



*Óbvio Ululante: falando de futebol no rádio*

Luiza Aguiar dos Anjos<sup>1</sup>

*Esse relato trata da experiência da realização do programa de rádio Óbvio Ululante, produzido pelo Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas (GEFuT) na Rádio UFMG Educativa, emissora da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). O programa tem como intuito tratar temas correlatos ao futebol reconhecendo-o como fenômeno cultural. Não visamos ainda apresentar fatos e verdades acerca desse esporte, mas provocar reflexões e questionamentos. Esse trabalho reflete sobre os processos de construção desse programa que estreou em maio de 2010 e os retornos já observados.*

Em setembro de 2006 surgiu o Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas (GEFuT) na Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). O grupo surgiu com o objetivo de pensar no futebol para além de seu aspecto biológico, entendendo-o como uma manifestação cultural e estudando-o a partir das perspectivas das ciências humanas e sociais. Ao pensar no futebol enquanto elemento da cultura, o GEFuT busca contribuir com a formação de professores de Educação Física. Sob nosso ponto de vista, há uma lacuna nessa formação, que se reflete na atuação desses profissionais nas escolas, como aponta a pesquisa de Luiz Gustavo Nicácio (2010) em que se averigua que o torcer não é discutido na educação física escolar. Por mais que os conteúdos da educação Física já sejam em grande parte compreendidos como componentes da cultura, não havia uma reflexão mais aprofundada sobre eles. Isso se torna mais evidente quando pensamos no futebol, esporte de maior imersão na sociedade brasileira. Será que não deveríamos ser provocados a refletir sobre esse fenômeno para além das quatro linhas?

O GEFuT iniciou sua atuação por meio de pesquisas que discorriam sobre temas diversos relacionados ao futebol e ao torcer. Apesar de reconhecermos a importância das pesquisas acadêmicas, existia no grupo o incômodo de que essas reflexões se limitassem aos nossos pares e não estabelecesse diálogos com a sociedade. Isso começou a mudar quando, em 2008, foi criado o seu primeiro projeto de extensão. Sob o título de “Ciclo de Debates: A paixão clubística e o torcer em Belo Horizonte”, o intuito do projeto era discutir dentro da escola os temas que vínhamos desenvolvendo academicamente. Realizando intervenções semanais dentro de duas instituições, o grupo buscava desenvolver metodologias e construir conhecimento com esses alunos de forma dialógica.

Certamente a escola é um espaço privilegiado para o desenvolvimento de um trabalho de formação, mas sabemos que não é o único. No final do ano de 2009 surgiu para o GEFuT um novo desafio: a possibilidade de produzir um programa de rádio sobre futebol na Rádio UFMG Educativa<sup>2</sup>. O grupo aceitou o convite, vislumbrando mais uma oportunidade de

---

<sup>1</sup> Licenciada e Bacharel em Educação Física pela Universidade Federal de Minas Gerais



III Congresso Sudeste de Ciências do Esporte  
*Mega Eventos esportivos no Brasil: seus impactos e a participação popular*  
Niterói – RJ  
23 a 25 de setembro de 2010

ISSN 2179-8141

<sup>2</sup> A emissora pode ser sintonizada na frequência 104,5FM ou através da internet pelo sítio eletrônico [www.ufmg.br/radio](http://www.ufmg.br/radio)

expandir os horizontes de visibilidade de nossas pesquisas e investigações. O primeiro passo para a construção do nosso programa era entender os objetivos e características de uma rádio universitária, e mais especificamente da Rádio UFMG Educativa. Segundo Sandra de Deus (2003), a legislação brasileira sobre radiodifusão não faz referência funcional ou conceitual sobre as Rádios Universitárias. Segundo ela, o Código Brasileiro de Telecomunicações as enquadra como Educativas e não determina nenhum tipo papel que devem cumprir devido a sua ligação com a universidade. Isso acaba por fazer com que cada emissora, isoladamente defina sua programação e seu conteúdo não necessariamente refletindo quanto a seu interesse público.

A rádio educativa, por sua vez, é aquela que serve às maiorias e que deve ter como objetivo a democratização da informação (MELLO, 2005). Dessa forma, quando consideramos as emissoras universitárias não basta falar ao público acadêmico. É importante que ocorra a difusão do conhecimento para um público amplo, buscando que as informações veiculadas contribuam na formação dos sujeitos.

