UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

A programação dos canais de esporte:

SporTV x ESPN

Eduardo Schmalter

Rio de Janeiro
2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

A programação dos canais de esporte:

SporTV x ESPN

Monografia submetida à Banca de Graduação
Como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social – Jornalismo.

EDUARDO SCHMALTER

Orientador: Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa

Rio de Janeiro

2010

FICHA CATALOGRÁFICA

SCHMALTER, Eduardo.

A programação dos canais de esporte: SporTV x ESPN. Rio de Janeiro, 2010.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientador: Gabriel Collares Barbosa

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **A programação dos canais de esporte: SporTV x ESPN**, elaborada por Eduardo Alves Schmalter Soares

Monografia examinada:
Rio de Janeiro, no dia 14/12/2010

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Doutor Gabriel Collares Barbosa
Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof. Doutor Amaury Fernandes
Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof. Doutor Paulo César Castro
Departamento de Comunicação – UFRJ

Rio de Janeiro

2010

SCHMALTER, Eduardo. **A programação dos canais de esporte: SporTV x ESPN**. Orientador: Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo

RESUMO

O trabalho analisa as grades de programação dos dois principais canais de esporte da televisão por assinatura (SporTV e ESPN), marcados por muita semelhança, principalmente nos horários de programas ao vivo. A partir das diferentes linguagens, entre o esporte na televisão aberta e na televisão fechada, chega-se aos canais de esporte, contando um pouco de sua história e como estes se estruturam. A análise da programação destes canais motiva a busca por razões para tamanha semelhança e suscita uma questão crucial: há uma falta de criatividade? Para o esclarecimento destas questões foram entrevistados os principais profissionais da área, que contribuíram de forma definitiva para o trabalho. A audiência é o ponto principal para os profissionais, o que levanta diversos questionamentos sobre a importância e a validade destes índices. Por fim, é feita uma menção à TV Brasil, única experiência "não comercial" do jornalismo esportivo, e são apresentados programas que fogem um pouco do esquematismo padrão, dentro dos próprios canais de esporte.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu pai Dilson e minha mãe Sonia, pelo apoio e amor demonstrados nestes 22 anos. Mãe, parece que as incansáveis horas de estudo comigo, depois dos seus dias de muito trabalho, valeram a pena...

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, por tudo o que fizeram por mim. Em todos os momentos demonstraram amor incondicional, inclusive nas horas mais difíceis. Fui criado em um ambiente de muito amor e carinho. Devo agradecer também pelo bom gosto. Meu pai me ensinou a ser Flamengo, e, além disso, cresci ouvindo as músicas de John, Paul, Ringo e George ao fundo. É difícil expressar meu amor e admiração por vocês em palavras. Quando chegar a minha hora de ser pai, quero ter a força e a paciência para ser tão bom quanto vocês são.

Agradeço aos meus irmãos Beth, Marcelo e Gustavo. Vocês, como irmãos mais velhos, também me ajudaram a chegar até aqui. Amo vocês e espero que estejamos sempre unidos.

Agradeço aos demais familiares, tios e primos. Numa família tão grande fica difícil citar nomes, mas são todos muito especiais. Agradeço também aos que já se foram, em especial meu Tio Zezinho, que faz muita falta. Ele, ao lado de Tia Ciléa, foram praticamente meus segundos pais, aturando tudo o que eu aprontava no apartamento deles e ainda fazendo todas as minhas vontades de criança. Tio, onde quer que você esteja, sei que está feliz com essa conquista.

Um agradecimento especial aos amigos que aqui vou escalar: Rodolfo, Rafael, Alessandra, Bruno, Léo, Jonas, Igor, Colares, Henrique, Conrado e Claudinha. Impossível citar todos, pois somos muitos. Sei que sou privilegiado de ter vocês como amigos. Obrigado pela companhia nas mesas de bar, na praia e em todos nossos encontros. Obrigado também por aturarem meus desabafos e reclamações da vida. Estamos juntos.

