

Os tempos mortos do futebol na televisão

Marcio Telles e Alexandre Rocha da Silva

Resumo

O objetivo deste artigo é debater o conceito de *tempo morto* dentro das teletransmissões de futebol. Acreditamos que as imagens inseridas no panorama televisivo quando a bola para de rolar no esporte são importantes para a compreensão global da narrativa esportiva, além de se tornarem um diferencial frente ao esporte observado a partir do campo. Nesse entendimento, é nos *tempos mortos* que a televisão utiliza artifícios que lhe são próprios para conferir sentido aos acontecimentos futebolísticos. No caso específico desse esporte, a televisão utiliza-se de recursos a fim de imergir o espectador dentro da partida. Para construir essa investigação, observamos os *tempos mortos* na televisão, no evento televisionado e na teletransmissão.

Palavras-Chave

Televisão. Jornalismo esportivo. *Tempos mortos*. Semiótica. Afeto.

1 Introdução

A transmissão televisiva é hoje a maneira mais difundida de fruição esportiva. Na comparação com assistir no estádio, ela dá vazão a outras esferas de sentido que não se oferecem ao espectador presente *in loco* (o *replay*, os múltiplos pontos de vista, as diversas temporalidades, os dados e as informações sobre a partida, etc.), que criam uma forma muito particular de texto televisivo. É sob tal perspectiva que encontramos os tempos mortos, denominação¹ dada àqueles momentos em que a bola efetivamente não está em jogo, e a ação principal do esporte está parada. A nosso ver, muito do que é mostrado nesses momentos configura-se como o essencial da *teletransmissão*. Para a construção da linguagem televisiva, esses momentos chegam a ser mais relevantes inclusive do que os de bola rolando, ainda que sejam neles que ocorram as faltas, os lances duvidosos, os gols. Mas, após o gol e depois do lance duvidoso, ao apito do juiz, a televisão permite-se agir: mostra a euforia do goleador, insere um *replay* a partir de outro ângulo para dirimir a dúvida, ou então apenas

Marcio Telles | tellesdasilveira@gmail.com

Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

Alexandre Rocha da Silva | arsrocha@gmail.com

Pós-doutor pela Universidade de Paris III/Sorbonne Nouvelle. Pesquisador do CNPq e professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS.

passeia pelo palco de jogo, conferindo o torcedor na arquibancada, as rugas de preocupação no rosto do treinador, a face resoluta do árbitro.

Ao observar a estrutura das teletransmissões das finais de Copa do Mundo no período 1970 a 2010, é fácil constatar a importância crescente dada aos tempos mortos, os quais ocupam grande parte do panorama televisivo durante as partidas. Rial (2003) aponta esse fato como a evolução de uma lógica televisiva que parte de uma estratégia intelectual nos anos 1960 (a televisão ‘pensava’ o futebol), passa por uma tentativa de ‘emocionalizá-lo’ nos anos 1980 e chega à ‘imersão’ do telespectador dentro do esporte na contemporaneidade. É esse princípio que guiará o crescente uso de imagens em *close* de jogadores, treinadores e árbitros, além de *replays* e *slow motions* de quase qualquer lance (não só daqueles dotados de alta tensão narrativa). É uma tentativa de situar o telespectador não na posição passiva que até então ocupava, na qual os jogadores desfilavam para ele, mas, sim, de colocar o telespectador dentro do jogo, em que os jogadores desfilam com ele.

A denominação *tempos mortos* segue Dubois (2004), que exemplifica a inserção de *replays* nas teletransmissões esportivas precisamente nesses momentos em que a bola para de rolar. Uma primeira aproximação do assunto precisa ter claro que, justamente por serem dotados de sentido,

tais *tempos* não são/estão mortos; pelo contrário, ousaríamos dizer que os *tempos mortos* do futebol são tão vivos, televisivamente falando, quanto seus tempos vivos. Acreditamos que um ponto fulcral na organização das teletransmissões seja a estratégia empregada pela televisão para eliminar, ou então recriar em seus termos, tais *tempos mortos*, os quais, diga-se de passagem, não são exclusividade esportiva: ocorrem em todos os eventos televisionados ao vivo. Assim, como a televisão se arbitra o direito de ser o veículo que anula espaço e tempo para colocar todos os telespectadores em um mesmo aqui e agora (FECHINE, 2008), é uma ocorrência usual dentro do panorama televisivo. Dessa forma, a evolução das *gramáticas televisivas* passa por maneiras cada vez mais efetivas e criativas de impedir que o seu tempo – o tempo televisivo – morra junto ao do evento.

Aversa às esperas e aos momentos de relaxamento, a televisão (ao menos a ocidental) acelera o ritmo daqueles tempos em que nada relevante está acontecendo. Há, inclusive, um número maior de dispêndio técnico nos *tempos mortos* do que nos vivos: enquanto, por exemplo, no futebol apenas duas ou três câmeras são suficientes para transmitir os momentos de bola rolando, há outras trinta capturando imagens variadas, esperando a oportunidade para entrarem no ar – oportunidade esta que advém com os *tempos mortos*.

1 De Dubois, 2004. Cf. adiante.

O que são, de fato, *tempos mortos*? Qual é o seu papel dentro do panorama televisivo? Será esse conceito pertinente para os estudos de televisão? Qual é a sua importância para as teletransmissões esportivas? Essa são algumas das perguntas que procuraremos responder neste artigo, investigando os *tempos mortos* em três frentes: na televisão, no esporte e na transmissão. Nosso objetivo é apresentar um panorama geral do assunto, capaz de servir de base para análises futuras.

2 O tempo morto da televisão

Uma primeira abordagem às questões levantadas anteriormente implica caracterizar o *tempo morto* como a suspensão de uma dada ação tida como principal. Haveria uma correlação não só narrativa, mas também rítmica: existem períodos de tempo mais ou menos concentrados. O *tempo morto* seria a experiência da extradiegese.