Dentro dessa perspectiva, a Rádio UFMG Educativa, surgiu em 2005, por meio de uma parceria entre a UFMG e a Empresa Brasil de Telecomunicação. A emissora apresenta uma programação diversificada incluindo programas jornalísticos, musicais e educativos. Ela é dividida em dois núcleos, o de jornalismo e o de produção. O núcleo de jornalismo é formado por professores e alunos exclusivamente da área de comunicação e, como o próprio nome diz, é responsável pela cobertura jornalística da rádio. O núcleo de produção é onde programas de conteúdos mais diversificados, numa lógica mais cultural e menos factual, são criados. Há programas produzidos apenas por alunos e professores da comunicação e outros que se encaixam no que é chamado de sistema de colaboração. Nesse sistema, no qual nosso programa se enquadra, pessoas, não necessariamente do curso de comunicação, podem propor a realização de um programa. Se a proposta vier de encontro com os objetivos e interesses da Rádio, ela dispõe de sua estrutura e orientação para colocar projeto em prática. Por meio desse sistema, grupos vinculados às mais variadas áreas do conhecimento produzem programas na emissora, como, por exemplo, “Na Onda da Vida” da Biologia, “Pensar Educação, Pensar o Brasil” da Faculdade de Educação e “Oikos”, da Economia.

Ao ingressar em uma rádio universitária sabíamos também dos limites de seu alcance. Limites esses tanto de ordem técnica (a potência de operação da rádio é restrita por lei e a equipe é limitada, por exemplo) quanto culturais (por desconhecimento ou preconceito são raras as pessoas que escutam a uma rádio universitária, educativa ou comunitária). Apesar de saber que o número de ouvintes dificilmente seria expressivo, acreditamos no projeto.

Antes da estréia do programa era necessário aprender sobre o sistema de produção de um programa e mais importante: definir todos os detalhes a respeito do nosso, desde conteúdo até quem seriam os integrantes e suas responsabilidades.



A primeira definição foi relativa ao nosso conteúdo. Queríamos que através dele estivesse clara a nossa visão sobre o futebol: um fenômeno cultural que afeta a vida dos brasileiros nas esferas política, social, econômica. Dessa forma seria fundamental que abordássemos não só os aspectos técnicos e táticos do esporte, mas principalmente os desdobramentos dessa manifestação na sociedade. Não podíamos também deixar de lado o ponto primordial que move o futebol: a paixão. Valorizando a passionalidade desse fenômeno, queríamos que nosso programa fosse um “protesto contra a racionalidade limitada” (LOWY *apud* MELO, 2006 p.25), uma “aventura intelectual e passional, política e mágica, poética e onírica” (*idem*), indo na contramão dos “idiotas da objetividade”<sup>3</sup>.

Em seguida, definimos que nosso público alvo seriam os *boleiros*, aquelas pessoas envolvidas no mundo do futebol seja pela prática ou pela assistência, que em geral pensam saber muito sobre o esporte, mas pouco param para refletir sobre ele. De forma estereotipada pensamos nesse sujeito enquanto alguém que em geral já acompanha programas esportivos de outras rádios, mas sempre buscando escutar opiniões muito semelhantes a sua. Definimos esse estereótipo de público-alvo não por acreditarmos no torcedor de futebol enquanto um modelo fechado de sujeito, mas como forma de propor-nos um desafio. Ao definir que esse era o modelo de ouvinte que buscávamos, tínhamos o desafio de tornar nosso conteúdo ao mesmo tempo crítico e atraente aos mais exigentes e desconfiados. Iríamos trazer os conhecimentos advindos das pesquisas que realizamos e nas quais nos embasamos, mas isso não podia vir ao ar como uma aula. Uma pesquisa, quando veiculada no rádio, ainda que comprometida com a realidade a que está inserida, não pode vir tal qual em seu original (MELLO, 2005). Ela deve ser transformada em notícia, no processo que Veridiana Mello (2005) chama de comunicação pública da ciência. Nesse processo a presença de profissionais de comunicação nos amparando foi e ainda hoje é fundamental.

Para definir quem seriam as pessoas que produziriam o programa partimos de dois aspectos iniciais. O primeiro, que fossem membros do GEFuT, para garantir que a grosso modo compartilhassem as mesmas idéias a respeito do futebol. O segundo é que tivessem interesse e disponibilidade de participar do projeto, uma vez que tempo e comprometimento seriam fundamentais, especialmente no início. A partir desses pontos, buscamos selecionar um grupo que tivesse conhecimento acadêmico e cotidiano sobre futebol, mas com perfis diversos para que cada membro trouxesse sua particularidade ao programa. Acreditávamos que essa diversidade ampliaria a possibilidade de identificação do ouvinte com uma ou outra figura.

