

## NÍVEL DE CONHECIMENTO DE REGRAS DE FUTEBOL DA IMPRENSA ESPORTIVA DE PERNAMBUCO

Bruno Rodrigo Lippo

**Apresentação:** O futebol é um desporto que envolve muitas emoções, principalmente quando transmitido através dos meios de comunicação de massa: rádio, televisão e jornal, pois as informações chegam a milhares de pessoas que podem ter diversas reações, sobretudo o público presente nos estádios. A imprensa esportiva faz um juízo de valor ao comentar sobre a arbitragem e regras do futebol, e por muitas vezes, os comunicadores emitem uma opinião que distorce a realidade do jogo e, principalmente, a atuação do árbitro em campo. Com isso, pode haver um desencadeamento da violência contra a arbitragem nos estádios, entre torcidas do mesmo time e torcidas adversárias. **Objetivo:** averiguar o conhecimento da imprensa esportiva de Pernambuco sobre as regras de futebol e suas aplicações durante uma partida de. **Método:** Os jornalistas que trabalham na imprensa esportiva (rádio, televisão e jornal), incluindo-se repórteres, locutores e editores foram investigados sobre o conhecimento das regras de futebol, que envolvia questões de regras e situações que poderiam acontecer durante um jogo. Para isso foi utilizado o método quantitativo descritivo com amostra não probabilística. Os questionários utilizados passaram por um período de análise, onde foram simuladas as ações para identificar as questões mal formuladas ou subjetivas que pudessem atrapalhar a compreensão quando aplicadas. Os resultados foram averiguados em questionário com oito itens e submetidos à análise estatística descritiva. **Resultados:** Foi constatado nas amostras um razoável nível de conhecimento dos jornalistas esportivos, mas com defasagem em regras e, principalmente, nas situações do jogo decisivas de uma partida, o que pode levar a imprensa esportiva a estereotipar as informações sobre a arbitragem e informar equivocadamente ao público.

**Palavras – chave:** futebol, imprensa, arbitragem

**Introdução:** A presente pesquisa buscou uma averiguação do conhecimento da imprensa esportiva sobre as regras de futebol e suas aplicações durante o jogo. Atualmente, é muito comum haver jornalistas esportivos que desconhecem a utilização das regras durante os jogos. O profissional da imprensa que cobre as partidas deve ter amplo conhecimento da regulamentação que norteia a modalidade que cobre jornalisticamente. Também não pode desconhecer como se dá a interação durante uma partida entre duas equipes e um estádio lotado. O

desconhecimento desses princípios por parte da imprensa gera uma representação deturpada sobre os fatos que ocorrem durante uma partida de futebol, provocando uma imagem equivocada da arbitragem.

A imprensa, quando desprovida de critérios mais responsáveis em sua análise, pode causar prejuízos aos profissionais que comandam o futebol ao levar informações falaciosas ao público, pois se trata de um esporte com um conjunto de regras de fácil compreensão, ao contrário, por exemplo, das regras do jogo político que são complexas e muitas vezes contraditórias. O resultado de uma competição é anunciado imediatamente após o seu encerramento, sendo uma opção atrativa para o público, além de, em função das suas características de imprevisibilidade do resultado, lhe fornecer elementos de tensão emocional, bem adequados às características da comunicação de massa e à indústria do entretenimento. Para Blumer (Apud MORTENSEN, 1980, p. 119), a cultura de massa se caracteriza por ser produzida segundo as normas de fabricação industrial, propagada por técnicas de difusão maciça, e destinada a uma massa social, que pode apresentar vários *feedbacks*, de acordo com o público receptor das mensagens.

A fácil compreensão de sua linguagem com a cultura do Brasil torna o entendimento sobre o futebol mais apreensível e o faz ser apreciado em diversos países e a imprensa esportiva quando informa equivocadamente sobre os processos de arbitragem, pode causar prejuízos diversos.