Por fim, gostaria de agradecer ao professor Gabriel Collares, pela paciência e dedicação a este trabalho. Também à amiga Talita Duvanel, que exerceu a função de co-orientadora. Talita, não fosse sua ajuda e paciência, talvez este trabalho não teria sido feito. Muito obrigado.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. O JORNALISMO ESPORTIVO NA TELEVISÃO

2.1 A linguagem

2.2 As diferentes abordagens: tv aberta x tv fechada

3. OS CANAIS DE ESPORTES

3.1 A estrutura: jornalismo e entretenimento

3.2 SporTV x ESPN: semelhanças e diferenças

4. A PROGRAMAÇÃO: SPORTV X ESPN

4.1 Há uma falta de criatividade?

4.2 A busca incessante pela audiência

4.3 Algumas alternativas

5. CONCLUSÃO

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

7. ANEXOS

1 – Introdução

O esporte tem grande importância para a sociedade, em diversos aspectos. Sua prática é essencial para uma vida saudável, além de ser uma forma de lazer. Quando visto em sua interação com o meio social, é uma forma de integração da sociedade, seja pelo resgate de uma memória comum ou pelos vínculos que este cria. Parte integrante da cultura, é também explorado pelos meios de comunicação, movimentando cifras e estimulando o consumo.

No início do século XX a cobertura esportiva era realizada principalmente pelos jornais impressos. Ainda na primeira metade do século, o rádio ganha muita importância neste contexto, por possuir maior instantaneidade em relação à imprensa escrita. A televisão só entraria neste jogo décadas depois. Em 1970, um dos maiores eventos esportivos do planeta, a Copa do Mundo de futebol, naquele ano disputada no México, foi transmitida pela primeira vez ao vivo e em cores para o Brasil. É possível notar que a partir dos anos 1990 a cobertura esportiva ficou cada vez mais intensa, e os canais de televisão aberta já pareciam um espaço muito reduzido para atender à produção de conteúdo e à demanda dos telespectadores, ávidos por notícias e produções audiovisuais acerca do esporte. O surgimento de canais de televisão voltados somente para a cobertura esportiva faz parte desse crescimento na demanda dos telespectadores e nos investimentos financeiros dos meios de comunicação.

Da simples "brincadeira com regras", o esporte perdeu muito do seu lado lúdico, e visto pelas lentes das câmeras, transmitido por satélite chegou ao que podemos nomear "esporte-espetáculo".

A demanda de consumo do esporte pela sociedade é impressionante. Os canais de esporte são um grande exemplo da demanda que há por informação esportiva. São 24 horas por dia tendo que atender a um público extremamente variado (todas as idades e gêneros), informá-lo e entretê-lo. Este trabalho busca entender um pouco do funcionamento dos canais que são totalmente voltados para o esporte, que não por acaso, estão na lista dos mais assistidos da televisão por assinatura.

Os principais objetos de estudo são os canais SporTV (SporTV e SporTV 2) e ESPN (ESPN Brasil e ESPN), líderes de audiência no segmento e considerados principais concorrentes. A versão HD destes canais não foi estudada, por ainda encontrar-se em fase muito experimental. O que chamou a atenção e foi motivo principal para que se iniciasse este estudo foi o fato de apesar de possuírem ampla faixa de horário (cada canal possui 48 horas

diárias de programação, sem contar com os canais de alta definição) estes apresentam uma grade de programação muito semelhante, principalmente nos horários de programas ao vivo. Esta semelhança se dá até na escolha dos nomes para os programas. Aos domingos, por exemplo, após a rodada do campeonato brasileiro de futebol, o telespectador que sintonizar no SporTV irá assistir ao "Troca de Passes", enquanto o que escolher a ESPN Brasil vai assistir ao "Bate-Bola". É claro que estes programas não são exatamente iguais, mas os "objetivos" são semelhantes. As diferenças se dão na forma como os temas são abordados, a ESPN Brasil, por exemplo, sempre se posiciona de forma mais crítica em relação às questões que envolvem esporte e política, e também no formato de apresentação. O que pode se notar de diferente é que em um programa o apresentador está de pé, em outro está sentado etc.

As perguntas que se seguiram ao notar tamanha semelhança foram: Por que grades tão parecidas se há tantos esportes e tantas horas de programação? Há uma falta de criatividade? Estas motivaram uma pesquisa mais profunda e suscitaram diversos outros questionamentos que tangem os rumos e características do jornalismo esportivo em geral e da constante guerra pelos índices de audiência.

Para possibilitar a busca destas respostas, foi feita uma ampla pesquisa de textos que pensam o jornalismo esportivo televiso. Pouco foi encontrado de literatura específica sobre o tema. Os textos que mais se aproximavam do esperado vieram de artigos publicados na internet, todos com tom "ensaístico". As entrevistas foram o viés principal do trabalho, buscando a reflexão com os principais profissionais da área.

