

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“Júlio de Mesquita Filho”**

**FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

HENRIQUE GASPARINO

**ESTUDO DA TRANSMISSÃO ESPORTIVA NA
TELEVISÃO BRASILEIRA**

Bauru - SP

2013

HENRIQUE GASPARINO

ESTUDO DA TRANSMISSÃO ESPORTIVA NA
TELEVISÃO BRASILEIRA

Projeto Experimental apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Francisco Magnoni

Bauru – SP

2013

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"Júlio de Mesquita Filho"

FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

Henrique Gasparino

ESTUDO DA TRANSMISSÃO ESPORTIVA NA
TELEVISÃO BRASILEIRA

Trabalho de conclusão de curso aprovado em ___/___/___ para obtenção do
título de bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Antonio Francisco Magnoni

Prof. Dr. Angelo Sottovia Aranha

Prof. Dr. Juarez Tadeu de Paula Xavier

Dedicatória

*Aos meus pais, responsáveis
diretos por cada conquista em
minha vida.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me dar saúde, proteção e a oportunidade de viver rodeado de pessoas incríveis.

Agradeço ao meu irmão, Leonardo Gasparino, que sempre esteve ao meu lado, disposto a me ajudar quando possível e até a me confrontar quando necessário.

Agradeço ao professor Antonio Magnoni por sua imensa ajuda, com ideias, sugestões, lições e verdadeiras aulas sobre os mais diversos assuntos que vão muito além desse trabalho.

Agradeço a todos os docentes e discentes da que contribuíram com a minha formação profissional.

Agradeço a República Xilindró, que foi muito mais do que um lar, e me deu o privilégio de conhecer, conviver e aprender com pessoas fantásticas.

Agradeço aos meus pais, que me dão, todos os dias, uma aula de caráter, determinação e superação, além do amor incondicional. Muito obrigado, Ana Paula Gasparino e Laerte Gasparino.

E, por fim, agradeço ao apoio daquela que mudou a minha vida e me fez descobrir um novo eu. Muito obrigado, Ana Paula Navarrete.

RESUMO

O esporte é uma editoria presente em toda e qualquer redação de jornalismo, seja de impresso, rádio, televisão ou internet. No entanto, a abordagem jornalística é feita de maneira distinta em relação às outras editorias, existe mais liberdade e uso constante de elementos narrativos que suavizam o texto ou a narração e deixam a linguagem da cobertura esportiva mais próxima do entretenimento. Este trabalho busca analisar e compreender a transmissão esportiva, que muitas vezes na televisão brasileira, se concentra ou se resume ao futebol. Para cumprirmos a proposta do projeto de conclusão de curso, foi preciso realizar um estudo para entender como o esporte invadiu a televisão, como a transmissão esportiva é realizada hoje pela mídia televisiva, quais são os elementos e estratégias usadas para a cobertura de grandes eventos esportivos, principalmente os futebolísticos, e quais efeitos que tais transmissões causam na sociedade brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo esportivo; futebol; televisão; humor e sensacionalismo; esporte e sociedade.

ABSTRACT

Sports is an editorial present in every and any large-scale news company, whether it print, radio, television or web. However, their approach is made differently from other editorials, they have more freedom and constant use of elements that soften the text, leaving it close to entertainment. Therefore, this work seeks to analyze and understand the sports broadcasting, which on the Brazilian television is usually limited to the football. To perform the project of the conclusion of major, there was a need to study how the sport broke into television, how the sports broadcast is carried out by television media, which are the elements used for their coverage of sports events, especially football ones, and the effects that this broadcasting causes in society.

KEYWORDS: sports journalism; football; television; humor and sensationalism; sports and society.

“Vai garotinho porque o placar não é seu”.
(Osmar Santos)

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1. Introdução..... | 10 |
| 2. Tratamento da cobertura esportiva | 12 |
| 2.1 Breve histórico sobre o futebol no Brasil e sua entrada na pauta do jornalismo esportivo | 14 |
| 2.2 Jornalismo esportivo no rádio..... | 17 |
| 2.3 Jornalismo esportivo na televisão | 20 |
| 2.4 O modelo de transmissão esportiva na televisão | 23 |
| 3. Tratamento de um tema lúdico | 27 |
| 3.1 O sensacionalismo no jornalismo esportivo de televisão | 30 |
| 3.2 O humor no jornalismo esportivo de televisão..... | 34 |
| 3.3 Entretenimento e espetáculo..... | 37 |
| 4. Observação da transmissão esportiva na televisão contemporânea..... | 41 |
| 4.1 Observação do programa <i>Globo Esporte</i> do dia 27 de abril de 2013..... | 43 |
| 4.2 Observação da partida entre Ponte Preta e Corinthians, transmitida pela <i>Rede Globo</i> no dia 28 de abril de 2013..... | 49 |
| 4.3 Observação do programa <i>Globo Esporte</i> do dia 29 de abril de 2013..... | 57 |
| 5. Futebol e Sociedade | 61 |
| 5.1 A Copa do Mundo e a identidade nacional..... | 63 |
| 5.2 A participação da mídia na mudança de perspectiva do futebol no Brasil | 68 |
| 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS | 72 |
| 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 74 |

1. Introdução

O trabalho a seguir tem como meta estudar de maneira abrangente como é realizada a transmissão esportiva na televisão brasileira e seus reflexos históricos e contemporâneos para a sociedade. Para entender como é realizada tal transmissão, é necessário levantar uma série de pontos que o estudo desse tema exige. É sabido que, ao menos no Brasil, o futebol tem uma grande vantagem em relação aos outros esportes no que diz respeito à visibilidade. Então, primeiramente, é imprescindível realizar um levantamento histórico de como tal esporte ganhou tamanha importância, além de conseguir movimentar milhões de reais com vendas de jogadores, patrocínio, contratos com a imprensa, e assim por diante.

O jornalismo esportivo televisivo tem suas raízes no radiofônico. Logo, um estudo de como o rádio começou a cobrir esportes, especialmente o futebol, é fundamental para o entendimento de como a televisão os trata. A mídia televisiva, aliás, também passou por diversas mudanças ao longo de sua trajetória, portanto é interessante apontar como tais mudanças influenciaram o que é visto na televisão contemporânea.

Uma vez compreendido como o esporte, sempre tendo o futebol como carro-chefe, conquistou visibilidade e caiu nas graças da população, é importante relatar como a imprensa realiza a cobertura esportiva que, oposta às outras editorias, tem como material de trabalho um tema lúdico. É interessante destacar e estudar com mais profundidade algumas ferramentas, como o humor e o sensacionalismo, que a mídia utiliza para a realização da cobertura esportiva.

Com o estudo da linguagem do jornalismo esportivo realizado, é necessária a busca de um exemplo de transmissão esportiva na televisão aberta. Para isso, não há exemplo melhor que a cobertura esportiva realizada pela *Rede Globo*, a qual entra na casa de boa parte dos brasileiros toda quarta-feira e domingo. A *Rede Globo* se tornou a emissora responsável por levar o esporte, quase sempre o futebol, para a população brasileira. Muitas vezes, tal

emissora garante direitos exclusivos de transmissão, em outras o telespectador a prefere por sua qualidade de vídeo ou então pela qualidade da cobertura mesmo. São inúmeros motivos que a colocam no patamar em que está. Sendo assim, um estudo mais aprofundado sobre a ação da *Rede Globo* se torna indispensável para entender o funcionamento de uma transmissão esportiva.

Além de estudar as ferramentas utilizadas para a cobertura de esportes na televisão brasileira e analisar se o seu uso contribui para a qualidade do jornalismo esportivo, é essencial dar espaço para uma análise sociológica da importância do esporte e de como ele é veiculado pela imprensa.

Eventos esportivos já tiveram grande relevância em importantes processos políticos no Brasil. A Copa do Mundo, por exemplo, teve grande influência no fortalecimento da ideia de identidade nacional em algumas ocasiões, sempre, obviamente, devido à divulgação realizada pela mídia. Em 1938, o governo de Getúlio Vargas utilizou-se do mundial para a afirmação da República, enquanto em 1970, Médici usaria o evento esportivo para a afirmação da Ditadura Militar.

O jornalismo esportivo, muitas vezes camuflado no entretenimento simplista, tem uma grande relevância para a sociedade em que vivemos. É importante ressaltar que, quando movido por uma causa, tem o poder de influenciar toda a massa. Basta ver, por exemplo, que, com o intuito de promover a Copa do Mundo do Brasil, a imprensa, principalmente a televisiva, oculta diversas infrações e supervaloriza o evento e tudo o que está sendo feito para seu sucesso. Diante de todas essas informações, é possível afirmar que um estudo sobre a transmissão esportiva na televisão pode ser considerado relevante tanto para quem estuda o esporte como para quem apenas o acompanha.

2. Tratamento da cobertura esportiva

A mídia esportiva televisiva brasileira tem, praticamente, todos os seus esforços voltados para a cobertura de um esporte, o futebol. Um indivíduo com televisão por assinatura consegue acompanhar partidas e até campeonatos de vôlei, basquete, tênis e outros esportes menos populares no Brasil. No entanto, em uma comparação entre o espaço cedido para o futebol e para esses outros esportes não há dúvidas de que o primeiro leva uma vantagem expressiva. Pós e pré-jogos, jornais diários sobre bastidores de clubes de futebol, mesas redondas; ou seja, cada lance é visto e analisado inúmeras vezes por diversos profissionais (jornalistas e não jornalistas), enquanto que em outro esporte é possível acompanhar apenas a partida em si. Estes dados são verdadeiros em um canal por assinatura, caso a programação de um canal aberto seja analisada, raramente, será encontrado outro assunto que não futebol.

Logo, para se analisar a mídia televisiva esportiva, é necessário um aprofundamento muito maior no esporte mais popular do Brasil e, possivelmente, do mundo, do que em outras modalidades.

Se faz necessário um estudo sobre a entrada do futebol no Brasil e, principalmente, a entrada da modalidade na mídia. É preciso que se entenda como um esporte não oriundo das elites ganhou o espaço e chegou ao tamanho que se tem atualmente. Não é mais possível ficar alheio ao futebol, a pergunta “que time você torce?” já é quase tão frequente quanto “qual é seu nome?”. É preciso torcer por alguém, é preciso adaptar os horários do seu dia para que, na hora do jogo, haja um espaço de, pelo menos, duas horas para assistir os jogos.

A sociedade brasileira é refém do tal futebol. Ainda que não se simpatize com o esporte, alguém próximo com certeza é fanático. Ainda que se queira ignorar a presença, não será possível. Basta tentar encontrar algum estabelecimento comercial aberto em dia de jogo da seleção brasileira em uma Copa do Mundo para ver o poder que esse esporte exerce sobre o Brasil.

É interessante fazer um exercício de reflexão, ainda que rápido e raso, sobre como uma mera modalidade esportiva passou a dominar todo um ambiente ou, então, como um simples jogo se tornou o “esporte democrático” com o passar dos anos. Os ricos, os pobres, os negros, os brancos, os altos, os baixos, os gordos e os franzinos, a semelhança entre eles é a possível participação de cada um em uma partida de futebol.

Nem sempre foi assim, em outros momentos alguns dos grupos citados anteriormente eram excluídos do futebol, mas foram, pouco a pouco, ganhando seu espaço. Paralelamente a isso, outros esportes ainda não oferecem a todas as classes sociais e grupos étnicos um espaço. Basta observar quem pratica esportes como tênis, golfe, automobilismo, hipismo, entre tantos outros. É notável que, no Brasil, estes esportes citados são praticados, com raras exceções, pelo mesmo grupo representado pelo homem branco de classe média/alta.

Outro fator interessante do futebol é sua prática ser realizada com os pés. Enquanto os outros esportes com bola são executados, majoritariamente, com as mãos, o futebol tem essa peculiaridade que abre espaço para uma maior demonstração de habilidade e agilidade ou, como é popularmente conhecido, o gingado. Tal peculiaridade pode ter sido fundamental para a entrada do negro no futebol. Além da força física característica, seu gingado oriundo de práticas como a capoeira e diversas outras danças culturais foi passado de geração em geração e culminou em uma vantagem natural para esse grupo étnico. Não é necessário nem citar, nesse momento, jogadores negros para ilustrar esse argumento. Primeiramente, pelo fato de não poucos atletas negros terem se destacado historicamente e continuarem se destacando no futebol, e, depois, boa parte destes são conhecidos e reconhecidos mundialmente.

Finalmente, antes de se analisar produtos gerados pelo jornalismo esportivo televisivo, é necessário o aprofundamento em alguns itens, entre eles, um histórico do principal esporte coberto pela mídia, o futebol; a influência

do rádio na cobertura de tal esporte; e, por fim, entender a trajetória do modelo de transmissão do jornalismo esportivo contemporâneo.

2.1 Breve histórico sobre o futebol no Brasil e sua entrada na pauta do jornalismo esportivo

Em 1894, Charles Miller desembarcou no Brasil acompanhado de bolas de couro e um pequeno livro de regras. Neste momento histórico, o país conhecia o esporte que se tornaria o mais popular do mundo, o futebol ou, na época, football que pode ser traduzido como pé na bola, à primeira vista uma tradução sem importância, porém, ao ser estudado melhor, é perceptível uma mudança de paradigmas. Os esportes populares da época, ou seja, os que eram praticados pela aristocracia, tinham como base a habilidade e a força nas mãos e braços, nunca nos pés.

Miller trabalhava na empresa “*The São Paulo Railway Company*” e, com os funcionários de tal empresa, passou a disputar partidas amadoras de futebol. Esta empresa era responsável pela estrada de ferro “São Paulo Railway” que, quando terminada, ligava a cidade de São Paulo à cidade de Santos, passando por São Caetano do Sul, Santo André, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Paranapiacaba e Cubatão. Ou seja, o futebol, que ainda era um embrião no país, pôde ser visto em diversas cidades entre a capital paulista e o litoral.

A empresa ferroviária, assim como boa parte da indústria paulista da época, era composta em sua maioria por imigrantes socialmente desfavorecidos em seus países de origem e negros recém libertos da escravidão. Hardman¹ e Leonardi² (1982) explicam que a logística de uma

¹ Francisco Foot Hardman concluiu o doutorado em Filosofia pela Universidade de São Paulo em 1986. Atualmente é Professor Titular da Universidade Estadual de Campinas, sendo docente do Programa de Pós-Graduação em Teoria e História Literária do Instituto de Estudos da Linguagem (IEL). Informações obtidas no Lattes.

² Estudou na Universidade de Paris, foi professor na Universidade de Brasília, professor-visitante na Unicamp, na Universidade Federal da Paraíba, na Universidade do Amazonas e na

indústria paulista do início do século XX tinha grandes diferenças em relação às indústrias contemporâneas:

Cada fábrica tinha um aspecto fosco e hostil de presídio, com seus guardas de portão fardados e armados, operários e operárias submetidos a vexatórias revistas e humilhantes observações, quanto não recebiam ameaças de toda sorte. (HARDMAN; LEONARDI, 1982, p. 134).

As indústrias eram criadas conforme alguns aspectos econômicos e geográficos, que permitiam o crescimento dessas fábricas e a continuidade de seu trabalho.

...podem-se destacar dois elementos decisivos para a localização das fábricas: as ferrovias (transporte de matérias-primas, máquinas e trabalhadores imigrantes; transporte dos bens industriais produzidos) e os rios... (fontes de energia elétrica)...(HARDMAN; LEONARDI 1982, p. 133).

Conforme os operários realizavam seu trabalho e ampliavam as ferrovias, levavam consigo sua bagagem cultural, e nela já estava inclusa a prática do novo esporte, o futebol.

Com esse cenário, inicia-se um processo de aceitação do novo esporte em terras brasileiras. Logo, os imigrantes que viviam em cortiços se tornaram adeptos da nova prática e todo o aparato para o exercício do futebol já não se fazia necessário. A bola de capotão fora substituída por bola de borracha, as traves por pedras no chão, o gramado pelo asfalto e chuteiras não eram muito mais do que itens de luxos desprezíveis.

No entanto, o processo de emplacar o esporte na mídia escrita da época era bem mais complicado. Os jornais de São Paulo conseguiam se

alimentar perfeitamente de notícias nas áreas de política e economia, não era necessário a presença de um esporte relativamente novo para preencher suas páginas.

A primeira notícia sobre futebol só foi veiculada no ano de 1901, com a notícia de que estava formada a primeira liga de futebol paulista, composta por 5 times, todos pertencentes à elite. No entanto, essa notícia não abriu um espaço constante para novas notícias sobre o esporte jogado com os pés. Na verdade, outros esportes como remo e turfe já satisfaziam a aristocracia paulista. Ribeiro³ (2007) chega a dizer que a mídia esportiva já existia muito antes da chegada de Charles Miller no Brasil, então o futebol ainda teria que buscar o seu espaço.