**Modelo teórico de referência:** O futebol é original da Inglaterra, onde foi criado por estudantes e chegou ao Brasil através do paulista Charles Muller, que o difundiu por São Paulo, mas sendo praticado apenas pelos nobres filhos de ingleses e alguns donos de fábricas paulistas. Hoje, o esporte é de massa no País, pois existem muitos clubes, jogadores, produtos temáticos e também muitos profissionais da imprensa, o que contribui para sua popularização.

Segundo Bracht (1992), atualmente, o futebol representa um exemplo da escala paralela de *status* e diferenciação cultivada na sociedade burguesa como um mecanismo de contenção social e de pacificação dos que ficam do lado de fora da escala de valores capitalistas, ou seja, é um meio que os excluídos têm de inserção na sociedade.

A interação entre os trabalhadores excluídos e o futebol é assim descrita:

O futebol é um esporte das massas, dos pobres, da gente humilde, ricos também gostam de futebol, mas para eles o esporte não é o grande tema de suas vidas. No futebol, clareiam-se as posições de luta de classes: os trabalhadores param e os patrões desgostam-se do “feriado” motivado por um campeonato de futebol. O futebol não é somente o “ópio”. Essa é uma interpretação demasiado geral. A hierarquia do esporte bretão dá-se de várias formas. Em relação à grande massa, o torcedor da equipe vitoriosa ou líder do campeonato está em superioridade em relação às equipes adversárias. Pelo menos nisso o “zé ninguém” é alguma coisa” (REDEKER, 2001, p. 68).

A autoestima das pessoas parece ficar melhor para encarar a vida, iniciar uma semana em plena segunda-feira, pois o torcedor tem o prazer de no dia seguinte comprar o seu jornal e ir lendo no ônibus o resultado do jogo do time do coração e ao chegar ao ambiente de trabalho tirar uma “vantagem” contra o colega, tendo o orgulho de dizer, por exemplo, que a sua equipe ganhou o jogo de 3 X 0. Pelo menos através do time que torce ele pode demonstrar sua glória, sua virtude, sua vantagem por torcer por uma equipe que só lhe dá felicidade. Com

ela, ele poderá rir-se do colega de trabalho, infeliz torcedor de times ruins, pobre torcedor neste mundo. Sua equipe, ao contrário, é sempre campeã, tem os melhores jogadores, vence no campeonato vingando por ele os dissabores da vida. No futebol não é raro ver-se torcedores entusiasmados após uma goleada da equipe de seu país contra uma seleção de outro.

Para Marcondes Filho (1989), o esporte substitui a vida: diante do desespero e da desilusão em melhorar a vida, aparece o esporte como atividade que vai colocar um sorriso no rosto do povo. Apenas no esporte – pois na ordem econômica e política dos fatos sociais ele não tem importância nenhuma – o homem simples recria a hierarquia de status e de diferenças e se contenta melhor com seu cotidiano, mesmo que seja por curto espaço de tempo.

Mas o brilhantismo de um resultado de uma partida de futebol pode acabar em um confronto de torcidas organizadas na saída de um estádio, devido a um resultado negativo da determinada equipe. Tudo pode ser influenciado pelos radinhos de pilha no ouvido e milhares de torcedores dentro da arena (estádio). O enfoque completamente emocional que os locutores e repórteres passam pelo rádio é capaz de causar um impacto muito grande, porque a maioria dos ouvintes não estão nas arquibancadas, mas em casa, no carro ou na rua e não estão assistindo ao que acontece. Assim, os torcedores criam em suas mentes uma visão do jogo que é apenas uma representação pessoal do narrador: cores das camisas dos jogadores, brigas dentro de campo, um pênalti duvidoso que o árbitro marcou etc. A imprensa sabe que a informação que divulga repercute amplamente, e de acordo com a credibilidade de quem a emite (comentaristas e veículos) pode propagar-se em opiniões convergentes e iguais, como acontece com uma torcida de futebol.