No Capítulo 2, "O Jornalismo Esportivo na televisão", é feita uma breve retrospectiva da história do jornalismo na televisão e mais especificamente da maneira como o jornalismo esportivo se transportou dos jornais e das revistas para o audiovisual. Em seguida são analisadas as principais características do jornalismo esportivo na televisão, como a sua linguagem, marcada pelo tom mais coloquial e descontraído. Na sequência do capítulo o que se procura é diferenciar a abordagem do esporte na televisão aberta em comparação com a televisão paga. Para isso foram utilizados dados estatísticos, que revelam a brutal diferença na amplitude destas e revelam um pouco do perfil destes dois diferentes telespectadores. Também foram detectadas as diferentes maneiras de se comunicar com o público de cada plataforma, percebidos na escolha de comentaristas e profissionais.

O capítulo 3, "Os canais de esporte" é mais dedicado à analise dos canais exclusivamente de esporte. Inicia-se com o surgimento dos canais de esporte (SporTV e

ESPN), no começo dos anos 1990, quando ainda eram denominados “Top Sport” e “TVA Esportes), respectivamente, e segue com as implicações da estruturação destes dois canais. A análise desta estruturação foi muito importante para o entendimento do que representam estes canais nos dias de hoje, mostrando qual caminho eles percorreram para que se delineassem de diferentes maneiras.

Em dado momento do capítulo foi importante esclarecer a estrutura destes hoje, que se dividem basicamente entre eventos esportivos e programas de jornalismo. A partir de então seguiu-se uma pergunta fundamental: o esporte é jornalismo ou entretenimento? Diversos autores que versam principalmente sobre a espetacularização do esporte foram importantes para embasar a discussão. O capítulo termina com uma análise “SporTV x ESPN: semelhanças e diferenças”, que examinou as principais nuances dos canais, estas encontradas principalmente na linha editorial e apontou para a grande semelhança encontrada na grade de programação, tema principal do capítulo seguinte.

As grades de programação dos canais SporTV e ESPN são estudadas no início do quarto capítulo, com o título “A programação: SporTV x ESPN”. São comparados os principais programas ao vivo “concorrentes”, com uma explanação de seus formatos, profissionais e horários. A comparação descreveu os “modelos” extremamente parecidos de programas, que contém, obviamente, certas diferenças, principalmente em um ou outro formato e linhas editoriais.

As entrevistas com profissionais entram neste momento, procurando respostas para os motivos de tamanha semelhança e os questionando sobre uma possível falta de criatividade. O objetivo do capítulo não era afirmar uma falta de criatividade, mas sim levantar a questão das semelhanças para que os jornalistas refletissem a respeito do tema. Diversas vozes foram ouvidas, de diferentes setores. A justificativa da audiência, fundamentada no “que o telespectador quer assistir” foi coincidente na maioria das entrevistas feitas. Surge então um questionamento da audiência e se ela reflete realmente os anseios do telespectador. Essa demanda usada para justificar a semelhança das programações veio mesmo dos telespectadores ou foi criada justamente pelos meios de comunicação, que oferecem produtos homogêneos? Fazem parte desta reflexão as críticas feitas por Pierre Bourdieu e alguns sociólogos da Escola de Frankfurt, como Adorno e Horkheimer, à televisão fundamentada nos níveis de audiência e aos meios de comunicação em massa.

Apenas como um adendo ao capítulo é citada uma experiência que foge ao ritmo das televisões comerciais, baseadas nos índices de audiência. O esporte na TV Brasil foi objeto de análise, e a entrevista com Arnaldo Mexas, responsável pelo Núcleo de Esportes da emissora de televisão pública, acrescentou bastante para entender como é a visão de uma televisão despreocupada com o sucesso financeiro. É interessante notar as diferenças, e principalmente as vantagens de fazer jornalismo esportivo sem estar diretamente pressionado pelo sucesso em termos de audiência.

Por fim, são citados alguns programas, presentes na grade dos dois canais que são objeto deste estudo, que conservam algo de inédito, possuindo um formato diferente e julgado como interessante.

2 – O jornalismo esportivo na televisão

Para entender como se estrutura o jornalismo esportivo na televisão, será feito primeiramente um breve resgate de como as notícias foram parar nos aparelhos televisores. O cinema foi o primeiro transmissor de notícias em audiovisual, com a realização de noticiários em forma de filme, chamados de cinejornais. O surgimento da televisão fez com que os cinejornais perdessem importância; ela possibilitava a recepção da notícia dentro dos lares. Em agosto de 1928, nos Estados Unidos, aconteceu o que provavelmente foi o primeiro evento noticioso transmitido pela televisão. A WGY, emissora americana, transmitiu simultaneamente por rádio e TV a indicação oficial de Al Smith como pré-candidato à presidência pelo Partido Democrata.