Desta tese advêm cinco possibilidades. Primeira: dentro de um programa televisivo, existiriam pontos de espera, ou pausas, que relaxariam a quantidade/qualidade de informação; segunda: se tomada apenas por seu viés narrativo, tal perspectiva compreenderia os intervalos comerciais também como *tempos mortos*; terceira: em relação a uma qualidade de informação viva (inflacionária), haveria ruídos que poderiam ser interpretados como *morte* (da informação): erros em telejornais ao vivo, demoras nas respostas de entrevistados nos programas de auditórios, equívocos dos suítes; quarta: as telas-

formigueiro e as barras coloridas do canal fora de ar; quinta: a estática (ruído técnico) que se interpõe entre o material teletransmitido.

O elevado número de possibilidades em que o tempo pode ‘morrer’ na televisão é aquilo que leva Machado (1990, p.75) a caracterizá-la como uma “mídia em que predominam os ‘tempos mortos’”: tempos de espera em que nada – supostamente – está acontecendo de interessante, como “nas transmissões ao vivo de uma partida de futebol quando, por exemplo, a bola está parada, e *aproveita-se para veicular a publicidade*” (KILPP, 2006, p.11, grifo nosso).

Todavia, esta perspectiva falha em perceber que, ao suspender o tempo vivo da narrativa, do *tempo morto* emergem outros tempos, experimentados de forma indiscriminada pelo telespectador. O *tempo morto*, nesta primeira concepção, enquanto tempo de espera, é a vazão de outras temporalidades que irão se acrescentar ao tempo da narrativa, de certa maneira moldurando-o e moldando-o (não é de forma aleatória, por exemplo, que certos patrocinadores irão procurar os intervalos de determinados programas para exibir seu produto). Se há a pausa narrativa entre o gancho de um bloco a outro do programa, o *tempo morto* que os intervala é parte constitutiva do produto televisivo.

A ideia, exposta por Kilpp ao comentar Machado, de que no *tempo morto* há uma possibilidade econômica, advém daquilo que Machado chama de contradição: em uma sociedade em que o tempo

é o principal vetor econômico e político – onde é “preciso fazer o máximo no mínimo de tempo, maximizar a produtividade, deslocar-se na maior velocidade possível, em suma, economizar tempo em todos os sentidos” (PELBART, 1993, p.32) –, a televisão possui uma quantidade considerável de tempo em que este não tem qualidade econômica é ininteligível. Se “cada segundo vale ouro” (MACHADO, 1990, p.75) na televisão, o esperado é que qualquer tipo de *tempo morto* seja evitado (e é por isso que nele é que se veicula a publicidade).

Logo, de tal condição da televisão advém uma estética que visa, a todo custo, evitar que o tempo televisivo morra. Em outras palavras, à emergência de possibilidades em que o tempo possa se perder, há contramedidas de segurança que objetivam retardar o *tempo morto*, fazê-lo passar-se por vivo. O contrário do *tempo morto* seria, assim, tempo em que o fluxo informativo é ordenado sem sofrer interrupções *significantes*, o que pressupõe que é um tempo que continua a ser pensado dentro da visão totalizante de uma televisão que mantém o controle de cada nanossegundo.

A história das *gramáticas televisivas* – ao menos as ocidentais – parece ser o relato da evolução de suas políticas de contenção de *tempo morto*. Das primeiras grades televisivas, em que o tempo vivo ocupava um décimo, ao tempo sempre vivo dos canais a cabo sem intervalos comerciais, é possível traçar uma linha evolutiva de estéticas com este objetivo. No limite, tal ‘cronopolítica capitalista’ ocidental dará origem

a outro paradigma temporal, que Pelbart chamará de ‘tecnocientífico’: a velocidade absoluta da televisão e de outros aparelhos eletrônicos dispensa o movimento espacial, “anulando assim não só a geografia e o tempo de duração desse deslocamento, mas a própria ideia de espaço, de tempo e de duração” (PELBART, 1993, p.33). Tal economia política do tempo é contraditória: para evitar que o tempo seja desperdiçado, acelera-o até o limite em que ele se torne *zero*. Morte do tempo às avessas.

Os *tempos mortos* identificados por Machado são significativos do conteúdo televisivo, e dizem tanto quanto os seus tempos vivos. Porém, se na perspectiva de Machado o *tempo morto* é um tempo de natureza diferente daquele que interessa, para Suzana Kilpp (2006) a diferença é menos sutil, pois é qualitativa. Os conteúdos dos comerciais de uma dada faixa horária ou programa molduram o conteúdo desta faixa, assim como a experiência de assisti-la. Por exemplo, nas teletransmissões de partidas de futebol em canal aberto, cervejas, automóveis e bancos compõem um panorama televisivo que diz bastante sobre o público que a televisão acredita ter ou quer construir para si. Antes de serem tempos de naturezas diferentes – vivos ou mortos –, são tempos com qualidades distintas, cuja soma constrói a *eticidade*² de determinada faixa horária. Logo, na televisão, não há *tempo morto*: existem tempos mais ou menos concentrados (de ação, de informação, de velocidade, etc.).

Isso leva a uma compreensão da televisão enquanto fluxo, como já notava Raymond Williams, para quem na televisão “o programa realmente oferecido é uma sequência ou conjunto de sequências alternativas destes e de outros eventos semelhantes, que são então dispostos *em uma única dimensão e numa única operação*” (WILLIAMS, 2003 [1974], pp.86-7, tradução e grifo nossos). Dessa forma, existe uma coalescência de tempos, eles mesmos muito distintos, que constroem o fluxo televisivo, e é desta multiplicidade que emerge a *experiência televisiva*.

Williams, porém, identifica somente o fluxo *televisivo*, interno à televisão, diegético. A nosso ver, existem outros fluxos que irão compor o televisivo, sejam os dos eventos, sejam os dos programas, mas, sobretudo, o do telespectador. Seria preciso, portanto, avançar a compreensão do *fluxo* para a *duração*, conceito desenvolvido pelo filósofo Henri Bergson e assim por ele definido:

[o] tempo, para nós, confunde-se inicialmente com a continuidade de nossa vida interior. [...] a *coisa* e o *estado* não são mais que instantâneos da transição artificialmente captados; e essa transição, a única que é naturalmente experimentada, é a própria duração (BERGSON, 2006, p.51).