Para a cultura futebolística do País, o árbitro de futebol é sempre desonesto quando o time que se torce perde, mas se este vence, o árbitro passa despercebido. Segundo Edgar Morin (1977), teórico da Escola Francesa, a cultura seria um sistema constituído de valores, símbolos, imagens e mitos que dizem respeito quer à vida prática quer ao imaginário coletivo, compondo toda uma dimensão simbólica que permite aos indivíduos se localizarem no grupo e que formam uma espécie de “atmosfera” que permeia a inserção dos sujeitos no mundo.

Nesse sentido, e contrastando com a Teoria Crítica, a cultura de massa seria uma cultura que convive com os demais sistemas culturais numa realidade contemporânea que se caracteriza por ser policultural. A relação entre essas formas de culturas, porém, não é gratuita. De acordo com Morin (1977), a cultura de massa, por suas potencialidades, modifica e introduz novos elementos as outras manifestações culturais que não ficam imunes ao contato com a cultura industrializada.

Esses efeitos são sentidos na educação de uma nação, que eclode dentro dos estádios de futebol do Brasil, onde os bandidos fantasiados de torcedores estão dentro das torcidas organizadas, provocando brigas, até mesmo, entre o público imunizado da cultura de massa. Esse fato também é observado entre os jornalistas esportivos, pois o senso comum prevalece nas críticas da imprensa, com comentários e detalhes que algumas vezes são falsos ou mal interpretados, colocando o árbitro em uma vitrine que destrói sua imagem e o expõe à fúria dos torcedores.

Sabe-se que as disfunções provocadas pela imprensa não são totalmente eliminadas, entretanto com o melhor conhecimento desses profissionais sobre regras de futebol podem ser reduzidas consideravelmente, quando o comunicador tem plena consciência de seu papel na comunidade, completo domínio das técnicas que presidem suas atividades, amplo conhecimento do seu ofício e participação intensa na vida social. Isso lhe oferece sensibilidade e capacidade de identificar as necessidades do público a quem dirige a sua mensagem, principalmente quando o jornalista pertence a alguma organização de grande porte, a qual é líder há muitos anos de audiência, caracterizando-se pelo influxo de patrocinadores de grande porte em seus comerciais e *merchandising* durante os jogos.

Em sendo a comunicação de massa por natureza grupal, o comunicador massivo não pode gozar daquela completa liberdade de produção e emissão (intelectual, artística e técnica) da mensagem, que é desfrutada pelo comunicador individual, pois está dependendo de condicionamentos, que configuram seu comportamento e orientam sua atividade” (MARCONDES FILHO, 1989a, p. 70).

O pensamento de Marcondes Filho (1989a) deixa onerosa a função do comunicador de massa sobre os aspectos psicológicos que ele exerce, que dominam e agem no inconsciente dos torcedores, os quais se esquecem de seu lado humano, partindo para o extremismo, a ponto de levarem armas de fogo e bombas caseiras para os estádios para confrontar-se com outros torcedores do time adversário e até mesmo contra a arbitragem

A convicção, a relutância, a força com que as pessoas discutem o futebol ilustra como tal atividade pertence efetivamente ao lado importante de suas vidas. Tal importância reflete-se nos estádios de futebol, nas arquibancadas, porque os torcedores vão ao campo para excretar toda sua emoção com pouco domínio sobre a razão, uma vez que a única razão que lhes interessa é a que seu time ganhe e o árbitro ajude. O resultado das emoções podem ser restos mortais de um árbitro, que não tem compromisso com time A ou B, mas que está ali, dentro do campo trabalhando, ganhando o seu dinheiro, assim como o torcedor trabalha durante a semana estressado com horário, chefe, cotas a cumprir etc. Esse torcedor poderia ficar menos enfurecido com o árbitro, se a imprensa esportiva enviasse a mensagem de forma imparcial, mas acontece exatamente o contrário, com a manipulação da opinião pública.