O jornalismo esportivo brasileiro teria nascido em 1856, com *O Atleta*, passando receitas para o aprimoramento físico dos habitantes do Rio de Janeiro. Pouco depois, em 1885, circularam *O Sport* e *O Sportman*. Em 1891, surgiu em São Paulo *A Platea Sportiva*, um suplemento de *A Platea*, criado em 1888. Dez anos depois, em 1898, também em São Paulo, surgiram a revista *O Sport* e o jornal *Gazeta Sportiva* (que não tem nada a ver com o jornal que seria criado futuramente), periódico de distribuição gratuita que circulava somente aos domingos. Em nenhuma das publicações o futebol era prioridade: apenas notícia de turfe, regatas e ciclismo. (RIBEIRO, 2007, p. 26-27).

Segundo Coelho⁴ (2008), o futebol só foi aparecer em um jornal popular, rompendo assim, um elo com a elite da época. Esse processo ajudou a levar o esporte de vez para as camadas menos favorecidas socialmente.

Em São Paulo, na década de 1910 havia páginas de divulgação esportiva no jornal *Fanfulla*. Não se tratava de periódico voltado para as elites, não formava opinião, mas atingia um público cada vez mais numeroso na São Paulo da época: os italianos. Um aviso não muito

³ André Ribeiro é jornalista e, desde 1978, produtor de televisão. É autor das conceituadas biografias "Diamante Eterno – biografia de Leônidas da Silva" e "Fio de Esperança – biografia de Telê Santana", e dos livros "Uma Ponte para o Futuro" e "A Magia da Camisa 10". Informações obtidas no site: www.livrosdefutebol.com

⁴ Jornalista desde os 18 anos e trabalha na ESPN desde 2000. Informações obtidas em seu blog pessoal.

pretensioso de uma das edições chamava-os a fundar um clube de futebol. Foi assim que nasceu o Palestra Itália, que se tornaria Palmeiras décadas mais tarde, no meio da Segunda Guerra Mundial. (COELHO, 2008, p. 8).

A partir daí, o futebol passou a ganhar cada vez mais linhas nos jornais impressos e já não era incomum a prática do esporte pelas periferias sociais e várzeas no país. A aceitação do futebol por todas as camadas sociais fizeram com que o esporte se democratizasse. A consolidação de tal democratização viria com o ato do Clube de Regatas Vasco da Gama, do Rio Janeiro. Em 1923, o clube carioca atuou com jogadores negros, algo inédito e impensável para a elite da época, que sempre fora o centro das atenções no que diz respeito ao glamour esportivo.

O constante crescimento de visibilidade do esporte na imprensa escrita, chamou a atenção de outro veículo, o rádio. Esse flerte seria fundamental para levar o futebol, de uma vez por todas, a todo o Brasil, e também seria de extrema importância para o alavancamento do rádio como ferramenta de mídia.

2.2 Jornalismo esportivo no rádio

A história da expansão do futebol no Brasil se confunde com a história da expansão do rádio. Segundo Soares⁵ (1994), a primeira partida de futebol transmitida no rádio aconteceu no ano de 1931. Soares credita a Nicolau Tuma da Rádio Educadora Paulista o encabeçamento deste ato.

Depois de uma ampla pesquisa em arquivos de jornais da década de 30 e de entrevistar vários profissionais do rádio esportivo, comprovamos que Nicolau Tuma é o locutor pioneiro das irradiações diretas de futebol lance por lance. Isto é, o primeiro locutor a irradiar uma partida de futebol continuamente durante os 90 minutos do jogo

⁵ Edileuza Soares é jornalista formada pela Universidade Braz Cubas (UBC/SP, de Mogi das Cruzes, em 1986. Fez mestrado em Mídias Sociais na Universidade Metodista de São Paulo (Umesp/SP), em 1994. Informações obtidas no site: www.portaldosjornalistas.com.br

e o que criou o estilo de narração que passou a fazer parte da programação esportiva do rádio. (SOARES, 1994, p. 18).

A narração de Tuma, conhecida como lance por lance, da partida entre a seleção de São Paulo e a seleção do Paraná revolucionou a transmissão esportiva da época e abriu precedente para que outras transmissões com este método fossem realizadas. Até o momento, o esporte era veiculado nas rádios apenas com boletins informativos que tinham como função divulgar os resultados dos eventos esportivos.

Além do pioneirismo nas irradiações esportivas, Tuma foi responsável por transmitir, em primeira mão, o anúncio da Revolução Constitucionalista, contra a censura imposta por Getúlio Vargas. Tuma ainda se tornaria diretor das Rádios Tamoio e Cultura, do Rio de Janeiro. Em 1945, o radialista participou da campanha pela redemocratização do País e entrou, definitivamente, para a política. Foi eleito vereador em São Paulo pela UDN, sendo reeleito em 1951 e 1955. No governo Jânio Quadros foi diretor do Serviço de Trânsito de São Paulo. Em 1958, elegeu-se deputado federal pela primeira vez, fato que se repetiu nas duas eleições seguintes. Na Câmara, chegou a vice-líder da UDN e destacou-se na elaboração do primeiro Código Nacional de Trânsito e do primeiro Código Brasileiro de Telecomunicações, além de ter sido um dos criadores da Embratel e do Conselho Nacional de Telecomunicações.

Com a expansão e popularização do rádio em São Paulo, também atribuídas às narrações de Tuma, diversos torcedores mudaram seus hábitos: ao invés de se deslocarem ao local dos jogos de futebol, passaram a acompanhar os eventos esportivos do conforto de suas casas, o que gerou a insatisfação de clubes paulistas que já sentiam uma diminuição na renda de bilheterias.

Com o intuito de defender a arrecadação dos clubes, em 1934, a APEA (Associação Paulista de Esportes Atléticos), sucessora da Liga Paulista de Futebol, proibiu a transmissão dos jogos no estado de São Paulo através de

uma carta. Segundo Soares (1994), apenas a Rádio Cruzeiro do Sul tinha direito às irradiações. Esta rádio pertencia às Organizações Byington que, segundo a publicação Cronologia do Rádio Paulistano (Volume 1/Anos 20 e 30, p. 58 apud Soares, 1994, p. 40), prestavam serviços como fornecimento de materiais a preço de custo aos clubes, justamente em troca da exclusividade de transmissão para a Rádio Cruzeiro do Sul. A carta gerou uma estagnação no desenvolvimento das transmissões esportivas no rádio e barrou o movimento de expansão das irradiações esportivas.

Insatisfeitos com a proibição, as outras rádios da época e seus profissionais procuravam maneiras de driblar a imposição. O próprio Nicolau Tuma chegou a narrar uma partida sobre uma escada de 14 metros ao lado do Palestra Itália, um dos estádios que haviam feito um contrato de exclusividade com a Rádio Cruzeiro do Sul. No entanto, a oposição à carta iria ganhar cada vez mais opositores e, segundo Soares (1994), no final de 1934, já haviam 10 estações de rádio que transmitiam esportes, mesmo sem cabines nos estádios. Com as emissoras, surgiram também diversos locutores e comentaristas esportivos, entre eles, Gagliano Neto, Geraldo José de Almeida, Blota Júnior e Jorge Amaral.

Alheia aos trâmites burocráticos paulistas, a Rádio Clube do Brasil, do Rio de Janeiro, entrou para história das comunicações no país. No ano de 1938, Leonardo Gagliano Neto deu mais um grande passo para o desenvolvimento do rádio e do futebol. Ele foi o responsável pela transmissão do jogo entre Brasil e Polônia, na Copa do Mundo da França. Esta foi a primeira transmissão de uma partida do maior evento esportivo, a Copa do Mundo, no Brasil. Antes, em 1936, Gagliano já havia transmitido partidas do Campeonato Sul-Americano de Buenos Aires pela Rádio Cruzeiro do Sul.

Na Copa do Mundo, Gagliano locutava no meio da geral, entre os torcedores, relatando cada momento da Seleção Brasileira e de seu principal astro, Leônidas da Silva, que viria a perder na semifinal para a então campeã Itália. Gagliano também atuou nas rádios Mayrink Veiga, Nacional e Globo, antes de fundar a Rádio Continental (1948), a primeira emissora no Brasil a ter

o esporte como carro-chefe. Dois anos depois, acabou por se transferir para São Paulo, onde passou a transmitir corridas de cavalos, seu esporte preferido.

Se no Rio de Janeiro já havia transmissões de Copa do Mundo, em São Paulo apenas a Rádio Cruzeiro do Sul tinha direito a cabines de transmissão no Parque Antarctica e no Parque São Jorge, estádios do Palestra Itália e do Corinthians, respectivamente. Porém, com a inauguração do Estádio Municipal do Pacaembu, que mais tarde se chamaria Paulo Machado de Carvalho, ficou mais difícil manter o projeto de exclusividade das Organizações Byington. Aliás, Paulo Machado de Carvalho, segundo Soares (1994), foi um dos responsáveis pelo desenvolvimento da transmissão esportiva em São Paulo e, conseqüentemente, no Brasil.

A Rádio Panamericana, quando passou a fazer parte do grupo de Paulo Machado de Carvalho, que provocou um salto qualitativo no radiojornalismo esportivo e obrigou as concorrentes a mudarem seus métodos.

A Panamericana foi a primeira emissora brasileira a se especializar com perfeição na transmissão esportiva. Sua especialização é anterior à tentativa no mesmo sentido feita pela Rádio Continental, do Rio de Janeiro, em 1950, então dirigida pelo locutor esportivo Gagliano Neto. (SOARES, 1994, p. 45).

2.3 Jornalismo esportivo na televisão

Assim como no rádio, a história da televisão no Brasil está diretamente ligada com o surgimento do futebol neste meio de comunicação. Apenas dois meses depois do Maracanazo (termo usado para fazer referência à final da Copa do Mundo de 1950, quando o Uruguai venceu o Brasil de virada por 2 a 1 em pleno Maracanã lotado, sagrando-se bicampeão do mundo), o jornalista Assis Chateaubriand colocava no ar a TV Tupi.

Apesar dos gastos altos para a época, estima-se 5 milhões de dólares, a transmissão ainda não atingia um bom nível. Cardoso⁶ (1999)

⁶ Dirigiu grandes sucessos da televisão brasileira, como O Direito de Nascer, Estúpido Cupido e O Bem Amado. Informações obtidas na revista Brasil Escola.

relatou que a novidade de todos os sofisticados equipamentos ainda geravam dúvidas e complicações para os funcionários.

Alguns coleguinhas insistiam em inventar histórias como a do dia de inauguração [da TV Tupi]. Disseram que Chateaubriand havia arremessado uma garrafa de champanhe contra a câmera, quebrando-a. Não foi nada disso. Simplesmente, houve um defeito técnico e aqueles jovens ainda não sabiam como lidar com o novo e extravagante equipamento. Tudo havia sido ensaiado com muito cuidado e com estilo americano de marcação para câmeras. Quando uma delas pifou, foi uma correria. Homero Silva, um dos mais importantes do rádio da época, precisou sair correndo de um estúdio para o outro. A câmera também. Inicia-se a improvisação brasileira. (CARDOSO, 1999, p. 40).

Ainda no primeiro dia de transmissões da TV Tupi, o esporte se fez presente com Aurélio Campos comandando o programa pioneiro “Vídeo Esportivo”. A principal modalidade esportiva do país foi destaque um mês depois. Palmeiras e São Paulo duelaram no Pacaembu e, aproximadamente, 200 pessoas puderam acompanhar a partida pela televisão, que ainda era uma tecnologia restrita e cara.

Em 1954, o Brasil estava pronto para mais uma Copa do Mundo e vivia a expectativa de vê-la pela televisão. Estima-se que 38 mil aparelhos já circulavam no país. No entanto, segundo Ribas⁷ (2010), a tecnologia ainda era precária e o maior evento esportivo do mundo ainda seria um privilégio de poucos.

Outra novidade era a transmissão dos jogos do Mundial. Obviamente, isto estava sujeito às tecnologias da época, de modo que apenas oito países – Alemanha, Bélgica, Dinamarca, França, Holanda, Inglaterra, Itália e Suíça – poderiam ver os jogos ao vivo. Os outros (Brasil, entre eles) tinham que se contentar com o rádio. E as imagens eram todas em preto e branco, uma vez que não havia TV a cores. Além disso, houve a preparação de um filme oficial da Copa, algo inédito até então - e igualmente em preto e branco, embora já existissem filmes coloridos nos anos 1950. (RIBAS, 2010, p. 69).

⁷ Editor de Esportes do Jornal do Estado, cobriu as Copas do Mundo de 1998, 2002, 2006 e 2010. Informações obtidas no site www.portal2014.org.br

O panorama do mercado de televisores só mudaria em 1964, com o golpe de Estado que tirou João Goulart da presidência. Mattos⁸ (2002) enxergou esse golpe como ponto de partida para uma nova era no que diz respeito à comunicação.

O golpe de 1964 afetou diretamente os meios de comunicação de massa porque o sistema político e a situação socioeconômica do país foram totalmente modificados pela definição e adoção de um modelo econômico para o desenvolvimento nacional. O crescimento foi centrado na rápida industrialização, com tecnologia e capital externos, e baseados no tripé formado pelas empresas estatais, empresas privadas nacionais e corporações multinacionais. Os veículos de comunicação de massa, principalmente a televisão, passaram a exercer o papel de difusores não apenas da ideologia do regime como também da produção de bens duráveis e não duráveis. (MATTOS, 2002, p. 89).

Com o desenvolvimento da indústria, o Brasil passou a produzir aparelhos televisores em maior escala e também passou a fazer programas de financiamento, que permitiram o acesso desse bem de consumo à população.

Se por um lado cada vez mais pessoas conseguiam adquirir seus aparelhos, por outro a imprensa sofria cada vez mais com a censura do regime militar. A editoria de esporte estava entre os setores que sofriam com as mãos firmes do governo. Nessa época, jornais foram fechados e jornalistas sofriam retaliações com frequência, como extradições e até expulsões do veículo em que trabalhavam.

Em 1970, sob os olhos atentos do “torcedor número 1” da seleção brasileira, o presidente Emílio Garrastazu Médici, ocorreu a Copa do Mundo do México. Tal copa marcou a história das transmissões esportivas na televisão brasileira. Ribas (2010) explicou que houve um avanço grande na qualidade de

⁸ Sérgio Mattos é jornalista diplomado pela UFBA, mestre e doutor em comunicação pela Universidade do Texas (EUA). Informações obtidas no Observatório da Cultura.

imagem e a transmissão atingiu um número de pessoas muito grande ao redor do mundo.

A Copa do México inaugurou a transmissão via satélite, em cores para todo o planeta. No Brasil, muitos dizem ter visto a Copa em cores, mas provavelmente é para contar vantagem, já que o sinal captado e os aparelhos de TV do país eram em preto e branco – as cores eram privilégio de alguns poucos. A primeira transmissão de um jogo em cores só ocorreu em 1972 e envolvia a Seleção de Caxias do Sul (RS) contra o Grêmio. Outra novidade seria o replay instantâneo dos principais lances, poucos instantes depois após eles acontecerem. (RIBAS, 2010, p. 159).

A partir desse evento esportivo, um novo panorama se criou, onde quem tem mais recursos consegue uma transmissão mais completa e com mais detalhes, obtendo, muitas vezes, exclusividade do produto transmitido. As organizações Globo, por exemplo, conseguem a exclusividade dos campeonatos mais tradicionais e populares do Brasil com alguma frequência.

2.4 O modelo de transmissão esportiva na televisão

Quando a transmissão de uma partida de futebol foi realizada pela primeira vez, ainda no rádio, com Nicolau Tuma, o “speaker” deixava claro suas intenções. Ele queria situar seu ouvinte para que este pudesse, figurativamente, ver o jogo. Os jogadores ainda não tinham numeração na camisa, então cabia ao locutor decorar suas características para saber quem fazia o que em campo.

O ouvinte, ao escutar o jogo no rádio, sabia quem atacava para que lado, quem era o jogador que estava com a bola e o que ele fazia, além de compreender o posicionamento dos outros jogadores em campo, e, acima de tudo, sabia quando acontecia o momento máximo deste esporte, o gol. A transmissão tinha que ser rápida para ser eficiente. Alguns segundos de displicência por parte do locutor já seria o suficiente para que seu interlocutor perdesse um lance da partida.