Em seus primórdios, o jornalismo de televisão tentava adaptar o modelo do rádio, com notícias lidas diante da câmera. Com o passar dos anos, surgiram as imagens, ainda sem som. O surgimento da câmera-gravadora, que possibilitava imagens com som, do vídeo-teipe e da transmissão de imagens por satélite, o ritmo e a dinâmica dos telejornais foi alterado.

Ainda falando de suas origens, surgem dois principais modelos de telejornalismo: o europeu e o americano. O europeu se caracterizou por ser engajado e claramente partidário. Já o modelo dos Estados Unidos cultivava a imparcialidade e a objetividade, e esta cartilha seria seguida pelos telejornais brasileiros.

No Brasil, o telejornalismo surge na década de 1950, com a TV Tupi. Ela transmitia o que pode se considerar o primeiro telejornal brasileiro, chamado *Imagens do Dia*, que mostrava imagens brutas (sem serem editadas) dos acontecimentos de cada dia. O telejornal não possuía tempo determinado, ou seja, era de acordo com a duração das imagens exibidas. A partir de então veio o programa *Repórter Esso*, que marcou época com a frase "Aqui fala o Repórter Esso – testemunha ocular da história", apresentado por Gontijo Teodoro. O programa permaneceu 18 anos no ar. As emissoras de televisão brasileiras intensificaram a presença dos telejornais em sua programação principalmente na década de 1960.

Em 1962, com uma proposta diferente, surgiu o premiado *Jornal de Vanguarda*, feito por grandes talentos do jornalismo da época, como Millôr Fernandes, Stanislaw Ponte Preta e Villas-Bôas Correia, todos vindos do jornalismo impresso. O telejornal da TV Excelsior possuía visual bastante inovador e apostava nos seus grandes comentaristas. O golpe militar ocorrido em 1964 fez com que o programa tivesse que ser encerrado, devido à censura.

O Jornal Nacional, que estreou em primeiro de setembro de 1969, comandado por Hilton Gomes e Cid Moreira, é um marco nesta trajetória. O JN se tornou o mais importante e assistido telejornal brasileiro. Sua pretensão, explícita no nome, era de abranger todo o país:

> a equipe de jornalismo da TV Globo teve que desenvolver o conceito de noticiário, ainda inexistente na televisão brasileira. Uma série de critérios foi então formulada para servir de guia na seleção e na hierarquização das notícias. As matérias deveriam ser de interesse geral e não regionais ou particularistas. Os assuntos tinham que chamar a atenção tanto do telespectador de Manaus quanto de Porto Alegre (Jornal Nacional, 2004, pp. 38-39)

O esporte foi veiculado na televisão na década de 1950, com a transmissão de eventos esportivos. Mas a televisão ainda perdia espaço para o rádio que ainda era o meio preferido do público para acompanhar os esportes. A entrada dos programas esportivos teve como precursor o cinejornal *Canal 100*, fundado em 1957, que trouxe de forma bem sucedida o esporte para uma linguagem audiovisual:

> Neste contexto, não podemos esquecer do documentário *Canal 100*, dirigido por Carlos Niemayer, na década de 60, e veiculado regularmente nos cinemas, antes da projeção do filme principal. Através dos enquadramentos de câmeras, o *Canal 100* criou uma maneira nova de veicular as imagens do futebol e, em conseqüência, uma nova linguagem (CAMARGO, 1998, p. 59).

Ele teve notoriedade pela qualidade da filmagem de jogos de futebol com uma visão documental e uma narrativa dramática. O *Esporte Espetacular*, criado em 1973 pela Rede Globo, fundou um novo formato, diferente do telejornalismo comum, com uma linguagem informal, e com edições diferentes, tratando o esporte de forma mais leve e descontraída.

Também importante nesta trajetória do esporte na televisão, podemos destacar a TV Bandeirantes, que nos anos 90 se intitulou “o canal do esporte”. Destaca-se o programa *Show do Esporte*, que permaneceu durante vinte anos no ar e revelou vários jornalistas esportivos como Luciano do Valle, Álvaro José e Silvio Luiz.