Embora a expressão “opinião pública” tenha passado a constituir uma espécie de entidade em si mesma, ressalta imediatamente que o fato de ser pública em nenhum momento suprime a condição de ser opinião. Uma decisão e uma ação representam uma opinião e o número de opiniões convergentes ou exatamente iguais, produz a sua popularidade, como é o caso da manifestação de uma platéia do teatro ou da torcida de futebol.

“[...] O árbitro Wilson Souza pediu para os jogadores do Porto tirarem os brincos. Isso é uma frescura[...]” (LAGO, 2000:2).

Este fato, mencionado pelo colunista da Folha de Pernambuco, aconteceu antes da partida iniciar. Lago achou que, o árbitro foi muito exigente. A bíblia do árbitro é o livro de regras, e o jornalista não entende as decisões do árbitro, provando, em seu comentário, desconhecimento. Segundo o livro da Federation International Football Association (FIFA), Regras do jogo, 2008/2009, regra 4 -

Quanto ao equipamento dos jogadores, há o seguinte: os jogadores não utilizarão nenhum equipamento nem levarão nenhum objeto que seja perigoso para eles mesmos ou para os demais jogadores (incluindo qualquer tipo de jóias). Então, o árbitro Wilson Souza agiu de forma certa, segundo o livro de regras.

Diante dessas críticas do senso comum, nascem enormes discussões que dominam e agem no inconsciente dos torcedores, que pode levá-los a agir de forma emotiva, esquecendo do lado humano, partindo para o extremismo, a ponto de serem violentos nas arquibancadas. Podem mesmo esperar pelo árbitro à saída do vestiário para excretar suas emoções, irradiadas dos formadores de opinião, que chegam ao extremo de comentarem absurdos, transformando o futebol momentaneamente no “ópio” do povo.

Os fatos esclarecidos ficam implícitos no contexto de opinião pública. O futebol é o esporte bretão do povo brasileiro, e a arbitragem sempre ficará sob o poder discricionário do árbitro, e não pode ser submetido aos comentários injustos de comentaristas que não sabem o que são regras de futebol, ou tão pouco sabem quantas regras têm esse nobre esporte.

As disfunções provocadas pela comunicação de massa não são eliminadas totalmente, mas reduzidas de modo considerável quando o comunicador tem plena consciência de seu papel na comunidade, completo domínio das técnicas que presidem suas atividades, amplo conhecimento teórico do seu ofício e participação intensa na vida social, o que lhe oferece sensibilidade e capacidade de identificar as necessidades do público a quem dirige sua mensagem.

Sobre isso, Marcondes Filho (1989) diz que a comunicação de massa tem natureza grupal e o comunicador massivo não pode gozar daquela completa liberdade de produção e emissão (intelectual, artística e técnica) da mensagem, que é desfrutada pelo comunicador individual, pois está dependendo de condicionamentos, que configuram seu comportamento e orientam sua atividade.

O comentário acima, explica teoricamente a ação do jornalista Fábio Lucas, do Diário de Pernambuco, ao abordar o assunto arbitragem:

[...] Se as arbitragens dos jogos estavam uma bagunça, e os atletas, estimulados pela punição branda, muito violentos, a culpa, ou a desculpa, caberia a Armando Marques [...]” (LUCAS, 2001:3).

Esse fato aconteceu em 1999, com o chefe da comissão nacional de arbitragem, Armando Marques, que respondeu pelo jogo envolvendo Vasco X Paraná, em que o árbitro teve problemas devido a conturbações, em função dos atletas.

Ainda na mesma matéria do jornalista Fábio Lucas, o técnico do Santa Cruz solicitava a seus atletas que evitassem ao máximo a discussão com o árbitro. Em seguida, o repórter escreveu: “Lembrando que caberá ao capitão Luiz Carlos Guarnieri dirigir-se a Márcio Resende de Freitas”.

O comunicador não tem conhecimento de regras de futebol e publica matérias sem nenhum fundamento, confundindo o público. Na regra, não consta em nenhum item que o capitão é o único que pode dirigir a palavra ao árbitro, a sua única função é a de orientar e sua equipe. Na mesma matéria, que não é assinada, o repórter colocou no título: “Homens de preto assustam tricolor”. Certamente se um árbitro fosse jornalista ele escreveria na sua matéria: “Homens da caneta assustam os de preto”.