Conforme as transmissões evoluíam, novos elementos surgiram para melhorar as transmissões. Entre esses novos elementos, é passível de citação e estudo a figura do comentarista. Uma das maiores inovações da Rádio Panamericana no esporte, foi a criação do cargo de comentarista em suas transmissões de futebol.

Pedro Luís e Mário Moraes formavam uma dupla inseparável. Na Panamericana, Mário Moraes não era um simples coadjuvante. A “Emissora dos Esportes” levou ao ponto máximo o comentarista do jogo, transformando-o num nome tão forte quanto o do narrador. (SOARES, 1994, p. 53)

A parceria de sucesso entre Pedro Luís e Mário Moraes era um verdadeiro sucesso, não apenas para os ouvintes, mas também para o desenvolvimento das transmissões esportivas no rádio. Somando-se repórteres de campo (cerca de dois) e um repórter de plantão no estúdio, tem-se uma transmissão esportiva do século XXI.

É perceptível que o formato de transmissão da televisão tem uma grande semelhança com o formato do rádio. Há um locutor, comentaristas e repórteres que, juntos, realizam a transmissão esportiva, seja ela de futebol, vôlei ou basquete, os três esportes coletivos mais populares no Brasil.

Esta herança do rádio se faz presente nas transmissões esportivas televisivas ainda nos dias de hoje. O narrador explica o que acontece e como acontece, pede a opinião ou a análise do comentarista e os repórteres de campo apresentam detalhes pontuais ou registros técnicos que os primeiros não dispõem, principalmente em uma transmissão off tube.

Questiona-se a necessidade e a importância do trabalho do narrador em televisão. Há, inegavelmente, uma redundância entre o que é dito pelo locutor e o que é visto pelo telespectador. Enquanto no rádio o speaker precisa situar o ouvinte em campo, na televisão, ainda mais com a infinidade de

câmeras e ângulos, o telespectador sabe bem o que o jogador está fazendo, o posicionamento de todos e, principalmente, quando acontecem os gols.

Em outros países, como Estados Unidos, alguns esportes não apresentam uma narração como a brasileira. Os “narradores” comentam os lances, conforme o jogo se desenvolve. É como se este narrador fosse uma pessoa com um grande conhecimento do esporte sentada no sofá e questionando o jogo, dando chaves para a vitória de cada um dos times e contestando a atuação dos jogadores.

No tênis, por exemplo, os americanos comentam as jogadas após os pontos e o panorama da partida em questão, enquanto no Brasil, vemos um narrador dizendo exatamente o que aconteceu após o ponto e dizendo o placar para, então, o comentarista dizer suas impressões sobre o ponto ou sobre o jogo.

Por outro lado, se compararmos a narração brasileira com a sul-americana, veremos que a narração brasileira pode até ser considerada discreta e contida. No futebol, principalmente, os sul-americanos são muito mais incisivos na condução do jogo e muitas vezes são até confundidos com torcedores com um microfone em mãos.

É difícil e controverso apontar qual dos métodos é mais eficaz. Geralmente, enquanto há aceitação popular, uma fórmula continua sem mudanças drásticas. Sendo assim, o método iniciado com o rádio há mais de meio século atrás ainda permanece vivo na televisão contemporânea e não há um projeto público de mudança para isso.

A polêmica no formato das transmissões sempre existirá. Agradar a todos os telespectadores parece ser algo próximo ao impossível. Aliás, todo tema que envolve paixão é polêmico, então, para o tratamento do futebol, as dimensões são ainda maiores, uma vez que tal esporte no Brasil já adquiri status de meio de vida. Torcedores se auto-nomeiam como “nações”, e quem não segue um clube de coração, parece ter uma identidade menos brasileira. A paixão dos torcedores alcança os jogadores e todos os profissionais envolvidos

com o esporte, inclusive os comunicadores. Então, logo se percebe que o trabalho que envolve paixão tem seus valores mais subjetivos e uma fórmula não muito específica e rigorosa para o sucesso.

3. Tratamento de um tema lúdico

“Vem bola pela meia, fez o toque para a esquerda, bola para Raí, Raí ajeita pela esquerda para Muller, passou Ronaldo Luís, mas ele preferiu Palhinha, Palhinha fintou pela esquerda, deu um toque para Raí, falta nele. Na meia lua da grande área, falta perigosa, o São Paulo vem pra cima, dá-lhe tricolor e o estádio vem junto. Estádio Nacional de Tóquio agora vibra muito e torce, pela primeira vez o estádio se manifesta mais forte, o São Paulo está mais em cima do que o Barcelona. É falta perigosíssima para o tricolor, Bernardes (repórter)... Olha a chance do tricolor, Raí na batida de falta, capricha garotinho, capricha, rolou pra Cafú, pra Raí, pro gol... E que gol! Golaço. Raí cracasso. Pode ser o gol do título, pode ser o gol do título. Trinta e quatro da etapa complementar. Raí levanta o Estádio Nacional de Tóquio.”

Esse é um trecho da narração genial de Osmar Santos⁹ da partida entre São Paulo e Barcelona, válida pelo Mundial Interclubes de 1992. Se trata do gol da vitória do time brasileiro, que desbancou o favorito europeu e cacifou seu primeiro título dessa expressão. A partida em si não tem muito valor para o Projeto Experimental em questão, porém tal trecho da narrativa escutado em vídeos ou podcasts, ainda causa um arrepio em muitos apaixonados por futebol, inclusive no redator deste texto. A questão interessante que aqui estamos tratando, é a falta de métodos e de instrumentos para medir uma paixão. Enquanto o trecho acima narrado pelo genial Osmar Santos aguça a emoção e a saudade de alguns, outros se deleitam com tantas memórias oriundas de muitos outros lances e modalidades esportivas. Afinal, lembranças e histórias do futebol e de algumas outras categorias de esportes coletivos já fazem parte da tradição oral e da memória social de diversas gerações de

⁹ Osmar Aparecido Santos é um ex-radialista e locutor esportivo brasileiro. Após um grave acidente de automóvel atua como pintor. Informações obtidas do blog Terceiro Tempo de Milton Neves.

brasileiros. Barbeiro¹⁰ e Lima¹¹ (2002) buscam explicar como a emoção se faz presente no jornalismo esportivo.

A emoção faz com que o jornalismo esportivo no veículo eletrônico esteja sempre numa linha tênue entre a pieguice e a razão. Costuma-se dizer que não há boa cobertura esportiva sem emoção, mas o jornalista não pode se deixar levar por ela. O exagero é um passo para a desinformação. Transmissões de jogos de seleções brasileiras em Copas do Mundo e Olimpíadas, por exemplo, ensejam surtos de nacionalismo. O atleta vira “nosso jogador” e o tom adquire um ufanismo démodé que lembra o nacionalismo fascista. A emoção do espetáculo é uma relação direta entre esportista e os telespectadores. (BARBEIRO e LIMA, 2002, p. 108).

A paixão não se faz presente apenas no futebol. Toda modalidade esportiva reserva ao espectador um momento de emoção, um *grand finale*. São estas ocasiões que atraem os amantes de esportes, loucos para sentirem seu coração bater mais forte diante de um televisor ou de um rádio, um momento para cada um deixar de lado os problemas cotidianos e costumeiros e viver ao lado de outros milhões a emoção de uma transmissão esportiva, mesmo que todos os torcedores presentes sejam anônimos e desconhecidos. Cabe ao jornalista responsável por tal transmissão não decepcionar um público tão fiel. Afinal, não se trata de uma cobertura jornalística comum, em que a notícia é relatada e o público a aceita como verdade ou não. A transmissão esportiva lida com os sentimentos de cada ouvinte, enquanto narradores, repórteres de campo e comentaristas tem que conduzir a ação dos contendores esportivos, sem se deixar impregnar pela emoção que exala da disputa.

Também há casos em que o público alvo das transmissões de um evento esportivo clama por parcialidade. Os jornalistas esportivos ensinados desde a graduação a buscar uma utópica imparcialidade, muitas vezes

¹⁰ Heródoto Barbeiro é jornalista, âncora do Jornal da Record News e do R7, diariamente as 21h. Ex-apresentador do Roda Vida da TV Cultura e do Jornal da CBN. Informações obtidas de seu blog pessoal.

¹¹ Chefe de reportagem da Rádio CBN, em São Paulo. Informações obtidas no site: www.elsevier.com.br

precisam ser parciais. Basta imaginar o quão estranho seria o narrador de uma partida de futebol narrar o gol do adversário com a mesma emoção em que narra um gol da seleção brasileira, ou então um locutor que se empolgue com uma ultrapassagem sobre um piloto brasileiro, ou ainda um repórter em uma edição das Olimpíadas, ensandecido com uma derrota brasileira em qualquer esporte.

Para estes casos, existe uma espécie de código de ética ufanista que permite ao jornalista se juntar ao seu espectador no intuito de torcer para um dos lados da disputa. A emoção transmitida pelo narrador também se torna objeto de memória para quem escuta. Exemplo disso é ligar a conquista da Copa do Mundo de futebol de 1994 com os gritos de “É tetra, é tetra” de Galvão Bueno. Barbeiro e Rangel¹² (2006) retomam o tema da emoção no jornalismo esportivo e entrelaçam tal modalidade de jornalismo com o entretenimento.

A emoção é a própria alma do esporte. Ela está nos olhos do jogador que faz o gol do título, na decepção da derrota, nas piscinas, quadras e pistas. Em nenhuma outra área do jornalismo a informação e o entretenimento estão tão próximos (BARBEIRO E RANGEL, p. 45, 2006).

No caso do jornalismo esportivo, alguns elementos de linguagem são utilizados com certa frequência para que ocorra a aproximação do texto ou da narração jornalística com o público. Entre eles, é passível de destaque o uso do sensacionalismo e do humor. No entanto, tais elementos nem sempre são vistos com bons olhos tanto pelo público alvo, como por um grande grupo de jornalistas.

¹² Bacharel em Publicidade e Propaganda e também em Jornalismo, é especialista em jornalismo esportivo, tendo participado de duas Copas do Mundo, duas Olimpíadas e outras grandes competições. Pós-graduada em Comunicação Jornalística e mestranda pela ECA/USP, trabalhou no Sistema Globo de Rádio, na Gazeta, na Nova FM e na CBN. Informações disponíveis no site: www.editoracontexto.com.br

Para captar melhor a utilização do sensacionalismo e do humor no esporte é necessário estudá-los com mais profundidade e entender se estes elementos causam um ruído na mensagem jornalística ou contribuem para aumentar a qualidade narrativa e para criar mais atrativos para o receptor dos textos e das transmissões esportivas.

3.1 O sensacionalismo no jornalismo esportivo televisivo

É improvável tentar explicar como o sensacionalismo passou a fazer parte do jornalismo, em todas as suas vertentes e veículos. Apelar para a emoção do interlocutor é um artifício de linguagem desenvolvido e utilizado desde que o ser humano começou a se expressar pela linguagem falada. Portanto, essa ferramenta comunicativa de sedução e de convencimento se faz presente desde as épocas mais remotas e longínquas da humanidade. Angrimani¹³ (1994) busca explicar com mais precisão o que é, de fato, o sensacionalismo.

Poderia ser dito que o sensacionalismo é basicamente uma forma diferente de passar informação; uma opção; uma estratégia dos meios de comunicação. Mesmo um telejornal (ou rádiojornal) não-sensacionalista pode ter em algum momento de sua produção momentos sensacionalistas. Trata-se de um gênero (sinônimo aqui de estilo). O telespectador, ou ouvinte, precisa de espírito crítico para entender quando ocorre a mudança da linguagem objetiva para a linguagem sensacionalista. Nessa transposição de linguagem é que pode ocorrer o sensacionalismo. (ANGRIMANI, 1994, p.41)

Com o surgimento da imprensa periódica, no século XVI, as notícias passaram a ter valor de mercadoria. Logo, para que uma mercadoria seja vendável, é fundamental que o cliente se identifique com ela, que veja nela

¹³ Possui graduação em Jornalismo pelo Centro Universitário das Faculdades Integradas Alcântara Machado (1981), graduação em Licenciatura plena em português inglês pelo Centro Universitário Paulistano (1977), mestrado em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (1985), doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1993). Informações obtidas no Lattes.

alguma utilidade material ou simbólica e que deseje consumi-la. Dentro de tal lógica mercantil, não demorou muito tempo para que as notícias aparecessem recheadas de elementos sensacionais e de artifícios narrativos mirabolantes, para atrair a atenção dos leitores.

Os séculos passaram, porém a ferramenta sensacionalista continuou sendo usada com o mesmo afincamento. Entre tantas discussões sobre o assunto e seu reflexo no jornalismo, Marcondes Filho¹⁴ (1989) apresenta uma opinião mais forte sobre ele, sem margens para dúvidas.

A informação é transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político. Ela pertence, portanto, ao jogo de forças da sociedade e só é compreensível por meio de sua lógica. (MARCONDES FILHO, 1989, p. 13).

Sodré¹⁵ (1972) reforça esse pensamento, mencionando que a linguagem sensacionalista só obtém sucesso quando acompanhada de uma interpretação habilidosa e coerente do comunicador que usá-la.

O que acontece com os veículos audiovisuais (e aí estão juntos o rádio e a televisão) é que favorecem, mais do que os veículos escritos, os processos de projeção (o receptor desloca as suas pulsões para os personagens do vídeo), identificação (o receptor torna-se inconscientemente idêntico a um personagem no qual vê qualidades que gostaria ou julga que lhe pertenciam) e empatia (conhecimento que o receptor tem do comunicador, colocando-se mentalmente em seu lugar). (SODRÉ, 1972, p. 60).

¹⁴ Doutor pela Univ. Frankfurt, pós-doutor pela Univ. Grenoble (França), titular da Cátedra UNESCO "José Reis" de Divulgação Científica, é professor titular da ECA-USP desde 1987. Informações obtidas no Lattes.

¹⁵ Possui graduação em Direito pela Universidade Federal da Bahia (1964), mestrado em Sociologia da Informação e Comunicação - Université de Paris IV (Paris-Sorbonne) (1967) e doutorado em Letras (Ciência da Literatura) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1978) e é Livre-Docente em Comunicação pela UFRJ. Informações obtidas no Lattes.

No esporte televisado é comum repetir as mesmas imagens por diversas vezes. O uso da repetição é utilizado tanto para glorificar uma ação ou personagem, como para hostilizá-los. Esse artifício transforma uma cobertura regular em uma cobertura sensacionalista. A ideia de transmitir para o interlocutor uma notícia já foi substituída pela intenção de criar um cenário diferente, de fazer com que o público se sinta imerso em um espetáculo. As opiniões inflamadas dos comentaristas os humanizam e os trazem para perto do repertório do público. Ou seja, o embate verbal mais solto e improvisado tira a aura de profissionais de televisão, aparentemente sempre bem arrumados, bem educados e que utilizam intencionalmente repertórios sofisticados, para se diferenciar dos grandes contingentes populares.

Romper o verniz cultural e ficar mais próximo do interlocutor, à primeira vista, parece algo bastante louvável. No entanto, os jornalistas não utilizam os melhores métodos para gerar tal aproximação. Ao criar espetáculos com heróis e vilões, a mídia se distancia de seu objetivo fundamental, que é transmitir a notícia com alguma fidelidade aos acontecimentos e coerência ética e social. No meio esportivo, com tantas atividades lúdicas e catárticas, apenas passar a informação e cobrir os fatos não são mais suficientes para assegurar boa audiência e abundância de patrocinadores vultosos. Afinal, os canais e os profissionais de televisão dispõem hoje, de muitos recursos para “turbinarem” a paixão dos telespectadores. Cada vez, as transmissões esportivas são transformadas em *shows*, como relatam Barbeiro e Rangel (2006).

A TV, a todo o momento, produz o drama do esporte em partidas que não são tão comoventes assim. O perigo fica para a espetacularização de imagens e eventos. E o que é pior, quando a alta dose de emoção transforma ídolos em mitos e atletas semideuses. Somam-se à partida, a edição de imagens, músicas inesquecíveis, lances repetidos a exaustão e o nacionalismo exacerbado. (BARBEIRO E RANGEL, 2006 p. 46).

Atualmente, a televisão pode contar com uma gama de recursos para a realização de uma boa transmissão esportiva. No lugar das 4 câmeras da Copa do Mundo de 1966, não é difícil uma emissora de ponta ter disponível até 40 câmeras e microcâmeras, guias, unidades e antenas móveis de transmissão e outros equipamentos “cinematográficos”, que permitem transmitir partidas e captar todos os detalhes de campo ou dos bastidores, sem contar que tais coberturas são negociadas com exclusividade.