A duração é um movimento ininterrupto, sua *experiência*. Reservamos o último termo, pois ele será importante mais tarde. Bergson dirá que é preciso que percebamos a simultaneidade de dois

fluxos compreendidos na duração de um terceiro (BERGSON, 2006, pp.61-2). É este terceiro que irá reuni-los e dividi-los (inclusive a si), e então encarnar a possibilidade de simultaneidade.

Aqui já não importa mais se a televisão é capaz de deixar o tempo morrer, ou se é o acúmulo de ruído ou a distensão temporal que caracterizam os *tempos mortos*, mas que o espectador/interator (que pode ou não ser humano) experimente tais tempos em suas qualidades distintas. É por isso que um *replay*, por mais que reprise exatamente a mesma imagem e seja inserido em um *tempo morto* da experiência esportiva, será experimentado pelo espectador como um tempo novo, bastante vivo.

Na televisão, o tempo não morre: há qualidades e – quantidades de qualidades – de tempo diferentes, reunidas em um mesmo fluxo televisivo, que se alternam entre esses tempos com desenvoltura, dentro de um conjunto de técnicas e procedimentos que caracterizam o televisivo. Mas, a princípio, o tempo televisivo é apenas um. Isso não quer dizer que, dentro de uma grande diegese televisiva, não existirão diegeses diferenciadas. Ao contrário, elas existem: cada unidade de um bloco comercial possui uma diegese própria que também é distinta da do programa; todavia, essas (semi)extradiegeses só existem *em relação*. Compreendemos que o

² Kilpp (2003) chama *ethicidades* televisivas os elementos do mundo que a televisão mostra como se fossem reais, mas que são agenciados por ela – muitas vezes não propositalmente – através de seus processos, criando identidades negociadas dentro do imaginário de uma cultura.

tempo televisivo, na verdade, é um emaranhado de tempos em relação uns com os outros, que são experimentados pelo telespectador apenas como um, de *fluxo*. É o *fluxo televisivo* o quociente que irá dividir em si todos os outros tempos, e fazê-los encarnar simultaneidades com o tempo do mundo (este sim, extradiagético) e com a duração do telespectador (idem).

Todavia, nenhum tempo televisivo possui natureza distinta de outro tempo televisivo; antes há períodos mais ou menos concentrados, tempos tumultuados e tempos relaxados, passados que retornam como presente, presentes que se encarnam em outros presentes, coexistência (e, às vezes, covalência) de tempos distintos, distâncias que se resolvem na simultaneidade, etc. *Modos* de tempo, não *tipos* de tempos.

3 O *tempo morto* do futebol

Será preciso, então, avançar do fluxo televisivo para o fluxo do evento em busca do *tempo morto*. Nem todo evento possui *tempos mortos*, quer dizer, tempos de natureza diferentes, no qual um deles pode ser tachado de morto. Entretanto, Fechine (2008) irá chamar de *tempo morto* o acaso dentro de uma teletransmissão direta, por ela definida como uma das três características daquilo que chama de “efeito de ao vivo”:

a despeito de haver ou não simultaneidade entre a produção e a recepção: a) a linearidade temporal e a seqüencialidade da transmissão, a inscrição da atualidade do tempo presente (o

tempo de duração do evento corresponde ao tempo de transmissão do evento); b) a montagem é feita no momento mesmo da gravação através do corte de câmeras, sem necessidade de edição posterior; c) *o registro dos acontecimentos se dá na imediaticidade de sua realização, dando margem à incorporação do acaso e dos tempos ‘mortos’, dos problemas técnicos (queda do sinal, imagens sem foco, ruídos do áudio etc.) e das dificuldades de controle da situação (gafes e embaraços, confusões e momentos de tensão entre os participantes etc.)* (FECHINE, 2008, p.30, grifo nosso).

Se antes incluímos os problemas técnicos e as gafes situacionais dentro de possibilidades de se pensar o *tempo morto* televisivo, aqui Fechine as separa. Para ela, *tempo morto* é justamente essa caída na ação principal, como supõe Kilpp (2006) a partir de Machado (1990) – os momentos de bola fora de jogo no futebol. Ou o exemplo da troca de música em um concerto (e poderíamos pensar em tantos outros exemplos, como a pausa para beber água de um orador em um discurso político). A questão, a nosso ver, não é *se* experimentamos estes tempos como mortos, mas antes *por que* não os experimentamos desta maneira na televisão. Existem, acreditamos – e Fechine também –, mecanismos de controle dessas situações indesejáveis pela televisão, mas extremamente passíveis de acontecimento, como a oportunidade para a chamada comercial (torpedos) quando a bola deixa de rolar no futebol. Todavia, há, de fato, *tempo morto* no caso do futebol? Até aqui, construímos toda a nossa reflexão tendo como certa a existência deste tempo de queda no esporte, o que permitiria à televisão uma tomada de ação para ocupá-lo. Estará correto?

Ao contrário de outros esportes, o *tempo morto* futebolístico é também tempo de jogo. Quer dizer, idem ao caso da televisão, há também uma diferença de qualidade dentro de um fluxo, neste caso, futebolístico. Esse é um detalhe quase imperceptível, todavia fundamental: em outros esportes, o *tempo morto* é um tempo fora do tempo de jogo. Ou seja, neles a mudança não é de mera qualidade, mas de natureza – são tempos bem distintos. Nesses esportes [por exemplo, o futebol americano (NFL) e o basquete], o relógio é pausado tanto na arena de jogo quanto nas telas de televisão. Coloca-se o tempo de jogo em suspenso, enquanto outro tempo, um tempo extracampo, passa a agir, carregando consigo outras imagens e temporalidades para dentro do fluxo televisivo – esse sim somente muda de qualidade.