No domínio das comunicações de massa, a mensagem surge como termo de um processo coletivo de realização, e não como um resultado de criação

individual. Com isso, Schramm (1964), elaborou a construção de um modelo de difusão da comunicação de massa, representado por uma tuba, segundo o qual o comunicador (editora, rádio ou tele-emissora, produtora cinematográfica etc.) envia mensagens idênticas através de um meio apropriado. Os receptores são indivíduos, cada um decodificando, interpretando, retransmitindo, discutindo a informação com o seu grupo, do que resulta uma reinterpretação e a produção de uma opinião de grupo e, talvez, de uma ação comunicacional de retorno (*feedback*) que irá alimentar o diálogo com o órgão emissor.

O modelo proposto de Schramm (1964) deixa transparente a função do comunicador de emitir a mensagem com imparcialidade e autenticidade, para que os indivíduos não tenham reações desordenadas. Em mensagens contrárias a isso o perigo é eminente, uma vez que elas poderão ser retransmitidas ao grupo social que o indivíduo pertence, de forma estereotipada.

O lado emocional fica impossível em qualquer comunicação, mas o que o comentarista deve fazer é não se deixar levar por suas paixões ao emitir os comentários esportivos. Sem conhecer devidamente o assunto, suas opiniões passam a ser constituídas de falácia.

A comunicação de retorno, na tuba de Schramm (1964), envolve quatro tipos de receptores, que evoluem dos diferentes estados da mente em face do conhecimento da verdade:

I – Estado de nesciência, que é a ausência de conhecimentos, um estado de ignorância total, ficando o indivíduo incapaz de gerar qualquer manifestação.

II – Estado de dúvida, quando a mente oscila entre duas ou mais afirmações que se contrariam parcial ou totalmente, sem que o cérebro consiga compreender com uma e a ela aderir. Nesse estado, a dúvida é sintetizada ao conhecimento especulativo ou científico.

III – Estado de opinião, o indivíduo aceita afirmações, formando opiniões, passando a manifestá-las e exteriorizá-las. Nessa opinião, o juízo é divergente.

IV – Estado de certeza, que no plano psicológico é um juízo que se completa no assentimento (afirmação), isto é, apoiado na evidência do objeto.

Com bases no exposto acima, Beltrão e Quirino (1986) comentam que o objeto da ciência é o essencial e o necessário, ao passo que o objeto da opinião é acidental e contingente. No entanto, é essa matéria-prima do acidental e contingente que constitui a massa das opiniões individuais e a substância das decisões coletivas dos torcedores de futebol. E, quanto mais intelectualizado, mais o torcedor tende a dominar os condicionantes puramente psicológicos em suas opiniões. Em ordem inversa, a massa, por menos curta, sempre se guia em suas decisões preponderantemente por intuições e apelos emocionais, oriundos dos jornalistas esportivos, que deixam o lado torcedor brotar ao microfone, manipulando a opinião dos torcedores de futebol.

Nesse sentido, Poyares (1974) afirma que o maior campo de operação da mente é o da opinião. Um instante de auto-análise nos revela essa evidência de que passamos a maior parte da vida conscientes a formar opiniões e a emití-las sempre que possível.

Enquanto a crônica esportiva manipula, estereotipa e agride a opinião da massa, os árbitros de futebol têm que seguir o livro de regras do jogo, o regulamento da competição e, também, o Código Brasileiro Disciplinar de Futebol (CBDF), artigos 315 a 329 (infrações dos árbitros e auxiliares), pois qualquer

descuido pode levá-los ao Tribunal de Justiça Desportiva (TJD), a fim de que respondam pelos seus atos.

