*, São Paulo: Abril, ano 2, nº 2, p. 90, ago. 2011.

JANOFF, B. **New Fan Poll Shows Pro, College Football Kicking Baseball In The Grass.** 2012. Disponível em: <http://thebiglead.com/index.php/2012/01/25/new-fan-poll-shows-pro-college-football-kicking-baseball-in-the-grass/>. Acesso em 11 maio 2012.

JOKURA, T. R. Hoje é dia de Super Bowl. *Revista Mundo Estranho*, São Paulo: Abril, p. 10 - 11, 01 fev. 2005.

MATHEWS, A. **Is Oakland Feeling Super?** 2012. Disponível em: <http://www.tfdssports.com/2012-articles/february/is-oakland-feeling-super.html>. Acesso em 11 maio 2012.

MESSA, E. E. É mês de Carnaval e Super Bowl. *Jornal Meio e Mensagem*, São Paulo: Meio & Mensagem, p. 10, 06 fev. 2012.

MESSENGER, S. **By the numbers: Super Bowl facts and figures.** 2012. Disponível em: <http://www.treehugger.com/culture/by-the-numbers-super-bowl-facts-and-figures.html>. Acesso em 11 maio 2012.

SANTOS JR, S. A NFL planeja dominar o mundo. *Guia de Futebol Americano*, São Paulo: Abril, ano 2, nº 2, p. 95, ago. 2011.

SMITH, S. **Super Bowl ticket prices: a historical look.** 2012. Disponível em: [http://www.cbsnews.com/8301-31751\\_162-57370751-10391697/super-bowl-ticket-prices-a-historical-look/](http://www.cbsnews.com/8301-31751_162-57370751-10391697/super-bowl-ticket-prices-a-historical-look/). Acesso em 11 maio 2012.

VISIT INDY. **Guide to Visiting Indianapolis Before and During the Super Bowl.** Disponível em: <http://visitindy.com/2012-Super-Bowl-Indianapolis-Guide>. Acesso em: 11 maio 2012.