Assim, a experiência temporal do espectador do evento esportivo é bastante distinta da do relógio do evento em si – já que o tempo continua para o espectador durante os replays, [enquanto que] ele congela no jogo. Na NFL (como também em outros esportes), a repetição, portanto, rompe as temporalidades análogas entre o esporte e seu espectador, bem como diferencia um do outro (HANSON, 2010, pp.142-3, tradução minha).

No futebol, o tempo continua para o espectador e para o jogo durante os *replays*. O relógio no futebol não é pausado como na NFL, o que faz com que existam duas qualidades de tempo em toda a partida: uma com a bola em movimento e outra sem. No entanto, se são qualidades distintas, são bem especiais: o tempo da bola em jogo permite que o escore seja alterado (prática

uma ação sensível no todo da partida), enquanto que o tempo com a bola fora de jogo não. Da mesma forma, um ato de violência durante o tempo em jogo é passível de punição e converte-se em uma vantagem para a equipe daquele que a sofre, mas a violência em *tempo morto* pode ser punida, todavia não é vantajosa para o atingido.

Se um tempo de jogo e outro de fora de jogo possuem características tão díspares, o que os faz serem duas faces de um mesmo tempo, e não *outro* tempo? Acreditamos que seja a concordância que esses possuem a uma cronicidade preestabelecida, um tempo do mundo, tempo-seta, compartilhado tanto por um quanto por outro. No caso do futebol, a continuidade cronológica durante os *tempos mortos* (de bola fora de jogo) faz com que o tempo não seja substituído por outro tempo extradieгético, um tempo que vem de fora do espaço-tempo do jogo e se interpõe, mas que antes continue diegeticamente. O que acontece com o tempo de bola parada não só é do jogo, como também é do tempo de jogo. Logo, uma equipe pode possuir como estratégia gastar tempo, ou seja, demorar a repor a bola em jogo e fazer com o que o tempo viva.

Ao contrário, observemos as regras do basquete. Nesse esporte, o cronômetro para toda a vez em que a bola sai de jogo – ou quando o treinador de uma equipe solicita um tempo técnico. No artigo 18 do livro de regras³ aprovado pela CBB (Confederação Brasileira de Basquetebol) em 2010, o vulgarmente conhecido tempo técnico

é caracterizado como *tempo debitado*, “uma interrupção do jogo solicitada pelo técnico ou assistente técnico”, que pode durar no máximo um minuto. Quer dizer que, ao longo desse minuto, o cronômetro estará parado e o tempo de jogo (diegético), suspenso. O tempo debitado é um tempo de jogo? Não, pois se antes do pedido de tempo faltavam, por exemplo, três minutos para terminar o quarto, ao retorno desse um minuto de tempo parado, faltarão os mesmos três minutos. O que há é a inserção de um tempo fora do jogo (portanto, extradiegético), o qual produz mudanças sensíveis na qualidade do tempo de jogo, entre elas, a de dilatar tal tempo. No futebol, isso não ocorre: os três minutos para o fim do jogo escoam estando a bola em jogo ou fora de jogo.

Interessante é aquilo que o livro de regras do basquete caracteriza como “oportunidade de tempo debitado”:

18.2.2 Um tempo debitado pode ser concedido durante uma oportunidade de tempo debitado.

18.2.3 Uma oportunidade de tempo debitado começa quando:

- Para ambas as equipes, quando a bola se torna morta, o cronômetro de jogo está parado e o oficial tenha terminado sua comunicação com a mesa do apontador.

- Para ambas as equipes, a bola se torna morta após um último ou único lance livre convertido.

- Para a equipe que não pontuou, quando uma cesta de campo é convertida.

(REGRAS OFICIAIS DE BASQUETEBOL 2010, 2010, p.24).

Ou seja, toda vez que a bola sai do jogo (morre), o cronômetro para (advém o tempo extradiegético). No basquete, não existe *tempo morto*: o que morre é a bola, o tempo fora de jogo é outro tempo, mas é um tempo vivo, com suas próprias regras (entre elas, a de poder ser um *tempo debitado*). Como observa Wisnik, no basquete o “tempo é rigorosamente cronometrado, visível, e não vigora, portanto, [na] ‘vesícula onisciente’ do árbitro, a única entidade capaz de determinar, por exemplo, os imponderáveis ‘acréscimos’ ao final de uma partida de futebol” (WISNIK, 2008, p.108).

No futebol, ao contrário, quando morre a bola (sai de jogo), o cronômetro prossegue. Ademais, o tempo também não é morto: como dito anteriormente, ele distingue-se por um conjunto de qualidades, mas continua bastante vivo – tanto que pode ser incluído nas estratégias das equipes, o mesmo não é possível no basquete (fazer a popular ‘cera’ no basquete não resulta em diminuição do tempo de jogo corrido). Ainda,

o futebol tem nos acréscimos um recurso para compensar o tempo de bola fora de jogo. Contudo, esse não é um recurso objetivo, mas subjetivo – passa por aquilo que Wisnik chama de “vesícula onisciente” do árbitro, ou seja, uma subjetivação do tempo através da experiência prática do árbitro. Em média, partidas de futebol têm dois terços de seus noventa minutos de bola rolando, e o outro terço de bola parada⁴ (*tempo morto*). A decisão de acréscimos, normalmente de dois a dez minutos, divididos entre as duas metades do jogo, é do árbitro e somente dele – e claramente não compensam objetivamente o tempo perdido em bola parada. Mas compensam subjetivamente. É que no futebol, a bem da verdade, também não se pode falar em apenas um tempo uniforme e igual para todos, mas em um tempo de várias qualidades distintas – em que o *tempo morto* e o *vivo* são apenas duas faces perceptíveis. Franco Júnior, por exemplo, infere que, no futebol, cada personagem, jogador, membro da comissão técnica, árbitro ou torcedor sente o tempo com intensidades diferentes. Os jogadores, locutores que elaboram o discurso coletivo em campo, contam com amplo leque de variações. Um zagueiro, um armador e um atacante lidam de formas diversas com o tempo. O primeiro mais com o condicional, as diferentes possibilidades de jogada a serem feitas pelos atacantes adversários. O segundo, construtor de jogadas,

com o futuro, imaginando a melhor forma de entregar a bola em condições favoráveis para o arremate de um companheiro. O terceiro geralmente com o presente, o imediato, o fechamento do discurso coletivo (FRANCO JÚNIOR, 2007, pp.380-1).