Um estádio com capacidade para 45.000 pessoas é um “barril de pólvoras contra um árbitro”. Considerando que 30.000 estão ouvindo um rádio de pilhas, enquanto acontece um lance que gera dúvida os que estão sem rádio serão informados por outros torcedores que o tenham. Se a informação oriunda das cabines de rádio for estereotipada, os que estiverem com o rádio terão uma opinião, e já passarão a informação para os que não estão de outra forma. Este fato é confirmado nos estudos de Schramm (1964).

Os repórteres do rádio são os que geram as primeiras informações falaciosas; posteriormente o repórter da televisão, pelo fato de ser um veículo de comunicação que alcança um maior contingente da população, fica em segundo plano; em terceiro, o jornal, porque tem certo custo para o trabalhador que gosta de futebol, ficando praticamente afastado desse veículo. Ao contrário, está o rádio de pilhas e a televisão, que juntos, têm mais possibilidade de estereotipar as informações sobre a arbitragem.

Mas, em se tratando de conhecimento de regras de futebol, todos os repórteres parecem estar em um só nível de conhecimento: deficiente, mesmo se houver troca de veículo, colocando-se os do rádio na TV, as informações continuarão as mesmas. Os mais prejudicados com a exclusão da informação correta são os torcedores que possuem um maior grau de conhecimento e os árbitros de futebol, estes as maiores vítimas da imprensa.

Em uma tentativa de aproximar a imprensa dos árbitros, no ano de 2000, a Federação Pernambucana de Futebol Bruno Bruno<sup>1</sup> (FPF), convocou a imprensa esportiva de Pernambuco para dar aulas sobre regras de futebol, para que todos ficassem mais aptos, mas nenhum profissional apareceu para assistir às aulas; resultado: a opinião pública continua a ser informada sobre arbitragem de modo perigoso (distorcido).

Para Pozzi (1998), o futebol é um esporte universal, em que numa final de Copa do Mundo, por exemplo, pode alcançar uma audiência potencial de 12 bilhões de pessoas em todo o mundo no decorrer do campeonato inteiro. E essa grande massa não pode ficar com opinião estereotipada.

**Objetivo:** descobrir o nível de conhecimento das regras de arbitragem da imprensa pernambucana (rádio, televisão e jornal).

**Método:** A pesquisa foi realizada no ano de 2002, nos seguintes veículos, escolhidos por conveniência: Rádio Jornal do Comércio, Rádio Clube e Rádio Caetés. Na televisão: TV Globo Nordeste, TV Tribuna e TV Guararapes e os três jornais que circulam no Estado: Folha de Pernambuco, Diário de Pernambuco e Jornal do Comércio. Estes três veículos de comunicação são os mais utilizados para se obter informações esportivas. As rádios, a princípio são os veículos que mais estereotipam a informação, tudo porque elas são mais emotivas, ao vivo e sem *replay*, sem nenhum direito a dúvidas quando as partidas de futebol acontecem. A televisão possui um maior alcance quando acontecem os grandes jogos: clássicos e partidas de decisão de campeonatos. Nesse momento exerce

---

<sup>1</sup> Entrevista com o superintendente da Comissão Estadual de Arbitragem de Futebol (C.E.A.F), Aristóteles Cantalice, em fevereiro de 2000.

mais influência nas opiniões do que o rádio. E, por último, o jornal, este que é mais seletivo e com um pagamento na hora.

Para esse trabalho foram analisados 14 profissionais de rádio, 11 de televisão e 12 de jornais que exerciam as funções de editor, narrador e repórter, os quais responderam as questões consideradas as mais adequadas no trato com o futebol, para representar a imprensa esportiva local. Os questionários da pesquisa foram construídos de forma clara e simples, baseados nas questões mais polêmicas do futebol, como o impedimento, cartão amarelo e o pênalti. Esses três itens ao serem divulgados com informações erradas são os que mais “inflamam” o público, podendo causar, conseqüentemente, problemas para a arbitragem. O método quantitativo descritivo foi utilizado para coletar os dados, através de um questionário opinativo. Os dados foram submetidos à análise estatística, cujos percentuais mostram o conhecimento da imprensa esportiva pernambucana sobre as regras de arbitragem de futebol.