É interessante notar a trajetória do esporte na televisão, das transmissões de jogos para os programas esportivos, os telejornais, as mesas-redondas além do seu espaço nos telejornais

“comuns”. Toda essa evolução foi acompanhada de maior investimento financeiro, na formação de profissionais e etc. O esporte ganhou tamanha importância que foi necessária a criação de canais, na televisão fechada, voltados 24 horas para ele.

2.1 – A linguagem

Algumas características diferenciam o jornalismo esportivo feito na televisão dos outros programas jornalísticos e telejornais. O esporte costuma ser tratado de forma mais leve e informal que outras editorias. Os telejornais comuns, que englobam todas as editorias, possuem muita formalidade na apresentação das notícias. Esta formalidade é expressa através dos textos, do vocabulário, figurino, tom de voz, expressões faciais etc. Um dos poucos momentos em que se percebe um maior nível de descontração, tanto nas expressões quanto na fala, é justamente quando se fala de esporte, por exemplo. Ao puxar o tema com “agora vamos falar de futebol”, por exemplo, é notório o sorriso e o relaxamento dos apresentadores de telejornal.

Essa leveza no tratamento dos esportes não pode ser confundida com uma falta de “seriedade” ou comprometimento na veiculação das notícias. Os critérios de apuração e as questões éticas do jornalismo não ficam a parte quando se fala de jornalismo esportivo. O que se procura na verdade é uma forma descontraída de abordar o esporte, por ele ainda conservar um aspecto lúdico e ser considerado por muitos como forma de lazer. As cobranças quanto à parcialidade e abrangência nacional, por exemplo, são tão intensas quanto em outras editorias. Não é raro ver o telespectador que participa dos programas esportivos reclamar com frases do tipo “Quando é que vocês vão falar do Cruzeiro?” Ou comentários de que narradores ou comentaristas esportivos estavam claramente torcendo para o time X ou Y em determinada partida de futebol...

O tom mais descontraído, característica da linguagem do jornalismo esportivo na televisão, costuma ser quebrado quando são tratados temas mais trágicos como a morte de algum esportista, ou casos que envolvam outras editorias, como foi o recente episódio do desaparecimento de Eliza Samudio, amante do ex-goleiro do Flamengo Bruno, que ocasionou a prisão do jogador e outros envolvidos. Nestes casos, é perceptível a mudança pela ausência de trilha sonora, pelo vocabulário mais sóbrio e também pelas expressões faciais de apresentadores e repórteres.

Nos programas esportivos, além da maior informalidade, característica intrínseca à maioria destes, é notada uma maior criatividade e liberdade na edição de matérias e quadros. Esta descontração é notória se analisarmos como as matérias costumam usar de maneira exaustiva as trilhas sonoras, pela utilização dos recursos gráficos e de arte ou mesmo na composição dos cenários, que costumam fugir mais do tom sério da maioria dos telejornais. Esta liberdade também pode ser notada pelo fato que na maioria das vezes os âncoras[1] têm a liberdade de fazer comentários e expressar opiniões, como não acontece na maioria dos nossos telejornais, guiados pelo modelo americano da imparcialidade. Talvez este fato esteja relacionado com a expectativa do público de uma opinião, já que está diante de um profissional especializado. A adjetivação nos textos também corrobora essa característica mais "solta" do jornalismo esportivo. É comum ouvir expressões do tipo "amanhã o surpreendente Cruzeiro vai enfrentar o desmotivado Atlético Mineiro", por exemplo.

Outro aspecto que se pode destacar é a forma como se abordam as histórias do esporte. Não é raro ver nas matérias sobre uma partida, por exemplo, diferentes maneiras de se contar o fato. Enquanto alguns programas mostram o jogo a partir da visão dos torcedores outros podem relacionar com um filme por exemplo. Nestes exemplos parece que não importa a forma de contar a história e sim que esta seja informativa e agradável, tratada de forma leve e descontraída.

As notícias esportivas também se destacam do formato de outros programas jornalísticos de televisão por considerarem um maior conhecimento prévio do telespectador. Na maioria das editorias dos telejornais comuns, as matérias são exibidas de forma extremamente "mastigada", isto é, a informação é dada, na maioria das vezes, considerando que o público não tem conhecimento quase nenhum sobre o tema abordado. Devido a este fato, quase todas as siglas são explicadas e o texto possui a maior simplicidade possível, evitando quase sempre entrar em um vocabulário específico. Desta forma, é comum ouvir formulações do tipo: "O STF, Superior Tribunal Federal, anunciou hoje...", para não deixar dúvidas de que a informação foi associada pelo público.