As constantes atualizações tecnológicas sempre permitem novas possibilidades visuais e narrativas e o incremento da pauta para a transmissão dos jogos e para a cobertura dos mesmos, antes, durante e após as partidas. Cabe, então, mais criatividade das equipes de produção, para desenvolver matérias que aproveitem melhor, os acontecimentos do evento. Com a diversidade de imagens e de outros tantos recursos disponíveis durante a cobertura, é cada vez mais fácil adotar o sensacionalismo, se uma equipe esportiva optar por tal viés editorial populista. Há muitos caminhos para a produção de uma matéria que relate uma partida de futebol ou de outra modalidade esportiva. A equipe de produção, muitas vezes formada apenas por um jornalista e um editor de vídeo, decide o enfoque que quer dar para os fatos.

A evolução tecnológica contribuiu também no campo editorial, porque com tantos detalhes registrados - como a dor de um jogador, o olhar de um cobrador de pênalti, a reação do torcedor-. O leque de pautas ficou mais amplo. (BARBEIRO E RANGEL 2006, p. 98).

Os programas esportivos, que são conhecidos por divulgar polêmicas sobre jogos e jogadores, são merecedores das críticas que recebem por apresentarem diversas falhas de informação e dar enfoque aos problemas de caráter pessoal de atletas, técnicos e dirigentes de times.

O grande erro do jornalismo esportivo sensacionalista é acreditar que a polêmica, seja ela qual for, é o que segura a audiência de um programa

garantindo assim uma maior conta publicitária. O texto recheado de sentimentalismo e clichês mostrando histórias de atletas que já tiveram grandes dificuldades na carreira, forçando o choro de entrevistados, como o ocorrido no programa *Band Esporte Clube* apresentado em 18/11/2012, em que o jornalista Fernando Fernandes entrevistou o ex-jogador e comentarista Denilson. Apresentadores e repórteres de programas popularescos se perdem facilmente durante a tentativa de se aproximar emocionalmente do público. Afinal, na maioria das vezes as estratégias são erráticas e passam facilmente da medida aceitável.

Um tema lúdico como o futebol pode ser tratado de uma maneira mais dinâmica e com mais elementos de linguagem, apelo ao emocional, humor, entre tantas outras ferramentas que proporcionam matérias e transmissões mais leves e prazerosas ao interlocutor. É critério da equipe de jornalismo redigir um texto que suavize a transmissão e atraia o interesse do público ou de tentar criar um circo de informações mal apuradas, que provocarão polêmica e discussões que não contribuirão com absolutamente nada para o desenvolvimento da profissão, tampouco para estimular qualquer reflexão nos consumidores de tais notícias.

Deve-se salientar que o envolvimento emocional, o aparecimento do clichê, não é por si só sensacionalista. Um telejornal não-sensacionalista pode mostrar imagens dramáticas que emocionem pessoas... O telejornal sensacionalista não pode ter equilíbrio entre o signo e o clichê. A apresentação deve ser chocante, exigindo o envolvimento emocional do público. (ANGRIMANI, 1994, p.42)

3.2 O humor no jornalismo esportivo de televisão

A inserção do humor no jornalismo esportivo é um artifício para tentar suavizar as notícias e entreter o público, enquanto lhe passa informações. Em princípio não há nada de errado com a tentativa de inserir humor no jornalismo esportivo. Ao contrário, o humor é uma ferramenta legítima para criticar e também informar, especialmente em uma modalidade

jornalística, em que o entretenimento e a emoção compõem naturalmente o cenário de qualquer disputa esportiva.

Há problemas quando narradores, repórteres e comentaristas, na tentativa de ressaltar a graça de alguns episódios esportivos, começam a subestimar as notícias e a comprometer a cobertura jornalística de um evento. O humor é sempre subjetivo. É complicado definir o que de fato é engraçado e o que é ofensivo ou, simplesmente sem graça em uma “tirada” pretensamente humorística de um jornalista ou comunicador. Cada pessoa do público interpretará subjetivamente uma piada dita durante uma transmissão e dirá se achou graça, ou se a considerou abusiva e de mau gosto.

Apesar de não representar novidade, o formato contemporâneo do programa *Globo Esporte* de São Paulo chamou a atenção de todo o Brasil ao apresentar uma versão de um jornalismo mais “jovem e despojado”. Apresentado pelo jornalista Tiago Leifert, o programa passou a adotar um formato que dispensa a leitura no *teleprompter* (TP) e utiliza uma linguagem informal, com mais bordões e inserções de piadas nas notícias, um estilo moderno de apresentação que foi copiado por diversas emissoras.

Porém, tanto no programa *Globo Esporte* como em suas cópias há uma falha bem evidente: o “esforço” humorístico se tornou maior que a notícia, e muitas vezes a “piada” tão desejada pelo apresentador soa para o telespectador como um mote forçado e sem graça. Na busca pelo que é engraçado, a equipe do *Globo Esporte* (e também seus imitadores) parece subestimar as informações básicas e fundamentais do *lead* jornalístico, como relata Bourdieu¹⁶ (1997).

O princípio de seleção é a busca do sensacional, do espetacular. A televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em

¹⁶ Autor dos subconceitos de capital social, capital cultural, capital econômico e capital simbólico. Recebeu o título de Doutor honoris causa em três importantes instituições da Europa: na Universidade Livre de Berlim, em 1989, na Universidade Johann Wolfgang Goethe, em 1996, e na Universidade de Atenas, no mesmo ano. Faleceu no dia 23 de janeiro de 2002 na cidade de Paris. Informações obtidas na revista Info Escola.

imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico. (Bourdieu, 1997, p. 25).

O humor aparece nas coberturas de esporte de diversas maneiras: na edição de imagens, no texto, no gestual dos jornalistas e, até mesmo, nas trilhas que ilustram as narrações de matérias ou gols. As trilhas, aliás, têm papel fundamental na força do humor, e não só dele, segundo Bistane¹⁷ e Bacellar¹⁸ (2006). O áudio é responsável por fazer referências a outros programas, filmes ou qualquer evento de conhecimento do ouvinte. Não é por acaso que os programas de humor (sem julgarmos a qualidade de tais programas) de maior audiência da televisão aberta, segundo o Ibope, *Pânico na Band e CQC*, usam e abusam de vinhetas para estimular o riso de seu telespectador.

No cinema é nítido como as trilhas dos filmes ajudam a dar o clima de suspense, de romance ou de comédia. É exatamente isso que procuramos ao adicionar música a uma matéria. No entanto, esse recurso é pouco utilizado no dia-adia: seja por falta de tempo para edições mais elaboradas; porque a maioria dos assuntos não comporta trilha sonora ou por economia, já que é preciso pagar direitos autorais aos músicos. (BISTANE E BACELLAR, 2006, p. 27)

Ao atribuir ao humor uma importância maior do que a da informação, o jornalismo esportivo consegue retroalimentar sua crise de identidade e acumular crescente perda de credibilidade. A partir do momento em que uma pauta prioriza o riso e a piada em detrimento da informação, as possíveis matérias de maior grau informativo e com conteúdo mais abrangente perdem espaço e até desaparecem de muitos programas. Assim, o humor deixa de ser

¹⁷ Começou a carreira como repórter e ganhou dois prêmios Vladimir Herzog. Como editora, trabalhou na TV Globo de Belo Horizonte, onde foi editora-chefe do MG-TV. Atualmente, e pela segunda vez, está no Jornal da Globo, onde edita a coluna de Nelson Motta. Também já deu aulas na Faculdade de Jornalismo da PUC - BH e na Cásper Líbero, em São Paulo. Informações obtidas no site: www.globo.com

¹⁸ Jornalista com mais de 20 anos de experiência em telejornalismo. Trabalhou na TV Bandeirantes, SBT e TV Globo. Atualmente, dedica-se à elaboração de roteiros, media training e consultoria de comunicação.

um recurso de linguagem e passa a ser um ruído de mensagem. Esvaziada de seu conteúdo informativo, a “*notipiada*” se torna completamente dispensável para grande parte do público de uma emissora.

3.3 Entretenimento e espetáculo

Uma das principais críticas feitas ao jornalismo esportivo é justamente sua proximidade com o entretenimento, um diferencial que o distancia do jornalismo noticioso convencional. Afinal, sempre foi sabido que a cobertura do futebol ou de qualquer outro esporte tem como intuito principal, entreter seu público. No entanto, Magnoni¹⁹ (2010) observa que foi o desenvolvimento da tecnologia de comunicação audiovisual que facilitou imensamente a transformação do esporte em espetáculo, um modelo comunicativo que começou a tomar forma nos anos 1930, com a disseminação do cinema sonoro e technicolor e que se consolidou definitivamente na América Latina nos anos 1970, com as redes de televisão em cores.

O futebol, quando a TV chegou no Brasil, já havia adquirido “tradição oral”: a imagem de um jogo não faz tanta falta para o entendimento da ação que ocorre no campo. Entretanto, para muitos gêneros esportivos, a visualização é fundamental para que o público entenda as regras e a dinâmica da disputa e se motive com seu significado. É o caso do automobilismo, espetáculo de imagens. A TV revelou ao público as competições olímpicas, o basquete, o voleibol, o tênis, o turfe, os esportes aquáticos, etc. Deu um sentido social mais amplo às práticas esportivas e disseminou o conceito de esporte não só como competição, mas como fonte individual de saúde e lazer, como manifestação cultural e de sociabilidade, etc. A cobertura esportiva revelou-se logo uma fonte excepcional de faturamento publicitário para as emissoras de TV e de estímulo ao consumo massivo de uma infinidade de produtos. Isto sem considerar a amplificação que ela provocou no significado e nas representações simbólicas e ideológicas e nas motivações políticas que sempre impregnaram as competições esportivas, desde as Olimpíadas da Grécia antiga. (MAGNONI, p. 28, 2010).

¹⁹ Jornalista pós-doutorado pela Universidad Nacional de Quilmes, em Indústrias Culturais: análise do projeto Brasil-Argentina de implantação da plataforma nipo-brasileira de TV Digital; doutorado em Educação pela Faculdade de Filosofia e Ciências (FFC-UNESP de Marília, SP).

Por conta da imagem, todo o contexto de cobertura de um evento esportivo mudou radicalmente. O posicionamento dos painéis de publicidade, a cor de uniformes, a definição dos números em uniformes, as marcas de patrocinadores, a organização do espaço visual de uma arena esportiva, até a mudança de atitude ou de comportamento de alguns atletas, quando percebem que estão sob o foco de câmaras de cine ou de vídeo.

Neste cenário, em que tudo aparece tão explícito para o jornalista, talvez a matéria jornalística ou a cobertura ao vivo fluísse limpa e de maneira natural. Porém, Coelho (2008) mostra uma faceta do jornalismo da qual não se orgulha.

Todos os elementos para constituir uma boa matéria jornalística estão ali, à disposição das câmeras, dos locutores, dos repórteres. É só usar o microfone e salientar o que há de bom e o que há de ruim. Nenhuma matéria está assim tão escancarada diante do jornalista quanto o evento esportivo. E, no entanto, é a matéria jornalística o que menos aparece em transmissão. Tudo o que importa, afinal, é o show dos locutores e repórteres. (COELHO, 2008, p.64).

A transformação da cobertura esportiva em um “show de jornalismo” passa, obrigatoriamente, pelo desenvolvimento da tecnologia das ferramentas que possibilitam a transmissão do esporte. Com tal avanço ligado ao alto índice de audiência, logo as emissoras são procuradas por anunciantes que buscam vender seus produtos, como sugere Bezerra²⁰ (2008).

Chama a atenção, o fato de que o jornalismo está em mutação, e no segmento esportivo encontra-se em estágio avançado de mercantilização, porque, como vimos, o esporte possui elementos

²⁰ Graduada em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário das Faculdades Integradas Alcântara Machado (1990), graduação em Comunicação social - Jornalismo pelo Centro Universitário das Faculdades Integradas Alcântara Machado (1994) e mestrado em Comunicação na Contemporaneidade pela Faculdade Cásper Líbero (2007). Atualmente é Coordenadora do Curso de Jornalismo e de Relações Públicas das Faculdades Integradas Rio Branco e Coordenadora do curso de Pós Graduação em Jornalismo Esportivo e Negócios do Esporte na mesma instituição. Informações obtidas no Lattes.

fortes de espetáculo e aliado à televisão e às novas tecnologias produz um show de entretenimento. (BEZERRA, 2008, p.82).

A partir desse fenômeno, a emissora deixa de realizar a transmissão esportiva focada em seu público-alvo para realizá-la de acordo com os termos de seu contrato publicitário. É interessante destacar que a perda de informação no jornalismo esportivo está intimamente ligado aos interesses de seus anunciantes. Bezerra já destacava essa condição de maneira indignada.

Na contemporaneidade, a informação deixa de significar a representação simbólica dos fatos para se apresentar como um produto híbrido que se associa ora à publicidade, ora ao entretenimento, ora ao consumo; deixando muitas vezes de cumprir sua missão primordial de informar. (BEZERRA, 2008, p. 81).

Já Camargo²¹ (2005) faz uma analogia pontual sobre o poder da imagem e o caráter mercadológico da informação vendida pelos “donos da notícia”.

O esporte, no final do século XX e início do século XXI, passa por uma transformação importante. É assimilado pelas massas; é apreciado como espetáculo, através das imagens veiculadas pela televisão. É um fenômeno produzido com as mais altas tecnologias criando a beleza do gesto técnico, buscando a imagem mais que espetacular, mas tornou-se também um grande negócio, econômico e ideológico. Dessa forma, o esporte adquiriu mais uma característica, ao associar-se com as relações mercadológicas e a espetacularização das imagens ganhando requintes de um show de entretenimento. (CAMARGO, 2005, p. 33).

É natural que o esporte, principalmente o futebol, produza um material visual cada vez melhor, ou seja, câmeras que flagrem diversos momentos de uma partida, ângulos que permitam a visualização precisa de

²¹ Pesquisadora Pqb e professora credenciada no Mestrado em Divulgação Científica e Cultural - LABJOR/Unicamp. Informações obtidas no site: www.unicamp.br

faltas e impedimentos, entre outras vantagens que apenas o telespectador tem. Com essa série de benefícios, é explicável que o esporte possa ser visto como diversão e entretenimento, já que não segue, e nem deveria seguir, os padrões rígidos da produção de matérias ou coberturas ao vivo de outras editorias.

Um dos principais fatores que unem o público e o esporte é a emoção. O futebol, por exemplo, carrega consigo uma enorme carga emocional. Não é necessária a existência de televisões para que um indivíduo vibre, torça e chore ao acompanhar o esporte. A televisão, no entanto, explora o lado espetacular da modalidade ao mostrar incessantemente reportagens relatando histórias de superação, torcedores se desfazendo em lágrimas pela queda de seu clube do coração, entre outros elementos que podem ser considerados tocantes. Dessa forma, a mídia televisiva busca a empatia de seu público através de seu apelo emocional, deixando de lado a notícia e seus questionamentos, resultando, assim, na queda da credibilidade.

4. Observação da transmissão esportiva na televisão contemporânea

A princípio, fazer uma análise adequada da transmissão esportiva na televisão é uma tarefa complexa e profunda. Cada esporte tem sua própria história e sua evolução, em cada esporte, uma partida varia muito em relação a outra no que diz respeito à importância, local e às próprias ações dentro de um evento esportivo.

No entanto, a televisão aberta no Brasil não proporciona ao seu público, um leque de modalidades e de possibilidades de cobertura. O futebol é o carro chefe das emissoras, raramente o telespectador tem a chance de acompanhar um jogo de vôlei ou de basquete e, ainda mais raramente, ver outros esportes fora da época de Olimpíadas e de competições panamericanas. O futebol, além de ser o esporte mais consumido e estimulado no país, é o responsável pelo maior retorno financeiro às emissoras, então ele sempre será a prioridade da cobertura esportiva. Se não bastassem tais fatores, esse esporte é, também, um dos poucos que tem horário certo para terminar e as transmissões não causam mudanças drásticas na grade de programação das redes de televisão.

Contudo, é comum uma emissora de televisão promover pequenos ajustes em sua grade de programação, seja adiantando um jornal ou cancelando uma novela, para a inserção de uma partida de futebol, principalmente quando se trata da seleção brasileira que tem retorno garantido de publicidade e de audiência.

Logo, a transmissão esportiva na televisão aberta, praticamente, se resume à cobertura massiva do futebol. Na televisão aberta, atualmente, apenas dois canais transmitem os campeonatos estaduais e nacionais: *Rede Globo* e *Rede Bandeirantes* ou *TV Band*. Segundo o *Ibope*, historicamente, a *Rede Globo* leva ampla vantagem sobre a *Rede Bandeirantes* durante a transmissão de partidas de futebol e de programas esportivos.