**Resultados:** Na situação de jogo, perguntamos o que o árbitro pode fazer se o torcedor entrar em campo e tocar na bola durante o jogo rolando. De acordo com as respostas obtidas, todos os profissionais de jornal e rádio responderam conceder bola ao chão, enquanto 81,82% dos jornalistas de televisão apresentaram respostas corretas.

Sobre a quantidade de jogadores numa partida de futebol, incluindo os reservas, foram oferecidas cinco opções, sendo que 32 seria a resposta correta. O percentual dos profissionais de jornal, que responderam corretamente, foi de 91,7%, com 8,3% restantes erradas. Os dados de televisão foram 72,7% corretos e 27,3% incorretos, mas os entrevistados de rádio só obtiveram 57,1% de acertos, tendo ainda 28,6% do total de jornalistas que afirmaram ser nenhuma das alternativas propostas e 14,3% citaram incorretamente.

Na questão sobre em qual situação o jogador encontra-se sobre posição de impedimento, a opção quando o jogador estiver interferindo no jogo é dada como correta, segundo o livro de regras da FIFA, regra 11 – O impedimento, que diz: Um jogador em posição de impedimento será sancionado somente se no momento em que a bola toca ou é jogada por um de seus companheiros, se encontra, na opinião do árbitro, implicando no jogo ativo: interferindo no jogo. Nesta opção correta, muito menos da metade optaram por ela, sendo um percentual de 21,42% dos radialistas, 18,19% no veículo de televisão e 33,33% de jornal.

Em relação às faltas puníveis com cartão amarelo, das opções oferecidas, apenas quando entrar no campo sem autorização do árbitro é tida como correta, como diz o livro de regras da FIFA regra 12 – Faltas e conduta antiesportiva, nas sanções disciplinares – faltas puníveis com uma advertência (cartão amarelo): entrar ou voltar a entrar no campo de jogo sem a autorização do árbitro. Não houve um maior acerto devido à interpretação e ao desconhecimento mínimo da regra 12, pois muitos marcaram a alternativa jogador em conduta violenta e uso de linguagem ofensiva, grosseira e obscena; pensando que são infrações para advertência (cartão amarelo), mas a regra enquadra essas infrações como graves e sujeitas à expulsão (cartão vermelho). Essa é a explicação para o pequeno percentual de acerto, que, nesse caso, o rádio foi o que obteve maior percentual, com 35,71%. Os dados recolhidos pelos questionários aplicados entre os jornalistas indicam que poucos optaram pela resposta correta, sendo um percentual de 35,71% de rádio, 27,27% de televisão e 16,67% de jornal.



Perguntamos se o gol é válido quando originado do tiro livre inicial (centro do campo). A resposta “sim” obteve 71,43% de rádio, 72,73% de TV e em jornal 58,33%, neste, mais da metade dos entrevistados acertaram. O fato que é descrito nessa questão não é muito comum acontecer, mas se surgir um gol originado do tiro inicial, pode deixar surpresos os jornalistas esportivos por dois fatos: primeiro, pela raridade do gol, nesse caso, muitos dirão que é o gol que Pelé tentou fazer e não conseguiu e, segundo, ficarão com dúvidas para saber se pode ser marcado um gol dessa forma. Isso, em virtude de nenhum dos três veículos terem chegado a acertar a metade do percentual, em que apenas o jornal obteve mais acerto, com 41,67%.

**Conclusão:**

Tanto a tecnologia da comunicação quanto a ordem social se acham em constante processo de mudança. Pode-se desconfiar que as mensagens da mídia causam influências nos torcedores de futebol e na sociedade como um todo. É difícil descrever regularidades ou formular explicações acerca dos efeitos da comunicação de massa que sejam válidas para todos os cidadãos. Todavia, a essência da ciência é buscar verdades duradouras. A pesquisa descreveu relacionamentos sistematizados entre os meios de comunicação que transmitem notícias esportivas – futebol e desenvolveu explicações de como alguns fenômenos influenciam ou levam a outros.