Para o telespectador, também há a experiência de tempos intensivos diferentes, e tal irá depender do envolvimento afetivo que este tem com a partida e com os clubes que a disputam. Em certos momentos, como nas cobranças de pênaltis, o tempo de fato parecerá suspenso; ou então passará muito devagar para aquele que torce pelo fim do jogo para que sua equipe assegure a vantagem. O *tempo afetivo* do futebol é “contraponto ao tempo crescentemente frio, matematizável, padronizado das sociedades modernas. Mesmo o personagem que tem o controle quantitativo do tempo reconhece seus aspectos qualitativos” (FRANCO JÚNIOR, 2007, pp.344-5). Em suma, no futebol, o tempo cronométrico (importante no basquete) é substituído pelo tempo afetivo.

Se na televisão não há *tempo morto* (é um fluxo contínuo), nem no futebol – há períodos (ou tempos) de bola fora de jogo –, estará na junção dessas duas durações (uma diegética e outra extradiegética) a experiência do televisivo que nos interessa investigar?

⁴ “A Fifa preconiza que em jogos oficiais de futebol o tempo útil de ‘bola rolando’ seja de no mínimo 60 minutos – considerando ideal um tempo de 70 minutos” (LEITÃO, 2014). Segundo a mesma fonte, os jogos da primeira fase da Copa do Mundo no Brasil, em 2014, tiveram, em média, 55,5 minutos de bola rolando por partida.

4 O tempo na e da transmissão

Umberto Eco (1986, pp.185-6) aponta como características principais da transmissão direta a autonomia mais escassa por parte do diretor de transmissão – já que tentativa e resultado se identificam – e uma “menor plenitude artística do fenômeno”, uma vez que os limites para toda invenção são impostos pela presença de fatos exteriores e não preponderantemente pelo repertório do artista. Como observa Eco, os eventos já são dotados de uma lógica própria exterior à televisão, o que coloca o diretor “na situação embaraçosa de ser obrigado a identificar as fases lógicas de uma experiência no próprio momento em que ainda são fases cronológicas” (ECO, 1986, p.189).

Se a operação artística é limitadora, a “atitude produtiva”, o produto efetivo da construção televisiva tem uma nova qualidade: “o diretor deve inventar o evento no mesmo momento em que ele de fato acontece, e deve inventá-lo de modo que seja idêntico àquilo que realmente acontece; paradoxo à parte, deve intuir e prever o lugar e o instante da nova fase de seu enredo” (ECO, 1986, pp.189-90). A televisão direta, conclui Eco (1986, p.190), tem como característica principal seu poder de “acontecer com o acontecimento. Ou, pelo menos, [de] saber individualizar instantaneamente o acontecimento logo que aconteça e focalizá-lo antes que já esteja terminado”. É essa peculiaridade que leva Fêchine (2008, p.44) a pensar a transmissão direta como um texto em

situação, “um discurso-enunciado que incorpora à sua organização interna a própria situação na qual ele está se constituindo como tal”.

Eco (1986) admite que um diretor de televisão, de posse desse mecanismo intrincado de fazer colidir a duração do fluxo televisivo (a transmissão) com o do evento (seu acontecimento), deve desenvolver uma “hipersensibilidade” para conseguir intuir o encadeamento da ação que registra, mas não dirige rigorosamente. Ainda que existam princípios de organização da *mise-èn-scene* das teletransmissões esportivas, a disposição dos objetos (os jogadores, etc.) e a ação que tais desenvolvem fogem ao controle do diretor. Para Machado (2001, p.132), “nenhuma racionalidade pode permitir ao diretor adivinhar a configuração seguinte da cena, de modo que ele deve supor apenas intuitivamente qual será o melhor quadro para a sucessão”.

Porém, tal visão transforma os diretores de transmissões televisivas em excêntricos adivinhos, pois os coloca solitários e desarmados frente ao acaso. Ao contrário, a televisão racionalizou as “configurações seguintes da cena”, e fez isso através da criação, do uso e da habituação de certas formas ao longo do tempo. Essas formas são, nas diversas televisibilidades, mais ou menos estáticas e mais ou menos convergentes, não obstante possuírem o mesmo objetivo: diminuir a quantidade de ruído (por exemplo, a perda de um gol em uma transmissão ao vivo).

Existem, então, formas de se transmitir diversos eventos em direto (ao vivo) dentro da televisão: molduras⁵ dotadas de um conjunto de moldurações⁶ do evento que constroem formatos estéticos bem distintos – o concerto de rock (e suas variantes estilísticas); o programa de auditório (cf. Kilpp, 2003); o telejornalismo de bancada (cf. Fechine, 2008); os comícios; os debates políticos, os esportes. Tais formas não são e nem precisam ser brilhantes artisticamente, como quer Eco (1986) e como engata Machado (2001) ao propor uma televisão de qualidade (que romperia justamente com tais hábitos). Antes, elas têm de ser excelentes para o objetivo para o qual foram desenvolvidas: relacionar uma duração no mundo (o evento) com uma televisiva (a teletransmissão) construída pela própria televisão.