No caso do esporte, há também, obviamente, um cuidado para que a informação seja clara para o maior número de pessoas, o que é um princípio básico do jornalismo. Mas é

---

[1] O âncora é o apresentador do telejornal. É ele quem anuncia as matérias, comenta e chama a participação dos repórteres, comandando e dando o ritmo do programa.

notório que muitos termos e denominações são utilizados com a noção de que são de domínio do telespectador, fazendo parte de seu repertório. Isso pode estar relacionado ao fato de o esporte, principalmente o futebol, ser de grande interesse e envolvimento da população brasileira, ao contrário de outros temas. É um lugar-comum dizer que há no país 190 milhões de treinadores de futebol, mas a máxima encontra fundamento se notar que o conhecimento do brasileiro no que tange os esportes é bastante alto se compararmos com o nível de escolaridade geral dos habitantes. Por isso, são comuns algumas menções sem explicação, como por exemplo: "A CBF divulgou hoje, em nota...". Também é levada em consideração a "cultura esportiva" dos telespectadores, o que pode ser notado em matérias que utilizam, por exemplo, o apelido "Galo", para se referir ao Clube Atlético Mineiro, ou o "Colorado", quando se fala do Sport Club Internacional de Porto Alegre.

2.2 – As diferentes abordagens: tv aberta x tv fechada

No início deste capítulo buscou-se compreender, de forma bastante breve, como foi a trajetória do esporte na televisão. Posteriormente, foram apresentadas algumas características da linguagem específica do esporte na televisão. Neste momento, o objetivo é entender quais são as diferenças entre a abordagem do esporte nos canais de televisão aberta e nos de televisão por assinatura.

Para que se possa compreender melhor este processo, é importante que se fale sobre diferenças básicas, que se estabelecem entre estes dois tipos diferentes de televisão. Segundo pesquisa do Programa Nacional de Conservação de Energia Elétrica (Procel), realizada no ano de 2007, 97,1% dos lares brasileiros possuem aparelho de televisão, ou seja, as emissoras de sinal aberto atingem quase todos os brasileiros.

De acordo com dados divulgados pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), divulgados em primeiro de junho de 2010, mais de 8 milhões de lares brasileiros – um total de 8.031.814 - possuem televisão por assinatura. Estima-se que um total de 26,5 milhões de brasileiros tenham acesso a tv por assinatura. Considerando que a população brasileira corresponde a cerca de 193 milhões de pessoas, segundo pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) realizada em 2010, 13,7% dos brasileiros têm acesso à televisão paga.

Analisando as pesquisas que estimam o alcance das duas diferentes plataformas, nota-se uma diferença brutal entre a abrangência da televisão aberta e da televisão por assinatura. Enquanto 97,1% dos brasileiros têm acesso à televisão aberta, apenas 13,7% têm à tv paga. Sendo assim, uma matéria sobre esporte veiculada em um telejornal de grande audiência das emissoras de sinal aberto, como o Jornal Nacional, por exemplo, tem um impacto e um número de espectadores infinitamente superior à uma matéria veiculada no mesmo horário por um canal de esporte da televisão por assinatura, como a ESPN Brasil, por exemplo. Pode se concluir também, que a dificuldade em manter este telespectador atento à uma determinada emissora é muito maior nos canais da televisão paga. Enquanto o telespectador da televisão de sinal aberto tem de escolher entre sete canais em média, na televisão paga, ele escolhe entre uma quantidade muito superior de canais, com uma oferta muito maior, podendo ter de optar entre mais de cem canais.

Outra diferença importante está no perfil dos telespectadores. O fato de a televisão aberta ser gratuita e a televisão por assinatura ser paga já diferencia bastante o público de cada uma. Em pesquisa realizada pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) no ano de 2002, constatou-se que a maioria dos telespectadores das televisões pagas é pertencente à classe B, representando 52% do total. A classe A representa 34% do total, enquanto a classe C tem apenas 11%, e os outros 3% estão distribuídos entre as classes D e E. Supõe-se, a partir destes números, que devido a um maior poder aquisitivo do telespectador da tv paga, este possui também um maior nível de escolaridade. É importante ressaltar, que não são incluídos nestas pesquisas oficiais as pessoas que tem acesso à televisão por assinatura por meios ilegais, como o famoso “gato”, muito comum nas comunidades carentes das grandes cidades. Outro dado importante, divulgado pela Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA) no ano de 2010, mostra que 41,7% dos assinantes da televisão por assinatura estão concentrados no estado de São Paulo, 15,1% no Rio de Janeiro e 8,5% em Minas Gerais. Estes são os três principais estados.