Sendo assim, a transmissão esportiva na televisão aberta, que aparentemente mostrava uma gama de possibilidades, acaba se afunilando até

chegar no futebol transmitido pela *Rede Globo*. A rede da família Marinho, se orgulha em trazer para suas coberturas esportivas e jornalísticas um atributo popularmente conhecido como “padrão globo de qualidade”, o que torna suas transmissões esportivas sempre parecidas, no que diz respeito aos roteiros e quadros de apresentação, até as perguntas feitas pelos repórteres, pela bancada de narração e comentários. Outras semelhanças se repetem em todas as engrenagens que compõem a máquina comunicadora da *Rede Globo*.

Obviamente, é impossível analisar apenas uma partida de futebol e concluir em definitivo, como é tratada a transmissão esportiva na televisão aberta. Ainda que 100 partidas fossem analisadas, não seria possível chegar a um padrão conclusivo absoluto.

Entretanto, não é errado afirmar que as transmissões esportivas da *Rede Globo* são sempre muito semelhantes em diversos aspectos anteriormente citados quando se trata de uma partida de futebol que não sai do seu roteiro habitual. Basta comparar uma transmissão de um jogo de meio de tabela de um campeonato estadual, em que tudo ocorre dentro da normalidade, com a final da Copa Sul-Americana de 2012, por exemplo. Neste jogo, algo inusitado, fora de qualquer *script*, aconteceu. A equipe do Tigre, time argentino que disputou o título contra o São Paulo, se recusou a voltar para o segundo tempo da partida em questão. O que se pôde ver, ao assistir o jogo pela televisão, foi um completo desencontro de informações. Os repórteres, incluindo o experiente Abel Braga, estavam visivelmente desorientados. Não conseguiam sequer fazer perguntas contundentes às fontes oficiais e aos policiais que participaram do tumulto.

Com esse cenário, passa a ser plausível o estudo de apenas uma partida de futebol caso o intuito seja encontrar os elementos utilizados pela mídia, para padronizar e tornar semelhante tantas partidas realizadas durante cada temporada de disputas. Para isso, foi feita a observação do jogo entre Ponte Preta e Corinthians, válido pelas quartas de final do Campeonato Paulista 2013. Foi a primeira partida do popular “mata-mata” transmitida pela televisão aberta, após um campeonato com 19 rodadas para definir a

classificação da primeira fase. A partida estudada foi transmitida pela *Rede Globo* no dia 28 de abril, um domingo, às 16 horas, para o estado de São Paulo e parte do estado do Paraná.

Todavia, para este projeto, a observação da partida fica mais completa se acompanhada do estudo dos programas, da mesma emissora, responsáveis pela cobertura pré e pós-jogo. No caso da *Rede Globo*, o programa de jornalismo esportivo *Globo Esporte*, de São Paulo, é o responsável por tal cobertura.

Logo, no intuito de realizar uma pesquisa mais completa, além da observação linear da partida do Campeonato Paulista, também serão estudados os programas *Globo Esporte* dos dias 27 e 29 de abril, exibidos para o estado de São Paulo.

4.1 Observação do programa *Globo Esporte* do dia 27 de abril de 2013

O programa teve seu início pontual às 12h50 com sua tradicional vinheta. A abertura foi feita por Bruno Laurence, jornalista e apresentador substituto de Tiago Leifert. Dois detalhes chamaram a atenção do pesquisador logo na entrada. O primeiro foi a ausência do gerador de caracteres (GC) com o nome do apresentador para que sua identificação fosse feita pelo telespectador, que poderia não conhecer o apresentador substituto. Bruno não se apresentou para seu público, algo realmente desnecessário no jornalismo televisivo, mas a falta do GC pode ser caracterizada como um erro técnico.

O segundo detalhe a ser destacado é o bordão utilizado por Bruno Laurence em sua entrada. Ao invés dos tradicionais “bom dia”, “boa tarde” e “boa noite”, o jornalista optou por uma entrada fora dos padrões ao começar seu texto com “vamo que vamo, galera”, para, apenas em seguida, desejar “uma ótima tarde”. Os bordões são ferramentas utilizadas com frequência por jornalistas esportivos, narradores e comentaristas na cobertura esportiva. Não é raro associarmos uma frase recorrente em um veículo ou programa,

diretamente a uma pessoa. Há bordões que viram até nomes de programas, como é o caso do *Bem Amigos*, um semanal do Galvão Bueno transmitido pelo *Sportv*, um canal por assinatura.

O bordão de Bruno Laurence buscava, nitidamente, a empatia de um público mais jovem, que segundo pesquisas do *Ibope* e, possivelmente, pesquisas internas da emissora é o maior consumidor deste programa. Porém, é difícil chegar a uma conclusão do sucesso de tal frase. Vamo que vamo é uma frase que além de ser extremamente coloquial, se é que esse termo existe, não passa nenhuma mensagem informativa, tampouco faz alusão à alguma prática esportiva ou provoca risos em algum telespectador. O vamo que vamo se mostra como um dos bordões mais vazios do jornalismo esportivo.

Em seguida, Bruno Laurence falou das quartas de final do Campeonato Paulista, assunto de maior destaque esportivo da semana. O *Globo Esporte* possui, como parte de seu cenário, um telão interativo em que o apresentador tem o poder de mexer, literalmente, na informação apresentada com imagens e textos. O apresentador pode aumentar o tamanho da imagem, diminuí-la, jogá-la de um lado para outro e assim por diante. No programa em questão, esse telão mostrou para os telespectadores os confrontos das quartas de final com os locais e os horários. A informação foi enfatizada por Bruno Laurence que ainda leu tudo o que o telão apresenta, reforçando a mensagem para seu público.

Depois de apresentar todos os jogos, o confronto entre Santos e Palmeiras ganhou espaço no programa e foi ao ar a dúvida se Neymar, o jogador mais valorizado do Brasil na data do programa, jogaria a partida de mais tarde ou ainda não havia se recuperado de uma lesão sofrida durante a partida anterior. Para responder a pergunta, o repórter Renato Cury foi chamado em um *link* direto da Vila Belmiro, o que passou ao telespectador uma imagem de esforço da equipe de reportagem para trazer a informação. No entanto, o repórter não respondeu à pergunta, mas disse ter conversado com o presidente do clube, que afirmou que o astro da equipe não iria jogar apenas

se sentisse a contusão imediatamente antes da partida. Três horas mais tarde, Neymar entrou em campo e defendeu sua equipe.

Seguindo as informações do *link*, o telespectador pôde acompanhar uma animação de como seria a escalação do time do Santos para o jogo em questão. As animações e infográficos, quando bem utilizadas, se tornam um forte aliado do jornalista para transmitir a notícia de maneira clara e suave para seu interlocutor. No caso, se tratava apenas da escalação de um time, mas, ainda assim o uso de tais recursos tornou a apresentação mais eficiente do que se o jornalista tivesse apenas lido o nome dos jogadores.

A volta para o estúdio foi marcada por uma brincadeira de Bruno Laurence com Renato Cury. “Gostei do papelzinho com a cola da escalação, muito bom, heim”. A frase foi dita por Bruno e seguida de riso dos dois jornalistas. Mais uma vez entra a discussão se esse gracejo teve alguma utilidade para o telespectador ou se, ao menos, deixou o programa mais leve e agradável. O humor mal-utilizado ridiculariza o próprio jornalista e acaba por interferir em seu papel de narrador da informação de interesse do público. Passa a ser questionável qual a função do jornalista esportivo: informar ou entreter a qualquer custo o público que assiste as partidas pela TV? Neste caso, ficou parecendo que inserir piadas na notícia faz parte da linha editorial do programa.

O *Globo Esporte* seguiu com a matéria do Palmeiras, abordada de uma maneira diferente pela jornalista Joana de Assis. A abertura foi feita com os jogadores se exercitando e a primeira sonora foi realizada com o preparador físico Fabiano Xhá, que explicou o motivo de seus exercícios físicos serem mais árduos. A jornalista procurou um gancho para mostrar a fase do time do Palmeiras, uma equipe que, naquele momento, vencia suas partidas através da raça e correria em detrimento da técnica e habilidade. A partir disso, Joana de Assis mostrou em sua matéria a fonte do fôlego dos atletas e reafirmou tal ideia em sua passagem. A jornalista expõe ao torcedor palmeirense que a tática é válida, ao fazer um parelo do time paulistano com os alemães Borussia Dortmund e Bayern de Munique, que haviam derrotado recentemente as

potências espanholas, Real Madrid e Barcelona, respectivamente, só com raça e vontade, segundo ela. Sua reportagem pode ser considerada completa, com fundamento e coerência. No entanto, as vitórias dos times alemães foram passadas de maneira superficial aos telespectadores. A matéria encerrou com a escalação do Palmeiras em animação, assim como foi com a escalação do Santos. Porém, enquanto a escalação do Santos não apresentou falhas, a escalação do Palmeiras apareceu com dois nomes que não começariam jogando: os atletas Souza e Caio deram lugar para Charles e Vinícius.

Após o primeiro *break*, o foco do programa passou a ser a partida seguinte entre São Paulo e o Penapolense. Enquanto realizava a cabeça da matéria do São Paulo, o apresentador engasgou e tossiu. Há opiniões divergentes quanto à atitude que o jornalista deve tomar em casos como este. Há defensores do pedido de desculpas e seguimento da leitura e há quem defenda “fingir” que o ruído não aconteceu. O *Globo Esporte* tem uma postura de humanizar o jornalista e se desculpar de qualquer equívoco sem constrangimentos. Bruno Laurence, ao se deparar com tal situação, se desculpou e explicou que estava gripado antes de continuar seu texto.

Na matéria do São Paulo, o repórter Guilherme Pereira retratou basicamente, a volta de Luis Fabiano que esteve ausente por seis partidas, e a presença do time considerado titular para o jogo do dia seguinte. Pela primeira vez no programa, não foi inserida após a reportagem, a animação com a escalação, mas no meio dela e antes da sonora do técnico Ney Franco, o único personagem a ter voz na matéria.

A equipe do Penapolense também teve seu espaço no *Globo Esporte*. Por ser o primeiro clube de menor expressão, o time de Penápolis teve um minuto a menos no ar que a média dos três primeiros, Santos, Palmeiras e São Paulo, com inserções de dois minutos e quinze segundos. A matéria foi realizada pela equipe da *TV TEM*, afiliada da *Rede Globo* em uma grande parte do interior paulista. Normalmente, reportagens sobre clubes interioranos mostram um pouco da cultura local, do folclore da cidade e da simplicidade da população. Apesar do primeiro *off* e da primeira sonora da

seguirem o padrão anterior, logo a matéria tomou a diretriz da força dos torcedores do Penapolense, mostrando sua animação e confiança no clube. No entanto, nenhuma notícia do time foi veiculada, o que revelou uma falta de interesse da parte da produção em relação ao time do interior.

Exatos 13 minutos após o início do programa, foi ao ar a primeira notícia sobre outro esporte além do futebol. A nota coberta de 45 segundos trouxe a informação da vitória do Paulistano sobre o Basquete Cearense em partida válida pelas oitavas de final do Novo Basquete Brasil, o NBB. Em seguida, foi exibida uma matéria de um minuto e 45 segundos sobre o confronto entre Pinheiros e Limeira, também pelas oitavas de final do NBB. A diferença entre a cobertura dos dois jogos se deu pelo fator “localização”. Enquanto a primeira partida aconteceu no Ceará, a segunda ocorreu na capital paulista.

Na volta para o último bloco do *Globo Esporte*, uma chamada do *Esporte Espetacular*, programa esportivo semanal da *Rede Globo* foi ao ar. A chamada terminou com o ator mundialmente conhecido, Arnold Schwarzenegger, dizendo “Hasta la vista, Glenda (apresentadora do *Esporte Espetacular*)”, fazendo referência ao filme *O Exterminador do Futuro*. Apesar de ser uma frase clichê do ator, a mensagem foi interessante, uma vez que o *Esporte Espetacular* cobriria ao vivo uma competição de força idealizada por Schwarzenegger. No entanto, no momento em que a *switcher* novamente cortou para o estúdio do *Globo Esporte*, Bruno Laurence resolveu imitar o ator, fato que reacendeu nossa observação sobre a propensão do jornalismo esportivo, de forçar o humor em momentos desnecessários. Bruno, contudo, pareceu perceber seu deslize e chamou a matéria sobre a Stock Car, segundo e último esporte coberto pelo programa, além do futebol.

A reportagem de Léo Bianchi, que supostamente falaria da corrida do dia seguinte, se revelou completamente irrelevante. Com o auxílio de diversas trilhas sonoras relativamente engraçadas, mostrou-se uma brincadeira entre dois pilotos da categoria e dois judocas. A única informação contundente foi feita na cabeça quando se disse o dia e o local da corrida. Nada sobre o

campeonato foi revelado na matéria, que teve 1 minuto e 30 segundos de duração.

Finalmente, a partida entre Ponte Preta e Corinthians foi tratada no *Globo Esporte*. Antes da reportagem sobre o time de Campinas, Bruno Laurence fez a chamada da transmissão do confronto no dia seguinte. A mensagem do apresentador foi reforçada pelo GC, o qual informava o dia e a hora da partida.

A matéria realizada pela *EPTV*, afiliada da *Rede Globo* na região de Campinas, trouxe os torcedores da Ponte na primeira sonora, algo semelhante à reportagem do Penapolense. O enfoque inicial do repórter Caio Maciel, contudo, foi em torno do mistério dos treinos fechados para os jornalistas e do apelido do assessor de imprensa do time campineiro, o “Beijoquinha”. Aliás, toda vez que se dizia tal apelido, se escutava o som de um beijo. Apenas após 1 minuto e trinta segundos, o repórter decidiu falar sobre o time em si. Destacou-se a ausência do volante Ramirez que por questões contratuais, não poderia jogar contra o Corinthians, e a presença do zagueiro Cléber, um dos personagens da matéria por revelar o tal apelido do assessor de imprensa.

A reportagem deixou muito a desejar, principalmente para o telespectador que não acompanha a Ponte Preta e não sabe de seus destaques. Em nenhum momento foi dito nada sobre a campanha do clube campineiro na primeira fase do torneio. Quem assistiu ao *Globo Esporte* não ficou sabendo de nada relevante sobre o time mandante da partida de domingo, exceto o afastamento do peruano Ramirez.

Os corintianos, por sua vez, souberam pelo repórter Marco Aurélio Souza, da ausência do goleiro Cássio na partida e da escalação de Danilo, seu reserva imediato. Porém, o repórter deixou claro que o goleiro titular estava apenas se poupando para a Libertadores, a competição mais cobiçada pelos torcedores brasileiros. Um destaque interessante da matéria foi a escalação do Corinthians, dita pelo próprio treinador em sua entrevista coletiva. Enquanto o técnico Tite dizia os nomes, o telespectador via a animação com a posição de

cada jogador citado. Tite, aliás, se tornou o alvo da reportagem, que contou com sonorais do treinador sobre todo o elenco do Corinthians.

Na matéria de dois minutos e trinta segundos, a maior em duração do programa, apenas uma tentativa de humor foi lançada. Ao explicar o motivo de alguns atletas renomados ficarem no banco de reservas, Marco Aurélio Souza falou sobre o “PTJ”, que seria o padrão Tite de justiça. Se a graça sobre o assunto é discutível, o uso da sigla ajudou no seguimento da reportagem e não se configurou como um ruído na mensagem, deixando evidente que o humor pode fazer parte do jornalismo, mesmo quando a intenção de causar risos não é alcançada. A matéria atingiu o que se esperava dela, conseguiu trazer as informações do clube para seu torcedor.

O programa teve seu desfecho com uma reportagem sobre a reabertura do Maracanã, estádio histórico que será o palco da final da Copa do Mundo de 2014. A matéria se configurou por um bate-papo descontraído entre o jornalista Edson Viana e o técnico da seleção brasileira de futebol, Luís Felipe Scolari.

Antes de se despedir, Bruno Laurence reforçou a chamada para a partida do dia seguinte entre Ponte Preta e Corinthians. O programa teve duração de 23 minutos e 30 segundos, descontando o tempo dos *breaks*, com 20 minutos destinados exclusivamente ao futebol, comprovando o que foi dito anteriormente sobre a preferência da mídia e do público por tal esporte em detrimento dos outros.