Os períodos de crises sociais provocam os maiores perigos para a integridade da informação. A excitação geral, a corrida pelo “furo”, a concorrência entre os meios de comunicação e a falta de tempo aumentam mais do que em condições normais os riscos de desinformação. Este fato é comprovado por algumas nas respostas distorcidas dos jornalistas esportivos de todos os veículos, principalmente em situações de jogo. E, mais ainda, porque a informação inadequada de combate, mentira, já está integrada na estratégia ética de alguns jornalistas.

Nos sutis meandros dos conflitos do poder, se a informação é farta, corre também o risco de ser manipulada. A informação no meio da crise: mentira, desinformação e instrumentalização dos meios são ferramentas para a imprensa estereotipar a arbitragem e o jogo de futebol em si.

Os códigos éticos de jornalismo ressaltam o dever de ser “objetivo”, “justo”, “cuidadoso” e “factual”, mas isso é um jogo perdido antes de começar a partida, porque seletividade e distorções das notícias são produtos de fatores fora do controle de repórteres, redatores, editores e diretores. As descrições da realidade da partida de futebol e da atuação do árbitro são consequências de condições anteriores, tais como recursos limitados que os jornalistas dispõem para analisar em primeira mão qualquer situação de jogo. São também decorrência de constrangimentos no processo de preparar notícias para se adequar às exigências do veículo a que o jornalista pertence.

A descoberta do nível de conhecimento das regras de futebol e sobre arbitragem dos que fazem o jornalismo esportivo pernambucano no rádio, televisão e jornal é preocupante, devido à qualidade das notícias que o público recebe, o que, a depender destas, pode levar ou não os torcedores a ter uma imagem estereotipada do árbitro de futebol.

Os resultados desta pesquisa poderão servir como um diagnóstico e serem encaminhados às Federações Estaduais de futebol, Confederação Brasileira de Futebol (CBF), e, em especial, à Comissão Nacional de Arbitragem e à

Federation Internationale de Football Association (FIFA), com sede em Zurich-Suíça.

**Referências:**

1. BLUMER, Herbert. **A natureza do interacionismo simbólico**. In: MORTENSEN, C.D. Teoria da comunicação: textos básicos. São Paulo: Mosaico, 1980, pp. 119-138.
2. BRACHT, Valter. **Sociologia crítica do esporte: uma introdução**. Vitória, ESP: UFES, 1992.
3. REDEKER, Robert. O ópio do povo. **Revista Carta Capital**, São Paulo, n. 153, p. 68, 2001.
4. MARCONDES Filho, Ciro. **Quem manipula quem? Poder e massas na indústria da cultura e da comunicação no Brasil**. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
5. MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no século XX: O Espírito do Tempo**. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Forense, 1977.
6. LAGO, Beto. **Folha de Pernambuco**, Recife, 08 mai.2000, caderno esportes.
7. FIFA. **Regras do jogo de futebol 2008/2009**.
8. Lucas, F. Homens de preto assustam tricolor. **Diário de Pernambuco**, Recife, 02 set. 2001, Esportes, p. 3.
9. SCHRAMM, Wilbur. **Mecanismos de la Comunicación. Proceso y Efectos de la Comunicación Coletiva**. CIESPAL, Quito, 1964.
10. BELTRÃO, Luiz e QUIRINO, Newton. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa**. São Paulo, Ed. Summus, 1986.
11. POYARES, Walter Ramos. **Comunicação Social e Relações Públicas**. Rio de Janeiro, Ed. Agir, 1974
12. BRASIL. **Código Brasileiro Disciplinar de Futebol**. Disponível em: < <http://www.direitodesportivo.kit.net/cbdf.htm>>. Acesso em 20 mar. 2002.
13. POZZI, Luis Fernando. **A Grande Jogada. Teoria e Prática do Marketing Esportivo**, Rio de Janeiro, Ed. Globo, 1998.