A diferença entre estes dois telespectadores reflete na abordagem do esporte nos dois meios. Um exemplo está nas transmissões esportivas realizadas pela televisão aberta e pelos canais da tv por assinatura. A estrutura em si, das transmissões, é bastante parecida, mas a principal nuance está na linguagem. As transmissões esportivas dos canais abertos buscam uma linguagem mais coloquial, um tom bastante próximo do telespectador. Esta percepção é reforçada quando nota-se que a maioria dos comentaristas de futebol, por exemplo, da Rede

Globo e TV Bandeirantes, canais que transmitem os jogos do campeonato brasileiro, são ex-jogadores de futebol. O perfil “boleiro” de Júnior, Casagrande, Neto e Edmundo, por exemplo, aproxima os comentários do público dos canais aberto, que não tem uma média de escolaridade alta.

Já nos canais de esporte da televisão por assinatura, a linguagem utilizada nas transmissões esportivas é mais técnica e especializada, sem, no entanto, deixar de ser em certo nível, leve e coloquial, como característica já citada do jornalismo esportivo na televisão. Os comentaristas de futebol são, em sua totalidade, jornalistas. Deles se espera um parecer técnico e análises táticas e mais aprofundadas do evento esportivo transmitido. Isto se dá, não só pelo público da televisão por assinatura ter melhor condição financeira e maior índice de escolaridade, mas também por se tratar de um canal especificamente de esporte, o que supõe um telespectador com predileção por esportes e também com um entendimento superior.

3 – Os canais de esporte

As televisões por assinatura começam sua história no Brasil em 1991, quando a Globosat, empresa das Organizações Globo, e a TVA veicularam suas programações no ar. Estas duas programadoras investiram, desde o seu início, em canais voltados somente para o esporte; portanto, os canais de esporte nascem praticamente juntos com a televisão por assinatura.

No dia 11 de novembro de 1991, o canal Top Sport, da Globosat, foi ao ar pela primeira vez; era o primeiro no Brasil a se dedicar integralmente aos esportes. Três anos mais tarde, em 1994, o Top Sport viria se chamar SporTV.

No ano de 1993 foi fundado o TVA Esportes, que em 1995 mudaria seu nome para ESPN Brasil, graças a uma sociedade feita entre o grupo Disney (proprietário da marca ESPN - fundada em 1979 - pelo mundo) e o Grupo Abril (dono da TVA).

Segundo o jornalista Paulo Vinicius Coelho, autor do livro *Jornalismo Esportivo*, logo neste princípio das televisões por assinatura, algumas escolhas seriam fundamentais na trajetória dos dois principais canais de esporte:

> Na concorrência o Grupo Globo saiu claramente na frente por um único detalhe: know-how. Cada funcionário do grupo tinha no currículo a experiência global que datava de 1965. Tudo documentado, com a nova programação cuidadosamente detalhada. A TVA começou fazendo uma opção tecnológica errada. E enquanto a Globosat cabeava os grande centros, para permitir maior alcance com mais qualidade, a TVA tentava conseguir adesões por assinatura, com miniantenas parabólicas. (COELHO, 2008: 69)

Este fato fez com que o Top Sport contasse com um número de assinantes muito maior que o TVA Esportes. Mas, na opinião de Paulo Vinicius Coelho, o fato que determinou de vez a trajetória dos canais foram os contratos para transmissão dos principais torneios de futebol. Em 1994, a TVA Esportes assinou um contrato para a exibição das competições junto ao Clube dos Treze, entidade que reúne os principais clubes do país. A Globosat no mesmo período assinou contrato com a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), entidade responsável pela organização do campeonato. O imbróglio jurídico decorrente dos dois contratos tomou conta dos bastidores no início das transmissões em televisão fechada.

Durante o ano de 1994 a TVA Esportes transmitiu os jogos do campeonato brasileiro. Em 1995, já como ESPN Brasil, por conta de um acordo a emissora só transmitiria os jogos menos os importantes. As principais partidas seriam transmitidas pelo SporTV. No ano seguinte, a ESPN Brasil perderia totalmente os direitos de transmissão do campeonato brasileiro, e ficaria somente com os campeonatos estaduais de futebol, os quais deixaria de transmitir anos depois. A empresa viu como solução investir mais em jornalismo e no futebol internacional, o que seria posto em prática ao longo dos anos seguintes.