4.2 Observação da partida entre Ponte Preta e Corinthians, transmitida pela *Rede Globo* no dia 28 de abril de 2013

A transmissão do jogo válido pelas quartas de final do Campeonato Paulista começou às 16h49 com o bordão característico do jornalista e locutor Cléber Machado. “Pra você ligado na Globo” é a frase dita em todas as transmissões em que Cléber é o narrador. A primeira informação do locutor foi

a divulgação dos vencedores das partidas do dia anterior, Santos e Mogi Mirim, que se classificaram para as semifinais. Cléber ainda lembrou que às 18h30, o São Paulo enfrentaria o Penapolense, para então focar na partida entre Ponte Preta e Corinthians, em Campinas. É importante dizer que Cléber Machado, assim como toda a equipe da Globo, esteve presente no palco do jogo, o Estádio Moisés Lucarelli, para a transmissão in loco.

Antes mesmo de apresentar os comentaristas, Cléber Machado chamou o quadro *Baú do Esporte* cuja finalidade é trazer minicompactos de partidas históricas entre os times que vão se enfrentar. Normalmente, são lembradas ao menos duas partidas entre as equipes e, sempre, com uma vitória para o time. No quadro da partida entre Ponte Preta e Corinthians, três partidas foram lembradas: duas decisões do Campeonato Paulista, 1977 e 1979, ambas vencidas pelo time da capital, e o confronto de 2012, válido pelas quartas de final do Campeonato Paulista, em que o time campineiro surpreendeu e saiu vitorioso.

O quadro *Baú do Esporte* é uma iniciativa interessante da *Rede Globo* para mostrar episódios relevantes dos clubes no passado. Os torcedores mais fanáticos e os que, ao menos, acompanham as notícias sobre seu clube do coração costumam mostrar simpatia por quadros que tratem da memória esportiva. É uma maneira de preparar o telespectador para o confronto que virá adiante.

Em seguida, Cléber Machado, junto com os ex-jogadores e comentaristas, Caio Ribeiro e Walter Casagrande, debateram sobre as chances da Ponte Preta para a partida. É interessante a menção às partidas mais recentes entre as equipes, as quais mostravam que o time de Campinas vinha dando muito trabalho ao clube paulista na história recente do confronto. Foi com base neste histórico que os comentaristas opinaram que, apesar do Corinthians ser o favorito por ter um elenco mais qualificado, a Ponte Preta apresentava boas chances de vitória.

Após um intervalo comercial, a transmissão voltou com as escalações do clube com o auxílio da animação gráfica, assim como fez o *Globo Esporte* no dia anterior. No momento da escalação da Ponte Preta, o telespectador teve a informação reforçada de que o volante pontepretano Ramirez não poderia ir à campo por ainda ter contrato com o Corinthians.

Antes de a bola rolar, o ex-árbitro e comentarista de arbitragem, Leonardo Gaciba, falou sobre o histórico do árbitro da partida, Raphael Claus. Em sua análise, Gaciba destacou dois dados interessantes ao dizer que Raphael era o árbitro com menor média de cartões amarelos e menor média de faltas marcadas do campeonato.

Gaciba estava na transmissão somente para comentar sobre os lances de arbitragem. Logo, para sua aparição não ficar restrita apenas às jogadas polêmicas, o comentarista trouxe informações interessantes sobre a arbitragem do campeonato como um todo. Sua falha, porém, acontece quando, frequentemente, tenta formular suas frases com uma linguagem pouco usual. Não é incomum vê-lo “gastando seu português” com adjetivos, praticamente, desconhecidos pelos telespectadores que o acompanham.

Com a bola rolando, os repórteres de campo, Abel Neto pelo Corinthians e Caio Maciel pela Ponte Preta, ganharam voz aos dois e aos cinco minutos de jogo, respectivamente. Abel Neto foi questionado sobre a presença do goleiro Cássio, poupado no Campeonato Paulista, para a partida do meio de semana. O repórter tranquilizou a torcida corintiana, dizendo que o goleiro titular tinha 99,9 por cento de chances de ir a campo. Já Caio Maciel entrou em ação para destacar a força da Ponte Preta quando joga em casa. Em seguida, ele relatou que o time apresentava quatro alterações em relação à equipe que foi a campo na última rodada.

A narração de Cléber Machado é baseada no que a imagem mostra. Fulano toca para cicrano, faz o drible e chuta para o gol. É um relato redundante em relação ao vídeo, mas segue os moldes da transmissão

radiofônica. Vez ou outra os comentaristas ou os repórteres são chamados ou interrompem o locutor para trazer uma informação complementar.

Com 13 minutos de jogo, após um lance perigoso da Ponte Preta, Caio Ribeiro elogiou o atacante William, dizendo que se tratava de um grande artilheiro que teve boas passagens por Santos e Avaí. Porém, no final de sua afirmação, Caio disse que o atacante gostava de fazer gols contra o Corinthians e encerrou sua participação momentaneamente. A análise do comentarista teve como base apenas sua própria memória, já que não foi dito quantos gols William já marcou contra o Corinthians em sua carreira. Esse é o tipo de afirmação que não credencia a cobertura esportiva como um ato jornalístico, já que é possível, simplesmente, dizer algo vago e apresentá-lo como informação. Caio ainda faria outra análise pouco ou nada informativa aos 37 minutos do primeiro tempo, quando disse que o meia Danilo “ganhou títulos por quase todos os times em que jogou”, sem citar um título sequer.

Coube, justamente, ao ex-jogador cometer esta “gafe jornalística”, o que reforça algumas linhas de pensamento como a de Coelho (2008) que defende o jornalista como comentarista em detrimento do ex-atleta. Possivelmente, teses como essas seriam mais aceitas caso erros semelhantes não acontecessem com as informações veiculadas por jornalistas. No programa *Jogo Aberto da Rede Bandeirantes* do dia 23/04/13, por exemplo, os jornalistas Ulisses Costa e Osmar de Oliveira protagonizaram uma discussão acalorada sobre quem havia levantado mais taças no estádio do Morumbi, São Paulo ou Corinthians. Depois de algumas frases de efeito, ficou evidente ao telespectador que nenhum dos dois sabia a resposta correta, tanto que quem assistiu ao programa não obteve a informação.

Aos 17 minutos do primeiro tempo, Leonardo Gaciba apresentou uma estatística curiosa: os jogos do campeonato foram parados 6066 vezes por faltas. Esse dado gerou brincadeiras de Cléber Machado e Casagrande, que questionaram se o Gaciba havia contado cada falta. A brincadeira não interferiu negativamente na informação e serviu para suavizar a transmissão.

Dez minutos mais tarde, a equipe de transmissão chegou a um consenso que o jogo estava muito catimbado e ruim de assistir. A constatação é interessante por não se tentar vender a partida como espetáculo. Ela era repassada ao telespectador da maneira que acontecia.

Aos 33 minutos do primeiro tempo, o Corinthians abriu o placar com Romarinho. No replay imediato, o narrador contou como foi, passo a passo, a jogada que resultou com a bola na rede. Apesar de não haver grande exaltação na voz de Cléber Machado, foi nítida uma comoção maior na descrição da jogada do gol em relação aos outros acontecimentos da partida. O roteiro tradicional pós-gol foi colocado em prática com os comentários de Casagrande e Caio da jogada e de como o gol mudaria a partida.

O segundo gol corintiano aconteceria cinco minutos mais tarde com um chute do atacante Émerson. Todo o roteiro do primeiro gol voltou a ser feito, o que se permite dizer que o relato do gol é padronizado pela equipe da Globo.

Aos 41 minutos do primeiro tempo, foi colocada no ar a primeira mensagem interativa, a tradicional “pergunta do internauta”. O internauta Douglas, da capital paulista, perguntou se o Corinthians tem elenco para lutar pelo Paulistão e pela Libertadores. O recurso interativo é muito interessante e permite que o telespectador, no caso aquele que tem acesso à internet, participe da transmissão. No entanto, no caso das transmissões da *Rede Globo*, as perguntas dos internautas selecionadas pela produção são sempre muito parecidas, para não dizer iguais. Sempre é perguntado sobre qual jogador faz mais falta, quem tem mais elenco ou se um clube tem chances em duas competições distintas. Raramente ocorre alguma mudança na abordagem do questionamento. No entanto, por não ter os dados precisos do assunto, atribuo a afirmação anterior com base na experiência pessoal de assistir futebol na *Rede Globo* às quartas e aos domingos.

Antes do final do primeiro tempo, Cléber Machado fez a chamada dos destaques do *Show do Intervalo* e do programa que sucederia o jogo na

emissora, o *Domingão do Faustão*. Quando o árbitro apitou o fim da primeira etapa, Abel Neto perguntou ao atacante Émerson sobre a dificuldade do jogo, enquanto Caio Maciel perguntou ao goleiro Édson Bastos se ele havia falhado nos gols do Corinthians.

O *Show do Intervalo* tem a função de, além de mostrar os melhores lances da partida transmitida ao vivo e de outros possíveis jogos da rodada, chamar todos os eventos esportivos a serem transmitidos pela emissora. Neste quadro, por exemplo, Cléber Machado lembrou ao público que a Rede Globo cobriria ao vivo a partida das semifinais da Liga dos Campeões entre Barcelona e Bayern de Munique, e o jogo válido pelas oitavas de final da Copa Libertadores entre Boca Juniors e Corinthians.

Um momento do *Show do Intervalo* foi passível de destaque. Após mostrar os melhores momentos da partida do dia anterior entre Santos e Palmeiras, Cléber Machado perguntou ao Casagrande e ao Caio Ribeiro se ambos haviam assistido a partida que eles viriam a comentar. O questionamento é capaz de causar espanto. A dúvida de como alguém poderia comentar sobre um jogo específico, caso não o tivesse assistido pode ter passado pela cabeça do telespectador. No entanto, o fato da pergunta ter sido feita revela a existência de comentaristas que avaliam partidas que sequer viram. Nesse caso, ambos comentaristas garantiram ter visto o jogo em questão.

Quando começou o segundo tempo, enquanto nenhuma chance de gol acontecia, Cléber Machado trouxe informações históricas do Corinthians e da Ponte Preta, destacando os feitos do time de Campinas, apesar deste ainda nunca ter ganhado nenhum título realmente expressivo.

Aos sete minutos do segundo tempo, ocorreu um pequeno debate entre Cléber, Caio e Casagrande sobre a possível saída de Tite do Corinthians. O narrador e os comentaristas valorizaram o treinador, destacando todos os seus feitos recentes. Casagrande, então, fez uma comparação entre o Brasil e a Inglaterra, dizendo que Alex Ferguson estava treinando o Manchester

United há 29 anos. Seu tom de voz mostrou uma incerteza quanto à informação. Na verdade, o técnico escocês, que viria a se aposentar poucos dias depois, treinou a equipe inglesa por 26 anos. Percebe-se que, para boa parte dos comentaristas, a informação não precisa ser certa. Passar a ideia de que Alex Ferguson treinava o mesmo time há muitos anos e que o exemplo deveria ser seguido pelos brasileiros já bastava ao Casagrande, mesmo que, para isso, alguns dados fossem imprecisos.

Dois minutos depois, aconteceu o lance mais polêmico do jogo. O atacante do Corinthians, Émerson, entrou na área pela esquerda e se chocou com o zagueiro Cléber. O árbitro marcou a penalidade máxima. O primeiro a opinar sobre a jogada foi o comentarista de arbitragem, Leonardo Gaciba. Este disse não ter havido o pênalti e explica sua opinião, apontando o erro de Raphael Klaus. Ainda antes da cobrança, Cléber continuou perguntando ao Gaciba sobre a jogada, mesmo este já tendo expressado sua opinião. Por conta das perguntas, o comentarista de arbitragem repetiu por três vezes tudo o que ele havia dito. Ficou a impressão que ambos estavam apenas passando o tempo enquanto a cobrança do pênalti não acontecia.

Na cobrança, Guerreiro fez o gol, e o discurso de Cléber Machado foi dito mais uma vez, seguindo o mesmo padrão dos gols anteriores, com descrição da jogada, no caso, descrição do lance do pênalti, da cobrança e de como o goleiro chegou perto de defendê-la. Houve, em seguida, uma brincadeira do Cléber Machado se dessa vez o goleiro teria falhado no gol. Obviamente, os comentaristas rechaçaram a tese. A piada não atrapalhou no andamento da transmissão e serviu, mais uma vez, como uma maneira de suavizá-la.

Aos 13 minutos do segundo tempo, ocorreu a primeira alteração de jogadores na partida. Prontamente, o repórter Caio Maciel falou sobre as características dos dois jogadores, o que entrava e o que saía, e os comentaristas explicaram como a alteração mudaria o jogo. Aliás, tanto Caio como Casagrande voltaram a falar um minuto depois sobre a expulsão do jogador da Ponte Preta, Baraka. Eles comentaram sobre como as equipes se

portariam e sobre como a expulsão, praticamente, decretou a vitória do Corinthians. Gaciba, por sua vez, opinou sobre a expulsão, a qual ele considerou justa.

A partir daí, o jogo caiu muito em emoção e ficou sonolento. Algumas conversas sobre possíveis substituições entraram em cena e, apenas aos 28 minutos, algo relevante acontece. A torcida da Ponte Preta, já ciente da eliminação do time, começou a cantar e a incentivar os jogadores. Esse tipo de postura sempre foi muito bem vista pela equipe de transmissão da *Rede Globo*. Eles exaltaram o comportamento da torcida e manifestaram a opinião contra a violência cometida pelos torcedores de algumas equipes em momentos de eliminação.

Como a partida, àquela altura, já estava definida, os comentaristas começaram a projetar um possível confronto do Corinthians contra o São Paulo, caso o segundo vencesse sua partida. Algumas pequenas análises foram feitas e ambos opinaram que, se tal partida acontecesse, não haveria favoritos. A postura dos comentaristas quem ficam “em cima do muro” é sempre contestada pelo telespectador, afinal este quer saber o que aquele realmente pensa.

O gol que aconteceu aos 44 minutos do segundo tempo a favor do Corinthians apenas consolidou a vitória do time da capital paulista e fortaleceu os comentários feitos pela equipe de transmissão sobre a força do elenco corinthiano. Quando o árbitro apitou o final da partida, Abel Neto perguntou ao capitão Alessandro sobre o que ele achou da partida e o questionou sobre as chances do Corinthians no confronto do meio de semana contra o Boca Juniors. Já Caio Maciel escutou o lateral da Ponte Preta, Cichinho, mas não teve espaço para lhe fazer nenhuma pergunta, já que o jogador estava cercado por repórteres de outras emissoras.

Antes de encerrar a transmissão, ocorreu um minidebate entre Cléber Machado e os três comentaristas e, enquanto o telespectador os ouvia, ele pôde assistir o vt com os quatro gols da partida sendo repetidos em ciclo.

Assim como no *Show do Intervalo*, Cléber Machado fez chamadas da programação esportiva da emissora durante a semana e se despediu.

4.3 Observação do programa *Globo Esporte* do dia 29 de abril de 2013

O programa que realizou a cobertura dos jogos de quartas de final do Campeonato Paulista enfatizou, basicamente, os jogos entre Santos e Palmeiras, Ponte Preta e Corinthians, e São Paulo e Penapolense. Além destas matérias, que tiveram mais que quatro minutos cada, o telespectador pôde acompanhar matérias menores sobre o jogo-teste acontecido na reinauguração do Maracanã e sobre a partida entre Bahia e Vitória, com ênfase no uso das cachirolas pela torcida. No entanto, o estudo deste trabalho será centralizado nas partidas válidas pelo Campeonato Paulista.

O *Globo Esporte* teve início com o bordão característico de Bruno Laurence, o qual chamou, imediatamente, o goleiro Rafael da equipe do Santos. Tratava-se de um *link* de Santos com o repórter Renato Cury. O goleiro respondeu se ele foi o herói da classificação por ter defendido duas penalidades, e se ele não teria se adiantado nas cobranças. Enquanto Rafael apresentava seu ponto de vista, o telespectador assistia, sem áudio, os seis gols que o Mogi Mirim, próximo adversário do Santos, fez contra o Botafogo de Ribeirão Preto. Com isso, Bruno aproveitou e perguntou ao goleiro se o próximo adversário seria difícil de ser batido.