Dia 20 de maio de 2010 ocorreu a estréia do programa *Óbvio Ululante*. Muito se pode dizer do programa a partir de seu slogan: “porque no futebol nada é tão óbvio assim”. Entendemos que o futebol deve ser discutido, problematizado, pensado, por isso trazemos informações e propomos discussões, mas com o objetivo de provocar questionamentos e não de alcançar respostas. Porque como exposto no slogan não acreditamos em uma verdade sobre o futebol. Nesse sentido, compreendendo nossa intervenção enquanto uma ação educativa, nos embasamos nas contribuições dos Estudos do Lazer e da Animação Cultural, essa última definida por Victor Melo como:



III Congresso Sudeste de Ciências do Esporte  
*Mega Eventos esportivos no Brasil: seus impactos e a participação popular*  
Niterói – RJ  
23 a 25 de setembro de 2010

ISSN 2179-8141

uma tecnologia educacional (uma proposta de intervenção pedagógica) pautada na idéia radical de mediação (que nunca deve significar imposição), que busca permitir compreensões mais aprofundadas acerca dos sentidos e significados culturais (considerando as tensões que nesse âmbito se estabelecem) que concedem concretude a nossa existência cotidiana, construída com base no princípio de estímulo as organizações comunitárias (que pressupõe a idéia de indivíduos fortes para que tenhamos realmente uma construção democrática), sempre tendo em vista provocar questionamentos acerca da ordem social estabelecida e contribuir para a superação do *status quo* e para a construção de uma sociedade mais justa. (MELO, 2006, p.28-29)

---

<sup>3</sup> Expressão cunhada por Nelson Rodrigues que faz referência aos que tratam o futebol por uma lógica exclusivamente racional

Nos consideramos, assim, mediadores que buscam a ordem por meio da desordem, acreditando que desestabilizando assertivas podemos avançar nosso pensamento. Complementando essa idéia, Lyotard (*apud* HOLLANDA, 2004) coloca que num mundo em que as informações encontram-se disponíveis em qualquer lugar a qualquer um, o intelectual perde sua função de detentor do conhecimento. Espera-se agora que esse intelectual seja um “articulador especializado” da informação disponível. Nesse sentido, nosso trabalho é selecionar, expor, questionar e refletir sobre saberes já acessíveis a sociedade.

Os quadros de nosso programa podem, didaticamente, ser divididos em três grupos. Um primeiro de caráter mais emocional, que inclui histórias pessoais contadas por quem as viveu e também crônicas e poesias sobre o esporte. Um segundo voltado à história e tradição do futebol, relatando momentos marcantes e descrevendo personalidades e espaços célebres do universo futebolístico. O terceiro tem caráter mais argumentativo e factual, incluindo entrevistas, debates e discussões sobre assuntos que estão em voga.

Uma vez definidos os conteúdos e como eles seriam apresentados, como fazer com que eles cheguem até as pessoas? Como nossos objetivos são educativos e não estamos em uma emissora comercial, a questão qualitativa (realizar um programa que prime pela qualidade) antevê a questão quantitativa (ter o maior número de ouvintes possível). Mas ao acreditamos no conhecimento que veiculamos, desejamos que ele alcance um número cada vez maior de pessoas.

As formas de divulgação que a rádio nos ofereceu foram via outros veículos da Universidade (site e jornal da UFMG) e da Rádio (chamadas ao longo da programação, site e twitter da emissora), mas nos apontaram que os principais divulgadores de nosso programa éramos nós. Acreditando na tática do “boca-a-boca” passamos a frequentemente anunciar a amigos e colegas, e criamos listas de emails para divulgá-lo. Essa divulgação se mostrou extremamente eficiente no programa de estréia, quando os números de audiência foram bastante expressivos para os padrões da Rádio. Sabíamos, porém, que os números da estréia dificilmente se manteriam. De fato, hoje nossos números seguem a média de ouvintes do horário.



Buscando alternativas para que mais pessoas tivessem acesso ao *Óbvio Ululante* decidimos disponibilizá-lo no sítio virtual do GEFuT<sup>4</sup>. Essa opção desobriga o possível interessado em conhecer o programa de disponibilizar-se no exato horário de transmissão para ouvi-lo. Essa ação ainda está em processo, portanto ainda não possuímos informações quanto ao número de downloads realizados.