Apesar de não serem formas imutáveis, tais formatos (o conjunto operacionalizado dessas formas) são bastante estáticos: entre duas transmissões de partidas de futebol existirão muito mais semelhanças do que diferenças. Tal formato é estabelecido por uma “convenção de verossimilhança, e, portanto, a única solução sintática possível é a correlação segundo a

verossimilhança tradicional” (ECO, 1986, p.198). Para Eco (1986), o diretor de televisão se encontraria imobilizado entre uma abertura artística quase ilimitada e uma necessidade factual limitadora, que se impõe sobre suas possibilidades de ação; ainda assim, o número de cortes, os tipos de planos utilizados, etc., suporia um livre-arbítrio do diretor. Ao contrário, acreditamos que essas liberdades identificadas pelo autor italiano são, na verdade, reações aos eventos extrínsecos à televisão que fugiriam ao controle.

É por isso que a identidade do diretor da teletransmissão não é importante, já que ele não possui independência artística em relação ao aparato televisivo. Ao contrário, as aparentes liberdades (por exemplo, mostrar uma briga na arquibancada em detrimento de uma ação dentro de campo) são, na verdade, obrigações para com a televisão: tanto que se reclamaria de manipulação caso o diretor não atentasse para tais situações. O *direto* como recurso técnico-expressivo exige a correspondência entre duas durações para a instalação de um “efeito de presença” (FECHINE, 2008). Do contrário, a censura, se não imediatamente evidente, seria

5 KILPP (2003) compreende molduras como territórios de significação construídos conforme a lógica de cada meio. Entre elas, a autora dá os exemplos de programas, as faixas de horário, os gêneros, a grade de programação. Entretanto, compreendemos o conceito para além de artefatos codificados e englobamos também estratégias em sentido *lato* utilizadas pela televisão para se apropriar de objetos externos a seus mundos. Todo programa televisivo, no momento de sua concepção e antes de sua produção, escolhe diretrizes básicas para enquadrar (*moldurar*) seu objeto – entre essas diretrizes, está justamente o conjunto de códigos utilizados por certo tipo de programa, por uma faixa horária (por exemplo, da censura), pelo gênero, pela grade, etc.

6 Também a partir de KILPP (2003), moldurações são os processos técnico-estéticos que combinam, no interior de uma moldura, os elementos visuais. Assim, os *tempos mortos* como os pensamos aqui são tratados como *moldurações* dentro da moldura do futebol televisivo.

facilmente denunciável – e o efeito de se estar sentado em frente ao mundo em sua atualidade seria esfacelado⁷.

Por mais que a transmissão do esporte se baseie em um evento ocorrendo concomitantemente com sua veiculação, a plêiade de imagens obtidas do campo de jogo cria uma disjunção temporal imperceptível para o telespectador. É que, a cada momento, a ocupação do espaço do canal por uma imagem exclui todas as outras, as quais se tornam possibilidades de ocupação jamais atualizadas. O tempo e o espaço formam mistos que são divididos em múltiplos segmentos, que são então reprisados (*replay*), têm sua velocidade alterada (*slow motion*) ou são simplesmente substituídos. No limite, é a colocação no canal que ordena a teletransmissão e faz emergir seus sentidos: é através desta operação que o tempo do evento (extradiegético) é convertido em tempo televisivo (diegético). Como coloca Fechine, o afeto que o espectador possui de durar junto com o evento transmitido não é produzido propriamente por sua correspondência com a duração do evento transmitido, nem com a duração da própria transmissão. Trata-se antes de um sentido dado por um tipo de correspondência entre essas duas durações, pela ‘injeção’ de uma duração extradiegética (do evento, do mundo) numa duração diegética (do discurso, da TV) (FECHINE, 2008, p.49).

Neste contexto, a emergência de um *tempo morto* – e a experiência dele – só é possível se este for proposital. Ao distinguir um tempo extradiegético de um diegético, percebe-se que a televisão tem amplo domínio do seu tempo e dos mecanismos que objetivam impedir que o seu tempo diegético morra. Um “*tempo morto*”, entendido como ausência de ação, só é possível se esse for o sentido dado pela televisão a esse tempo. No mais das vezes, tal morte do tempo é facilmente evitada.

É preciso apontar também que “colocação em tela” (isto é, a passagem do tempo extradiegético para o diegético) é composta por outros dois processos: “colocação no quadro” e “colocação na série”. Os quadros são resultados da “colocação em tela”, são os frutos da ação das câmeras na captura do evento esportivo. Cada um dos quadros pode, potencialmente, ocupar o canal por um intervalo de tempo, ainda que só alguns deles o façam. Para cada segundo de imagem na tela, há no futebol outras 31 possibilidades de imagens sendo geradas, mas não atualizadas no espaço de transmissão (canal). A sequência é o encadeamento lógico desse processo: na sucessão de um quadro a outro, criam-se sequências de imagens. É nessa colisão dos quadros que os sentidos emergem, sobretudo nos *tempos mortos*. Por exemplo, a colocação em tela de um plano com uma chance clara de gol e a sucessiva colocação de um *close* do jogador que acabou de perder

⁷ Ficar-se-ia apenas com o ‘efeito de ao vivo’: “essencialmente, um fenômeno semiótico: [...] a instauração do ‘ao vivo’ na TV depende do modo como os discursos se organizam para produzir determinados efeitos de sentido. Pode-se, portanto, instaurar efeitos de ‘ao vivo’ tanto numa transmissão direta quanto numa gravada” (FECHINE, 2008, p.26).

tal chance é dotada de sentidos que, de parte a parte, não existiriam se tal sequência não fosse atualizada entre as possibilidades disponíveis para tal montagem.

A colocação em tela, no canal, é o que permite uma autonomia temporal entre o evento e a televisão. Enquanto os planos capturados pelas câmeras são matéria bruta, esses ainda são extradiegéticos e só quando colocados na tela do canal é que se tornam diegéticos. É por isso que a transmissão tem uma temporalidade própria, a qual não necessariamente precisa coincidir com o tempo do evento. É essa liberdade que possibilita fazer passar outras temporalidades, como o *replay* e o *slow motion*. O *replay* não é apenas uma imagem-reserva em potência durante a transmissão como as outras, mas é uma imagem que basta a si própria: ela não decompõe o espaço de jogo a um tempo único e equivalente, mas é dotada de uma temporalidade apenas sua. É outra temporalidade que vem agregar e substituir a temporalidade das outras imagens da partida – afinal, o jogo não cessa de ocorrer enquanto o *replay* está na tela.