Em seguida, foi ao ar a reportagem de Renato Cury sobre o jogo de sábado entre Santos e Palmeiras. Renato fez uma abordagem diferente para apresentar o jogo. Ele começou mostrando as esposas dos jogadores Cícero, autor do gol santista, e Rafael, goleiro que pegou duas penalidades. A partir da reação das esposas, o repórter contou como a partida se desenrolou. A reportagem contou com a sonora de Cícero, falando sobre seu gol, Neymar, sobre sua contusão, Edu Dracena, sobre seu gol perdido, e Marcelo Oliveira, sobre as chances do Palmeiras no primeiro tempo. Os três primeiros são jogadores do Santos, enquanto o último representou o Palmeiras. A passagem

do repórter foi feita imediatamente antes das cobranças de pênaltis, com o intuito de mostrar que a partida seria definida pela atuação dos goleiros. A reportagem foi encerrada com a sonora do goleiro Rafael, responsável direto pela classificação do time santista. A matéria analisou a partida toda, mostrando como foi a tônica do jogo, sem piadas ou brincadeiras desnecessárias. É passível de destaque a trilha sonora escolhida pelo repórter. Ela se estendeu por todo o *off* e deu um dinamismo interessante para o conteúdo apresentado.

Ao final da matéria, Bruno Laurence disse ter tentado falar com algum jogador do Palmeiras, para fazer o contrapeso da entrevista do Rafael, porém ninguém se disponibilizou a responder perguntas.

A matéria sobre o jogo Ponte Preta e Corinthians começou com a sonora dos técnicos. Ambos falavam das dificuldades que teriam na partida. O repórter Marco Aurélio Souza contou a história da partida, mostrando oportunidades de gols da Ponte Preta no início da partida e como as chances do time de Campinas foram acabando conforme cada gol do Corinthians acontecia. As sonoras vieram apenas no fim da matéria. A primeira com Tite falando sobre as chances de gols de Alexandre Pato. A segunda com o próprio Pato, que dedicou seu gol a sua namorada. Nesse momento, uma trilha romântica foi ao ar e uma animação com um coração foi reproduzida. A “piada” durou exatos cinco segundos e foi completamente irrelevante para o desenvolvimento da matéria. No entanto, por sua sutileza e curta duração, não interferiu na qualidade da reportagem. Aliás, esta terminou com uma sonora do técnico Tite sobre as qualidades de seu time. Um detalhe sobre as sonoras de Tite foi o surgimento de uma trilha distinta todas as vezes em que ele falava. O tom dinâmico dado pela trilha da matéria passava a ser mais misterioso. Algo parecido acontecia nas entrevistas com o jogador Hernanes, a quem o *Globo Esporte* apelidou de profeta.

O que começou como uma matéria sobre o jogo de quartas de final acabou por se tornar uma matéria sobre o Corinthians. Se Marco Aurélio Souza foi o mais feliz em sua reportagem no *Globo Esporte* do sábado, não se pode

dizer o mesmo de seu trabalho na segunda-feira. Em sua reportagem, nenhum jogador da Ponte Preta foi ouvido e um espaço muito grande foi dado apenas para as qualidades individuais e coletivas do grupo corintiano. Os jogadores da Ponte Preta tiveram espaço apenas na programação da *EPTV*, afiliada da *Rede Globo* em Campinas.

Na cabeça seguinte à matéria, Bruno Laurence disse que o goleiro reserva do Corinthians, Júlio César, deve ir para o Vasco. A informação perde a credibilidade quando o jornalista diz a palavra “deve”. Esta informação, aliás, não se concretizou nas semanas seguintes ao programa. Em seguida, Bruno noticiou a inscrição do jogador chinês do Corinthians, Zizao, na Libertadores com um tom efusivo e muita agitação corporal. Tratava-se de uma piada iniciada por Tiago Leifert, o qual sempre exalta o chinês em tom de brincadeira. A informação pode até ser digna divulgação, porém, a maneira que Bruno Laurence utilizou para fazê-la foi forçada, desnecessária e não contribuiu em nada para o andamento do programa.

Antes de repercutir a matéria do confronto entre São Paulo e Penapolense, é importante lembrar que, na ocasião, a equipe da capital jogou com um uniforme inteiro vermelho pela primeira vez na história, com a intenção de homenagear a reforma de seu estádio, que agora tem as cadeiras vermelhas. Com isso, a matéria de Guilherme Pereira começou falando exatamente das novidades no uniforme. O repórter utilizou o gancho da camisa para falar da raça do time do Morumbi, que pressionou muito, mas não fez gols no primeiro tempo. No segundo tempo, a partida mudou e a matéria seguiu a mudança. Era a vez do clube do interior atacar e esbarrar no goleiro Rogério Ceni. É interessante destacar a mudança de trilha quando se fala no goleiro. A partir de sua primeira aparição, a música *Hells Bells* da banda *AC/DC* foi reproduzida na matéria. A escolha desta música não foi por acaso. Ela é tocada no estádio do Morumbi toda vez que o São Paulo entra em campo, a pedido do goleiro e capitão Rogério Ceni. A referência, provavelmente, não foi captada por todos os telespectadores, no entanto estes não saíram prejudicados com a escolha da música. A reportagem contou com as sonoras

de Ney Franco, Luis Fabiano, Jadson, Oswaldo e Rogério Ceni pelo São Paulo, e Pintado e Jaílton pelo Penapolense. A passagem do repórter foi feita no final da matéria, destacando a partida de meio de semana do São Paulo pela Libertadores.

Antes de encerrar o programa, Bruno Laurence mostrou com detalhes a camisa vermelha utilizada pelo São Paulo na partida, sem julgá-la esteticamente. O apresentador se despediu e saiu do enquadramento antes que os créditos fossem passados. O *Globo Esporte* do dia 29 de abril teve 24 minutos e 10 segundos de duração, sem contar os *breaks*. E deste tempo, 100 por cento foi destinado ao futebol, exemplificando, pela segunda vez em dois dias, o que foi dito sobre a atenção que a mídia reserva ao esporte mais popular do Brasil em detrimento dos outros.

5. Futebol e Sociedade

Não há dúvidas de que entre todos os esportes, o futebol recebe muito mais atenção da mídia e da população brasileira. A hegemonia futebolística ocorreu de forma lenta e gradual, como explicado no segundo capítulo deste projeto, mas atingiu a todos os brasileiros de tal forma, que o Brasil passou a ser considerado o país do futebol.

O que pode parecer um simples apelido à primeira vista se torna complexo quando estudamos os efeitos do esporte “bretão” na sociedade atual. Apesar de tal esporte ter se tornado um meio de desvio de dinheiro público, vide notícias sobre as obras para a Copa do Mundo de 2014 e inúmeras investigações realizadas contra a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), o futebol faz parte da cultura brasileira e da “brasilidade” que transmitimos para o mundo. Da Matta²² (1982), aliás, afirma que tal esporte tem o poder de expressar a sociedade brasileira, tendo assim seu espaço assegurado nela.

Assim como carnaval, religião, música, arte e tantos outros elementos, o futebol faz parte da cultura popular nacional. O esporte oriundo da tradição inglesa agora pertence ao povo brasileiro, a pátria das chuteiras. Daólio²³ (1997), assim como Da Matta, considera que o futebol, como manifestação cultural, consegue representar a sociedade brasileira.

O futebol brasileiro visto como uma prática social, também se constitui num meio pelo qual os indivíduos expressam determinados sentimentos...o fato de torcer por um time mesmo quando esse não ganha títulos durante muitos anos pode ser vivido como um teste de fidelidade. Suportar as gozações de torcedores contrários após uma

²² Possui graduação e licenciatura em História pela Universidade Federal Fluminense (1959 e 1962). Curso de especialização em Antropologia Social do Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (1960); mestrado (Master in Arts) e doutorado (PhD) em 1969 e 1971 respectivamente pela Universidade Harvard. Informações obtidas no site: www.editorasulina.com.br

²³ Possui graduação em Educação Física pela Universidade de São Paulo (1978), graduação em Psicologia pela Universidade de São Paulo (1983), mestrado em Educação Física pela Universidade de São Paulo (1992) e doutorado em Educação Física pela Universidade Estadual de Campinas (1997). Atualmente é professor titular da Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas. Informações obtidas no Lattes.

derrota põe à prova a paixão pelo time, mesmo nos momentos difíceis. Vencer um jogo contra um time tecnicamente mais forte reaviva a crença em um ser superior que realiza milagres. (DAÓLIO, 1997, p. 122).

Sendo assim, o futebol passa a ser uma porta que mostra o Brasil para o restante do mundo. Simbolicamente, esse esporte revela diversos momentos que espelham a sociedade brasileira e esta consegue se enxergar nele.

Neste contexto, o tratamento do futebol como o “ópio do povo” ou o “pão e circo” passa a ser questionável, uma vez que a identidade cultural brasileira está ligada diretamente a tal modalidade esportiva. Cuche²⁴ (1999) busca explicar como ocorre a identificação de um grupo através de uma prática.

Ora, para os “subjetivistas”, a identidade etno-cultural não é nada além de um sentimento de vinculação ou uma identificação a uma coletividade imaginária em maior ou menor grau. Para estes analistas, o importante são então as representações que os indivíduos fazem da realidade social e de suas divisões. (CUCHE, 1999, p.181).

A identificação dos brasileiros com o esporte em questão ocorre, principalmente, por conta do que acontece dentro das quatro linhas de um campo de futebol, ou seja, a sociedade se vê e se orgulha ao apresentar emoção nas arquibancadas, a alegria nos gramados e toda a festa que é realizada diante de uma partida de futebol. É comum ouvir que o povo brasileiro é festeiro, alegre, sofrido e batalhador, e todas essas características podem ser encontradas dentro de um estádio de futebol, sejam por parte dos protagonistas do espetáculo, dos jogadores, ou por parte da plateia ativa, os torcedores.

²⁴ Antropólogo, sociólogo, professor da Universidade Paris Descartes. Informações obtidas no site: www.ceped.org

É muito mais cômodo para uma nação passar sua imagem através da alegria e da luta do que de outros campos em que se mostra desqualificado. Soares²⁵ (1994) destaca que a identidade de um povo não vai ser construída através da desigualdade social, da desqualificação educacional e de tantos outros setores dos quais a sociedade não se orgulha.

Além das características citadas anteriormente, como a alegria, o futebol traz à tona a “malandragem”, a “ginga” e o “jeitinho brasileiro”. Estes atributos aproximam a população do esporte em questão, uma vez que a malandragem, por exemplo, está presente no cotidiano de cada espectador.

A construção do tipo ideal de malandro, sobretudo nos discursos, traduz um tipo de existência contraditória no indivíduo que oscila entre a ordem e a desordem, entre a lei e a transgressão. Essa existência contraditória generalizou-se para diferentes esferas de atuação social, inclusive para o futebol, e se modificou em paralelo às transformações sociais. A aproximação entre futebol e malandragem é explicada com facilidade, na medida que as classes populares se apropriaram do futebol; o samba de origem negro – proletária, teve na malandragem o seu motor temático nos anos de 1930 e 1950, logo o futebol, samba e malandragem constituem a matriz cultural das classes populares no Brasil. (SOARES, 1994, p. 8).

Logo, o futebol, caso visto como esporte e não como uma indústria, se legitima como representante da cultura brasileira. A malandragem e a ginga vistas nesse esporte são plenamente compatíveis com o modo de vida da população brasileira como um todo, que se vê representada pelos jogadores de seu time dentro de um campo de futebol.

5.1 A Copa do Mundo e a identidade nacional

Ainda que o futebol ofereça uma riqueza simbólica, a mídia se fez determinante para que o esporte passasse a ter tamanha importância dentro do

²⁵ Doutor em Educação Física. É autor de artigos científicos, livros, capítulos de livros e artigos de divulgação científica vinculados aos temas da educação do corpo, da escolarização, da disciplina educação física escolar e da sociologia do esporte. Informações obtidas no Lattes.

cenário nacional. Através dos meios de comunicação, houve a massificação e a popularização do futebol no Brasil a partir dos anos 1920. No entanto, os anos 1930 que viriam dar uma nova faceta ao esporte mais popular do país. A partir daí, a modalidade não apenas serviria para entreter a população, mas, também, para fortalecer um projeto nacional modernizante.

Negreiros²⁶ (1997) procurou relacionar o momento político brasileiro no final do século XIX com a instauração da República e de que maneira o futebol foi inserido na tentativa de reforçar a criação e o desenvolvimento de uma identidade nacional.

O futebol, aliás, já era uma paixão nacional desde a segunda metade da década de 1920 e levava multidões para as partidas. Simultâneo com o desenvolvimento da radiodifusão, o esporte adentrava pelo território nacional. Pouco a pouco, acompanhar os torneios locais e regionais se tornou parte da rotina das pessoas.

Logo, competições interestaduais foram criadas e seguidamente desenvolvidas, o que aumentava a abrangência geográfica e a quantidade de equipes de futebol envolvidas. A cobertura da imprensa e do rádio esportivo da época desencadeou na população mais paixão e envolvimento com os times preferidos.

Em 1930, foi disputada a primeira Copa do Mundo e contou com a presença de países americanos e europeus. No entanto, o evento não chamou a atenção da mídia esportiva brasileira e, conseqüentemente, da população, que ainda mostrava-se mais interessada pelos torneios estaduais e interestaduais. O mesmo fenômeno ocorreria em 1934, quando pouco se divulgou sobre a segunda Copa do Mundo e sobre a seleção brasileira que disputava a competição.

²⁶ Possui mestrado em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1992) e doutorado em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1998). Atua principalmente nos seguintes temas: Controle Social e Futebol. Informações disponíveis no Lattes.

No entanto, o ano de 1938 seria diferente dos anteriores. Pela primeira vez, a Copa do Mundo seria transmitida via rádio para os brasileiros. A mudança na cobertura do que se tornaria futuramente, no maior evento esportivo do mundo, refletiu diretamente na importância que o Brasil atribuiu para tal competição. Em pouco tempo, a Confederação Brasileira de Desportos (CBD), com apoio da imprensa e das emissoras de rádio, criou campanhas para que toda a nação se unisse e vibrasse junto com a seleção brasileira na “batalha” da França. Dessa maneira, a ideia de uma identidade nacional foi reforçada a partir de uma disputa internacional de futebol.

Simbolicamente, reforçou-se a idéia de que aquela não era uma simples disputa esportiva e, sim mais uma provação com intuito de mostrar a força do Brasil, do seu povo, a partir do futebol. De diversas maneiras, com a forte colaboração da crônica esportiva foi responsabilizado pelo desempenho dos atletas do Brasil. Esse momento de afirmação da nacionalidade foi um sucesso, apesar da derrota para a seleção italiana. Enfim, o destino do país encontra-se nos pés de um time de futebol, como nas mãos de cada brasileiro. Enfim, o futebol reforçou a ideia que mostravam a necessidade da construção nacional. (NEGREIROS, 1997, p. 215).

A seleção brasileira voltou da França com a terceira colocação no mundial. Perdera para a Itália, que viria a ser a bicampeã, pelo placar de 2 a 1. No entanto, os atletas brasileiros foram recebidos como heróis pela multidão. A ideia de demonstrar a força brasileira através do futebol foi um sucesso, assim como a ideia de representar a identidade nacional através da simbologia esportiva. O orgulho nacional era valorizado pela imprensa esportiva, que relatava a ótima impressão que o Brasil deixara na Europa.

O fenômeno de união nacional em prol da utilização de fins políticos ideológicos só seria visto com essa força na Copa do Mundo de 1970, no México. Apesar de se tratar de um momento político completamente diferente de 1938, o governo de 1970 também se aproveitou da Copa do Mundo para a tentativa de reforço da identidade nacional.

Na ocasião, o Brasil era governado pela ditadura militar e a sociedade civil enfrentava a censura e a repressão. Ramos²⁷ (1984) enfatizou o engajamento do então “presidente” Médici, com as questões relacionadas ao futebol. Na época, foi creditado a ele a posição de torcedor número um do Brasil e havia reservas para o ditador, em lugares nas tribunas de honra dos estádios. Médici não se continha em apenas opinar sobre o universo esportivo, ele fazia questão de pressionar a comissão técnica no que diz respeito à escalação da seleção brasileira.

A competição também era muito esperada pela população, que via a seleção brasileira com jogadores extremamente habilidosos, formando uma das melhores equipes de todos os tempos. Além da qualidade da seleção nacional, o incentivo do governo para a população se focar no evento esportivo era grande. Diversas propagandas eram realizadas em torno da copa, buscando o fortalecimento do sentimento de união nacional. No entanto, a Copa do Mundo de 1970 seria lembrada para sempre pelos brasileiros nos versos de Miguel Gustavo, em *Pra frente Brasil*. “Noventa milhões em ação/ Pra frente Brasil/ Do meu coração/ Todos juntos vamos/ Pra frente Brasil/ Salve a Seleção/ De repente é aquela corrente pra frente/ Parece que todo o Brasil deu a mão/ Todos ligados na mesma emoção/ Tudo é um só coração!/ Todos juntos vamos/ Pra frente Brasil, Brasil/ Salve a Seleção”.