Outro desconhecimento nosso é quanto ao público que temos alcançado. O limite de nosso conhecimento são nossos familiares, amigos, colegas da Rádio e de curso. Para conhecer melhor nosso público e criar um canal para discussão criamos um email para o programa<sup>5</sup>, mas que ainda não se mostrou eficiente. Apesar disso, acreditamos que uma divulgação mais constante dele no programa poderá surtir efeito.

Uma grata surpresa foi perceber que nossas idéias foram divulgadas não só a partir da experiência do programa ser ouvido no rádio, mas de maneiras indiretas. A experiência

---

<sup>4</sup> <[www.gefut.wordpress.br](http://www.gefut.wordpress.br)>

<sup>5</sup> programaobvioululante@gmail.com

de trabalhar dentro do Centro de Comunicação da UFMG (CEDECOM) promoveu o convívio semanal com jornalistas da própria Rádio e de outros setores da Comunicação da Universidade, além de outros diversos funcionários. Isso possibilita inúmeros diálogos nos quais nossas reflexões são passadas adiante, a existência do grupo é notada e potenciais ouvintes são conquistados. De fato, estudantes do curso de Comunicação da UFMG em vários momentos procuraram o GEFuT para que contribuíssemos em reportagens que abordavam temas diversos, em especial no período de Copa do Mundo.

Além da reflexão sobre quais as contribuições que acreditamos trazer para a sociedade a partir dessa experiência, acredito ser importante também pensar no que ela nos enriquece enquanto estudiosos. Percebo que o trabalho diário de pensar sobre temas cotidianos sob as lentes do conhecimento acadêmico é um exercício valioso. Por vezes nos confrontamos entre opiniões passionais e visões racionais, e construir um pensamento que permita um acordo entre esses dois lados vem sendo desafiador. E apesar de todos sermos parte de um mesmo grupo de estudos, nem sempre temos a oportunidade de trocar idéias sobre tantos assuntos com tal frequência. Além disso, é inegável o valor trazido pelas entrevistas e debates com convidados, geralmente referências importantes sobre o assunto abordado. Esses constantes diálogos certamente nos provocam novos incômodos e trazem novas questões que podem se tornar pesquisas do GEFuT ou contribuir com as existentes. Além disso, estabelecem um contato entre essas pessoas e o nosso grupo de estudos, mostrando nosso interesse na troca de conhecimentos. Nessa ação no qual damos espaço a múltiplas vozes buscamos a construção de uma democracia radical, que objetiva não o consenso (vitória da maioria), mas do dissenso (coexistência de vozes e demandas múltiplas diferenciadas) (LACLAU *apud* HOLLANDA, 2004).

No sentido de ampliação desse processo, percebemos a necessidade de um maior diálogo junto aos ouvintes. Ao nos depararmos com a não efetividade do email é necessário que pensemos em novas formas de comunicação com esse público. Já que a expectativa de



III Congresso Sudeste de Ciências do Esporte  
*Mega Eventos esportivos no Brasil: seus impactos e a participação popular*  
Niterói – RJ  
23 a 25 de setembro de 2010

ISSN 2179-8141

que espontaneamente esses sujeitos buscassem se expressar não foi concretizada, definimos que nós deveríamos buscá-los. Dentro dos temas definidos em pauta, passamos a realizar entrevistas com pessoas diversas que apontem suas dúvidas e opiniões para serem abordados no programa, colocando-os como nossos interlocutores.

Como conclusão, acredito que a experiência de produção do *Óbvio Ululante* esteja sendo absolutamente positiva e que muito ainda pode ser feito. Com o tempo, certamente produziremos mais e melhor, atingindo um número cada vez maior de pessoas e contribuindo para que o futebol não seja pensado com tanto obviedade.

#### REFERÊNCIAS

DEUS, Sandra de **Rádios das Universidades Federais**: Compromisso com a sociedade e com a informação. Em *Questão*, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p.327 – 338, jul./dez. 2003.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de. A contribuição dos estudos culturais para pensar a animação cultural. *Licere*, vol. 7, n. 1. Belo Horizonte, pp. 101-112.

MELO, Victor Andrade de **Animação Cultural**: Conceitos e propostas Campinas, SP: Papyrus, 2006

MELLO, Veridiana Pivetta **Em busca de uma política de programação diferenciada e de qualidade**: o desafio para as rádios universitárias, 2005.

Email: [lucianaonice@gmail.com](mailto:lucianaonice@gmail.com)

Tecnologia de apresentação: data-show