A discrepância entre imagem capturada e imagem transmitida leva a um intervalo de tempo significativo, o qual permite a manipulação dos audiovisuais e sua constante seleção. Entre o fluxo televisivo (diegético) e o fluxo esportivo (extradiegético), os *tempos mortos* atuam como pulsão das formas televisivas, isto é, enquanto impulso enérgico interno ao televisivo que libera artifícios televisivos para que tomem conta do

evento televisionado. Tais formas são – devido ao hábito e às práticas culturalmente consolidadas da televisão – imediatamente potentes toda vez que a passagem de um tempo extradiegético se converte em diegético (ou seja, em que a televisão transforma o tempo do evento em seu), e são colocadas em tela, sobretudo, quando a bola sai de jogo.

A qualidade do *tempo morto* é a possibilidade de expulsar determinadas figuras retóricas televisivas e inflacionar seus empreendimentos. Isso porque, de certa forma, todas essas figuras também aparecem durante os tempos de bola rolando; todavia, são empreendimentos tímidos por parte da televisão, já que, nestes momentos vivos para o esporte, ela não tem total controle do tempo (inclusive do seu). Mas são nos *tempos mortos* que essas figuras serão mais amplamente utilizadas.

5 Considerações Finais

Os tempos mortos do futebol na televisão debateu as teletransmissões esportivas a partir do conceito de *tempo morto*, que foi vivissecado, tendo inclusive sua existência questionada: indagamos se era possível falar de *tempo morto* na televisão, como fazem Dubois (2004), Eco (1986) e Fachine (2008). Para tanto, procuramos a possibilidade de existência do *tempo morto* na televisão (há qualidades de tempos diferentes), no esporte (existem naturezas de tempos diferentes), e na teletransmissão, o embate entre tempo diegético (da tela) e extradiegético (do evento).

No último caso, identificamos os *tempos mortos* como pulsão das formas televisivas, ou seja, enquanto impulso enérgico interno ao televisivo que libera artifícios televisivos para que tomem conta do evento televisionado: no caso do futebol analisado, os *closes*, os *replays*, a imagem de torcedores, técnicos e jogadores. Quando essas imagens passam a ocupar a tela, justamente quando a bola para de rolar, a televisão engendra sentidos até então indisponíveis.

Referências

BERGSON, Henri. **Duração e Simultaneidade**: a propósito da teoria de Einstein. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

ECO, Umberto. **Obra aberta**. 4ª edição. São Paulo: Perspectiva, 1986.

FECHINE, Yvana. **Televisão e presença**: uma abordagem semiótica da transmissão direta. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

HANSON, Christopher C.P. **One more time**: instances, applications and implications of the replay. Qualificação de tese (Doutorado em Cinema-Televisão – Estudos Críticos) – Faculdade da USC Graduate School. Los Angeles: University of Southern California, 2010. Disponível em: <http://digitallibrary.usc.edu/assetserver/controller/item/etd-Hanson-4035.pdf>

KILPP, Suzana. **Ethnicidades televisivas**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2003.

_____. Audiovisualidades de TV: Apontamentos Preliminares sobre Imagem-duração. In: **Revista Contemporânea**, v.4, n°1, pp.99-116, junho de 2006.

LEITÃO, Rodrigo Azevedo. **O tempo útil de bola em**

jogo: reflexões sobre a Copa do Mundo Fifa de futebol e sobre o Campeonato Brasileiro 2014. Disponível em: <http://www.universidadedofutebol.com.br/Coluna/12536/0-tempo-util-de-bola-em-jogo-reflexoes-sobre-a-Copa-do-Mundo-Fifa-de-futebol-e-o-sobre-o-Campeonato-Brasileiro-2014>. Acessado em: 30 de junho de 2014.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. 2ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **A televisão levada a sério**. 2ª ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

PELBART, Peter Pál. **A Nau do Tempo Rei**: 7 ensaios sobre o tempo da loucura. Rio de Janeiro: Imago, 1993.

REGRAS OFICIAIS DE BASQUETEBOL 2010, redigidas pelo Comitê Central da FIBA, aprovado pelo Departamento de Arbitragem da Confederação Brasileira de Basquetebol (CBB). Disponível on-line: http://legado.cbb.com.br/arbitragem/LIVRO_DE_REGRAS_2010v2.pdf. Acessado em: 11 de setembro de 2012.

RIAL, Carmen. Televisão, futebol e novos ícones planetários. Aliança consagrada nas Copas do Mundo. Trabalho apresentado no GT Cultura das Mídias, no **XII Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS)**, realizado em Recife – PE, de 02 a 06 de junho de 2003.

WILLIAMS, Raymond. **Television** [1974]. Nova Iorque: Routledge, 2003.

WISNIK, José Miguel. **Veneno remédio**: o futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

The *dead time* of soccer on television

Abstract

The purpose of this paper is to discuss the concept of dead time within sports broadcasts. We believe that images inserted in the television landscape when the time is out in the sport are important to the overall understanding of the game narrative. In this understanding, dead time operates as energetic boost that releases television forms that give meaning to the events on the field. To build our investigation, we observe the dead time on television, on the televised event and on the broadcast itself.

Keywords

Television. Sports journalism. Dead time. Semiotics. Affection.

Los *tiempos muertos* de fútbol en la televisión

Resumen

El propósito de este paper es discutir el concepto de tiempo muerto dentro de las transmisiones de fútbol. Creemos que las imágenes insertadas en el panorama de la televisión cuando la bola está fuera de juego son importantes para la comprensión global de la narración deportiva, además de convertirse en un elemento diferenciador frente o deporte observado desde el campo de fútbol. En este entendimiento, el tiempo muerto opera como impulso enérgico que libera las formas que dan sentido a los acontecimientos del deporte. Para construir nuestra investigación, observamos los tiempos muertos en la televisión, en el evento televisado y en la transmisión.