A Copa do Mundo do México foi transmitida para os brasileiros via televisão e rádio, embora não muitos brasileiros possuíssem o primeiro meio. Com a vitória, a seleção brasileira se tornou a primeira equipe a vencer o mundial por três vezes e teve a honra de levar a Taça Jules Rimet para a casa em definitivo. A situação esportiva contribuiu de maneira decisiva para a reafirmação do poder militar no Brasil. A euforia da população era imensa, e milhares de pessoas receberam os heróis nacionais pelas ruas do país, desviando a atenção da população para o regime militar.

²⁷ Jornalista. Leciona na PUCRS-Famecos na Graduação e na Pós-Graduação. Fez mestrado em Letras, doutorado em Educação e pós-doutorado em Ciências da Comunicação. Informações obtidas no site: www.editorasulina.com.br

Ramos (1984) afirmou que, se em 1938 a afirmação da República era a grande meta do governo, 1970 era o ano reservado aos militares se afirmarem no poder, definitivamente.

Nesse período, o Brasil conseguiu inúmeros títulos, além da copa do mundo. Conquistou o campeonato mundial de tortura. Prendeu, aleijou e matou. Não deixou vestígios. O futebol era cúmplice. Escondia a face dos ditadores. Transformou-se na grande mentira nacional, superior à das autoridades do governo Médici. (RAMOS, 1984, p. 38).

Oliveira²⁸ (1998) defende que a copa de 1970 agiu no imaginário do povo e que, por consequência, resultou em se tornar uma ferramenta de ampliação da popularidade do governo vigente, além de valorizar as ideias nacionalistas. A mídia esportiva, por sua vez, destacava, através de reportagens e matérias, a importância do espírito de equipe. E esse era, de fato, o sentimento que o regime militar buscava fortalecer na sociedade.

O espírito coletivo era muito mais exaltado do que os valores individuais. A imagem que se passava era de que um povo unido podia buscar qualquer objetivo, sendo esse o motivo principal para o sucesso da “seleção do povo” na copa e também do sucesso do país, que vivenciava o “milagre econômico”. Os militares conseguiram com êxito associar a imagem do futebol vencedor ao país que governavam.

Após a conquista da copa de 70, o Brasil passou 24 anos sem a taça mais cobiçada do mundo. Apenas em 1994, nos Estados Unidos, a seleção brasileira de futebol voltaria ao topo do pódio mundial. A conquista do tetracampeonato teve uma cobertura bem diferente em relação ao tricampeonato. Diversas equipes de jornal impresso, rádio e televisão estiveram nos Estados Unidos para a transmissão in loco dos jogos e

²⁸ Possui graduação em Direito pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1998), Licenciatura plena em Educação Física pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (1996) e mestrado em Educação Física pela Universidade Gama Filho (2000). Atualmente é professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro e doutoranda do PPGEF - Universidade Gama Filho. Informações obtidas no Lattes.

realização de matérias e reportagens. Mas, o destaque principal foi o tratamento distinto que a imprensa deu aos dois últimos títulos mundiais, 1970 e 1994.

Enquanto em 1970 deu-se destaque ao conjunto e ao poder da união, em 1994 foi exaltada a figura do herói, daquele que “resolve” a partida. A pauta agora era a importância de alguém que seja capaz de vencer sozinho, com as ferramentas que tem em mãos. O momento vivido pela sociedade em 94 exigia que cada indivíduo fosse capaz de resolver seus próprios problemas. Segundo Oliveira (1998), a coletividade de 1970 perdeu espaço para o talento individual dos jogadores e cidadãos brasileiros.

Na copa de 94 ao contrário da realizada em 1970, quase não se consegue perceber a palavra seleção, pois os nomes dos heróis esportivos como – Romário/Bebeto – ocupam quase todas as reportagens, ou então se não é o nome deles, são nomes do grupo que aparecem destaque, ou seja, uma total fragmentação da seleção enquanto grupo face a uma projeção individual de heróis esportivos. (OLIVEIRA, 1998, p. 420).

A mídia esportiva relatou a conquista de 1994 exaltando alguns jogadores-chaves que tiraram o Brasil da incômoda fila de 24 anos sem a taça do mundial. No discurso dos meios, porém, ficava implícito que o herói estava na figura do indivíduo, ou seja, no cidadão comum que fazia a diferença e era capaz sair de qualquer crise por conta própria. Oliveira (1998) defende que os heróis fascinam a multidão e favorecem a manutenção do *status* que a sociedade apresentava em tal momento.

5.2 A participação da mídia na mudança de perspectiva do futebol no Brasil

A cobertura da mídia esportiva tem o poder de realizar mudanças ou favorecer a estagnação política de um país ou uma região. É necessário que se leve o esporte a sério e que se entenda sua importância dentro da estrutura

política brasileira. O futebol já foi, e ainda é capaz de influenciar grandes massas que se enxergam espelhadas em atletas de sucesso, em suas glórias, glamour e riquezas. Este esporte se revela como um dos pilares que sustentam uma identidade brasileira, ainda que esta se revele um tanto ilusória, ideológica e artificial.

Se, anteriormente, o futebol era visto como uma espécie de “alienador” que desviava a atenção do povo em relação às práticas dos governantes, nos últimos 30 anos sua imagem mudou de maneira significativa, segundo Lovisolo²⁹ (2002). Agora, o futebol passou a ser a expressão da autenticidade, fundamentada na identidade brasileira. Lovisolo entende o futebol como arte.

Até a década de oitenta, a grosso modo, dominava uma perspectiva crítica, influenciada pelo marxismo e também pela Escola de Frankfurt que, trocando em miúdos, considerava o futebol uma variante do ópio dos povos, uma poderosa força de alienação dos dominados, de distanciamento, portanto, de seus verdadeiros interesses emancipatórios. Os esportes eram compreendidos a partir das relações sociais de produção e poder, da dinâmica das classes sociais, com duas noções chaves profundamente relacionadas: alienação e controle. O resultado geral, era o domínio de uma forte tendência a se considerar o esporte espetacular como funcional para a dominação de classes, quer sob o prisma da alienação e controle no mecanismo básico de deslocamento dos interesses, quer sob o menos frequente do efeito especular de mobilidade social, a ilusão da ascensão social mediante o esporte. Na formulação dos discursos sobre o esporte, os analistas situavam-se de forma distanciada em relação aos efeitos dos fenômenos esportivos. (LOVISOLO, 2002, p. 02)

Enquanto Ramos (1984) atribui ao futebol o poder de manipular a sociedade através da cobertura midiática e suas diretrizes na produção das

²⁹ Possui graduação em Sociologia - Universidad de Buenos Aires (1969), mestrado em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1982) e doutorado em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1987). Pós-doutorado em Ciências dos Esportes pela Universidade do Porto. Atualmente é professor adjunto da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e do Mestrado em Desenvolvimento Social da UNISUAM. Informações obtidas no Lattes.

reportagens, Lovisolo acredita que o esporte espelha a sociedade ao invés de corrompê-la ou manipulá-la.

Esta perspectiva desenvolveu-se e, em minha opinião, podemos afirmar que domina hoje uma interpretação quase oposta: o futebol, e de modo geral o esporte, tornou-se espaço de formação de identidades e de expressão do nacional ou regional, de participação e pertencimento, de emoção e prazer, de recreação, criação e imaginação. Neste sentido, o futebol passou a ser visto como expressão identitária e cultural que pode estar ao lado de outras artes populares, criando-se as afinidades entre tango e futebol e samba, carnaval e futebol. Mais ainda. De modo geral o esporte passa a ser considerado como arte, embora com o qualificativo de popular. Temos, portanto, uma significativa mudança, um conjunto de viradas, nas interpretações ou teorias postas em jogo para analisar o esporte. (LOVISOLO, 2002, p. 03).

A perspectiva mais “romântica” de Lovisolo vem de encontro com a visão de Da Matta (1982). Para este, o futebol proporciona uma espécie de “horizontalização” do poder momentânea, ou seja, permite que a massa tenha voz no âmbito esportivo, mas a afasta de outras estruturas, como a política, por exemplo.

Em outras palavras, nas vertentes institucionalizadas e “estruturadas” da sociedade brasileira, o modo de relacionamento dominante e explícito é a estratificação e a hierarquização por meio de redes de relações pessoais. Neste plano, tudo tem um lugar e as variações individuais são impossíveis. Nas áreas como o futebol, o carnaval e a umbanda, variações individuais são possíveis, de modo que o individualismo e o “estrelismo” são ideologias dominantes nestas áreas. (DA MATTA, 1982, p. 60).

Sendo assim, é perceptível que o esporte, especialmente o futebol, é alvo de constantes estudos e sofre mudanças no que diz respeito ao valor moral atribuído a si, hora como negativo quando visto como um alienador, hora como positivo se visto como fortalecedor da identidade cultural. De qualquer maneira, sua influência para a sociedade brasileira é indiscutível. É impossível ficar alheio ao futebol. Se afastar deste esporte é romper com a cultura local e

perder interesse pela história do país. Daí surge a importância de uma mídia esportiva melhor preparada, que tenha como objetivo não apenas suavizar as informações para atrair a atenção de seu consumidor, mas realizar seu papel de informar com responsabilidade e coerência ética e social.

6. Considerações finais

Ao estudar a transmissão esportiva oferecida pelo jornalismo televisivo com maior abrangência e mais profundidade, percebe-se que as ocorrências e as ações dentro das quatro linhas podem ser maximizadas ou minimizadas por uma cobertura jornalística. Tal cobertura, aliás, tem o poder de transmitir apenas sua própria ótica, criando, assim, uma nova verdade ao seu interlocutor.

A transmissão esportiva na televisão aberta, ao menos no Brasil, apoia-se, praticamente, em um esporte, o futebol. O esporte bretão é uma fagulha que, por si só, tem capacidade de incendiar a massa. Quando reproduzido com a inserção de heróis, vilões, batalhas e caldeirões se torna um produto comovente para o apaixonado. Não que a adição de componentes para atrair o telespectador seja inválida, afinal, está em questão a cobertura de um tema lúdico cujo objetivo é lidar com a paixão do torcedor, mas a transmissão da informação precisa e de qualidade não pode ser chutada para escanteio.

Uma equipe de jornalismo pode, perfeitamente, contar a história de um jogo de futebol ao seu telespectador de forma dramática ou contida, desde que esteja munida de informações sobre os times, os jogadores, as opções técnicas e táticas, o campeonato em questão, a torcida, o histórico, ou seja, tudo o que move a partida e tudo o que a partida move.

A tendência atual do jornalismo é a criação e reformulação de quadros e programas para estes se adequarem a um público mais jovem e “descolado”. Para a aproximação desse público, os figurinos dos jornalistas foram trocados, assim como sua linguagem. Agora, o jornalista prepara a matéria utilizando um linguajar mais despojado e descomprometido com o português formal. Dentro de seu discurso, a presença do humor é o grande destaque. Como já dito no corpo da monografia, a utilização do humor é válida e pode ser preciosa em inúmeros casos, porém quando o suposto humor passa

ao primeiro plano da matéria ou cobertura e deixa a informação em segundo, o entretenimento passa a dominar o jornalismo quando deveria, apenas, servi-lo.

Pelo estudo das duas edições do programa esportivo *Globo Esporte*, foi possível obter um panorama do jornalismo esportivo na televisão contemporânea. A busca incessante pelo humor, mesmo onde ele não existe, e o amplo espaço, quando não o total, reservado ao futebol em detrimento das outras modalidades esportivas. Tal fator pode ser responsabilizado por este estudo ter seu foco voltado para apenas uma modalidade esportiva.

Na transmissão da partida de futebol, o que seria o *crème de la crème* da cobertura esportiva, o momento ideal para emplacar os tais bordões jovens e o humor duvidoso, o que se vê é uma condução mais contida. Os paletós voltam a aparecer e a linguagem formal é destinada a um público maior e mais diversificado que o do programa esportivo. Com exceções de alguns comentaristas praticantes da linguagem informal e com grande apetite por polêmicas, os comunicadores optam pela inserção de um humor menos escandaloso e que traga menos ou nenhum ruído para a mensagem a ser transmitida. A política conservadora utilizada em uma partida ao vivo de futebol é tão visível que os moldes da locução no rádio, que tanto agradaram o interlocutor, ainda são seguidos mesmo na televisão, a qual dispõe de dezenas de câmeras.

Por fim, é preciso que fique claro que este trabalho não tem a pretensão de revelar uma verdade absoluta sobre a prática do jornalismo esportivo na televisão brasileira, mas apresentar um ponto de vista sobre o tratamento que ele dá aos esportes ou, especificamente, ao futebol. Com o intuito de fomentar discussões sobre essa editoria, este trabalho relembra o poder de influência que ela exerce sobre a massa e, portanto, a responsabilidade que ela tem para com a sociedade.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Márcia Franz. **Sensacionalismo: inoperância explicativa**. In Em Questão, v.9, n.1. Porto Alegre, jan./jun. 2003. p. 133-146

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue: um Estudo do sensacionalismo na Imprensa**. São Paulo: Summus, 1994.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo**. São Paulo: Campus, 2002.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006. 188p.

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **O Futebol Midiático: Uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos**. Disponível em: <http://www.facasper.com.br/rep_arquivos/2009/12/2/1259775426.pdf> Acesso em: 02 abr. 2013.

BISTANE, Luciana, BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV ed.2**. São Paulo: Contexto, 2006.

BOURDIE, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CAMARGO, Vera R.T. **Comunicação e esporte – tendências**. Santa Maria: Pallotti, 2005.

CAPINUSSÚ, José Maurício. **A linguagem popular do futebol**. São Paulo: Ibrasa, 1988.

CARDOSO, Régis. **No princípio era o som – a minha grande novela**. São Paulo: Madras, 1999.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2011.

COIRO, José & GRABAUSKA, Cléber. **Sala de redação – a divina comédia do futebol**. Porto Alegre: L&PM, 1998.

CUCHE, Denys. **A noção de Cultura em Ciências Sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

DA MATTA, Roberto. **Futebol: ópio do povo x drama de justiça social**. São Paulo: Novos Estudos Cebrap, v.1, 4, p. 54-60, nov. 1982.

DAÓLIO, Jocimar. **Cultura: Educação Física e futebol**. Campinas: Editora Unicamp, 1997.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1967.

FEIJÓ, Luiz Cesar Saraiva. **A linguagem dos esportes de massa e a gíria no futebol**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro/UERJ, 1994.

FORTES, Leandro. **Jornalismo Investigativo**. São Paulo: Contexto, 2005.

Guedes, S. L. **O Brasil no campo de futebol: estudos sobre os significados do futebol brasileiro**. Niterói: Eduff, 1998.

HARDMAN, Francisco Foot; LEONARDI, Victor. **História da indústria e do trabalho no Brasil**. São Paulo: Global, 1982.

LOVISOLO, Hugo. **Sociologia do esporte: viradas argumentativas**. Caxambu: Mimeo, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da Notícia**. São Paulo: Ática, 1989.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2002.

NEGREIROS, Plínio José L. de C. **Futebol e identidade**. In: ENCONTRO DE HISTÓRIA DO ESPORTE, LAZER E EDUCAÇÃO FÍSICA, 1997. Ijuí. [Trabalhos...] Ijuí: Ed. da UNIJUI, 1997.

OLIVEIRA, Ana Beatriz de. **Representações dos heróis esportivos: comparação entre a copa de 1970 e 1994**. In: Congresso brasileiro de história do esporte, lazer e educação física: caminhos, meios e estratégias para o desenvolvimento da pesquisa do esporte, lazer e educação física, 4., 1998. Rio de Janeiro. Coletânea... Rio de Janeiro: Ed. Universidade Gama Filho, 1998.

PENNA, Leonam. **Futebol – o ABC das arquibancadas**. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1998.

RAMOS, Roberto. **Futebol: ideologia do poder**. Petrópolis: Vozes, 1984.

RIBAS, Lycio Vellozo. **O Mundo das Copas**. São Paulo: Lua de Papel, 2010.

RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo: a história da imprensa esportiva do Brasil**. São Paulo: Terceiro Nome, 2007.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. **Convergência digital, diversidade cultural e esfera pública**. Salvador: EDUFBA, 2008.

SOARES, Antônio Jorge G. **Futebol, malandragem e identidade**. Vitória: SPDEC/UFES, 1994.

SOARES, Edileuza. **A bola no ar - o rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo: Summus, 1994.

SODRE, Muniz. **A Comunicação do Grotesco**. Rio de Janeiro: Vozes, 1972.

TAVARES, Reynaldo. **Histórias que o rádio não contou**. São Paulo: Harbra, 1999.