Palabras-Clave

Televisión. Periodismo deportivo. Tiempo muerto. Semiótica. Afecto.

Expediente

A revista E-Compós é a publicação científica em formato eletrônico da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Lançada em 2004, tem como principal finalidade difundir a produção acadêmica de pesquisadores da área de Comunicação, inseridos em instituições do Brasil e do exterior.

E-COMPÓS | www.e-compos.org.br | E-ISSN 1808-2599

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.

Brasília, v.17, n.3, set./dez. 2014.

A identificação das edições, a partir de 2008, passa a ser volume anual com três números.

CONSELHO EDITORIAL

Afonso Albuquerque, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Alberto Carlos Augusto Klein, Universidade Estadual de Londrina, Brasil
Alex Fernando Teixeira Primo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
Ana Carolina Damboriarena Escosteguy, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
Ana Gruszynski, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
Ana Sílvia Lopes Davi Médola, Universidade Estadual Paulista, Brasil
André Luiz Martins Lemos, Universidade Federal da Bahia, Brasil
Ângela Freire Prysthon, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil
Antônio Fausto Neto, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil
Antonio Carlos Hohlfeldt, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
Antonio Roberto Chiachiri Filho, Faculdade Cásper Líbero, Brasil
Arlindo Ribeiro Machado, Universidade de São Paulo, Brasil
Arthur Autran Franco de Sá Neto, Universidade Federal de São Carlos, Brasil
Benjamim Picado, Universidade Federal Fluminense, Brasil
César Geraldo Guimarães, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil
Cristiane Freitas Gutfreind, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
Denilson Lopes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
Denize Correa Araujo, Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil
Edilson Cazeloto, Universidade Paulista, Brasil
Eduardo Vicente, Universidade de São Paulo, Brasil
Eneus Trindade, Universidade de São Paulo, Brasil
Erick Felinto de Oliveira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Florence Dravet, Universidade Católica de Brasília, Brasil
Gelson Santana, Universidade Anhembi/Morumbi, Brasil
Gilson Vieira Monteiro, Universidade Federal do Amazonas, Brasil
Gislene da Silva, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil
Guillermo Orozco Gómez, Universidad de Guadalajara, México
Gustavo Daudt Fischer, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil
Hector Ospina, Universidad de Manizales, Colômbia
Herom Vargas, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Brasil
Ieda Tucherman, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
Inês Vitorino, Universidade Federal do Ceará, Brasil
Janice Caiafa, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
Jay David Bolter, Georgia Institute of Technology, Estados Unidos
Jeder Silveira Janotti Junior, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil
João Freire Filho, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
John DH Downing, University of Texas at Austin, Estados Unidos

José Afonso da Silva Junior, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil
José Carlos Rodrigues, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil
José Luiz Aídar Prado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil
José Luiz Warren Jardim Gomes Braga, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil
Juremir Machado da Silva, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
Laan Mendes Barros, Universidade Metodista de São Paulo, Brasil
Lance Strate, Fordham University, USA, Estados Unidos
Lorraine Leu, University of Bristol, Grã-Bretanha
Lucia Leão, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil
Luciana Panke, Universidade Federal do Paraná, Brasil
Luiz Claudio Martino, Universidade de Brasília, Brasil
Malena Segura Contrera, Universidade Paulista, Brasil
Márcio de Vasconcellos Serelle, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil
Maria Aparecida Baccaga, Universidade de São Paulo e Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil
Maria das Graças Pinto Coelho, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil
Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Universidade de São Paulo, Brasil
Maria Luiza Martins de Mendonça, Universidade Federal de Goiás, Brasil
Mauro de Souza Ventura, Universidade Estadual Paulista, Brasil
Mauro Pereira Porto, Tulane University, Estados Unidos
Nilda Aparecida Jacks, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
Paulo Roberto Gibaldi Vaz, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
Potiguara Mendes Silveira Jr, Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil
Renato Cordeiro Gomes, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil
Robert K Logan, University of Toronto, Canadá
Ronaldo George Helal, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Rosana de Lima Soares, Universidade de São Paulo, Brasil
Rose Melo Rocha, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil
Rossana Reguillo, Instituto de Estudios Superiores del Occidente, México
Rousiley Celi Moreira Maia, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil
Sebastião Carlos de Moraes Squirra, Universidade Metodista de São Paulo, Brasil
Sebastião Guilherme Albano da Costa, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil
Simone Maria Andrade Pereira de Sá, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Suzete Venturelli, Universidade de Brasília, Brasil
Tiago Quiroga Fausto Neto, Universidade de Brasília, Brasil
Valerio Fuenzalida Fernández, Puc-Chile, Chile
Veneza Mayora Ronsini, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil
Vera Regina Veiga França, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

COMISSÃO EDITORIAL

Cristiane Freitas Gutfreind | Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
Irene Machado | Universidade de São Paulo, Brasil
Jorge Cardoso Filho | Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil / Universidade Federal da Bahia, Brasil

CONSULTORES AD HOC

Adriana Amaral, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil
Alexandre Rocha da Silva, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
Arthur Ituassu, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil
Bruno Souza Leal, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil
Elizabeth Bastos Duarte, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil
Francisco Paulo Jamil Marques, Universidade Federal do Ceará, Brasil
Maurício Lissovsky, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil
Suzana Kilpp, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil
Vander Casaqui, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

EDIÇÃO DE TEXTO E RESUMOS | Press Revisão

SECRETÁRIA EXECUTIVA | Helena Stigger

EDITORAÇÃO ELETRÔNICA | Roka Estúdio

COMPÓS | www.compos.org.br

Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação

Presidente

Eduardo Morettin

Universidade de São Paulo, Brasil

eduardomoretin@usp.br

Vice-presidente

Inês Vitorino

Universidade Federal do Ceará, Brasil

ines@ufc.br

Secretária-Geral

Gislene da Silva

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

gislenedasilva@gmail.com