Outro fato importante na trajetória destes canais aconteceu no ano de 2003, quando o departamento de esportes da Rede Globo assumiu a direção do SporTV. Alguns profissionais da equipe do SporTV deixaram a emissora, e muitos da Rede Globo migraram para o SporTV. Ainda em 2003, a Globosat lançou o SporTV 2, que apenas reprisava a programação do SporTV com um atraso de seis horas. Somente dois anos mais tarde, em 2005, o SporTV 2 passaria a ter sua programação própria, com programas e eventos ao vivo. Faz parte desta expansão também a criação, em novembro de 2007, do canal SporTV HD, versão do canal transmitida em alta definição.

Em 2006 a ESPN Brasil também passaria a fazer programação própria em outro canal. Parte da programação da ESPN, canal de sua matriz internacional, passa a ser produzida por profissionais da ESPN Brasil. Posteriormente alguns destes programas feitos pelos profissionais do Brasil seriam veiculados somente na ESPN, como *É Rapinho*, que resume as principais informações do noticiário esportivo em um curto espaço de tempo, *The Book is on the Table*, programa sobre os esportes "americanos" (futebol americano, baseball etc) e *Fora de Jogo*, que debate os principais temas do futebol internacional.

3.1 – A estrutura: jornalismo e entretenimento

As grades de programação dos canais de esporte se dividem basicamente entre dois formatos: os programas jornalísticos e os eventos esportivos. É nos programas jornalísticos onde a informação costuma ter o papel principal. Eles são também espaço para o debate das principais questões do esporte. Já a transmissão dos eventos esportivos pode ser abordada de diferentes maneiras. O evento pode ser em si próprio a informação, com seus fatos positivos e negativos, ou como é abordado na maioria das vezes, o lugar do show e do espetáculo. Neste ponto cabe uma pergunta que é crucial para nós no desenvolvimento deste trabalho: o esporte é entretenimento ou jornalismo?

Elizara Carolina Marin, no artigo *O espetáculo esportivo no contexto da mundialização do entretenimento midiático* descreve a relação do modo capitalista de produção com o entretenimento televisivo:

> O desenvolvimento do modo capitalista de produção provocou mudanças tanto estruturais quanto simbólicas nas formas de compreender e vivenciar o tempo e o espaço. Os meios de comunicação, como um dos modos de propagação e fortalecimento do poder hegemônico, passaram a interferir de modo agudo nos usos e vivências do espaço e do tempo na vida das pessoas em âmbito mundial, por meio da *midiatização* de dimensões humanas. Entre esses meios, é incontestável o alcance da televisão e de seu poder expressivo como fonte de entretenimento. (MARIN, 2008)[2]

Sendo então a televisão um dos principais meios de entretenimento do sistema capitalista, fica claro que o esporte inevitavelmente assume este papel de entreter, ainda mais se pensar nas altas cifras investidas pelos meios de comunicação no esporte. Para se ter uma noção do tamanho deste investimento, no ano de 1998, a TV Globo comprou os direitos de transmissão da Copa do Mundo por 220 milhões de dólares. É evidente que tamanho investimento exige um retorno em termos de lucro e audiência. A autora Elizara Marin expõe esta passagem do esporte para o espetáculo:

> A espetacularização do esporte, assim como dos outros campos sociais (política, religião, educação), converteu-o em ramo da indústria do entretenimento, cujo objetivo é a maximização do lucro pela conquista das audiências. Cabe destacar que, dado o caráter lúdico atrelado às competições esportivas, elas passaram rapidamente a espetáculo. (MARIN, 2008)[3]

---

[2] MARIN, Elizara Carolina; *O espetáculo esportivo no contexto da mundialização do entretenimento midiático*. Disponível em: http://boletimef.org/biblioteca/1814/artigo/BoletimEF.org_O-espetaculo-esportivo-no-contexto-da-mundializacao-do-entretenimento.pdf. Acessado em: 10/09/2010

[3] Idem ao 2

A modernidade influenciou o esporte e o transformou em um produto midiático. Para podermos desenvolver melhor esta influência precisamos conceituar brevemente o período compreendido como modernidade. A modernidade é o "estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência" (GIDDENS, 1991: 11) e que teve seus efeitos definidos por Rouanet (1993: 121):

> a modernização significa principalmente aumento da eficácia. Mesmo quando outros valores parecem estar em jogo, como a democracia ou a autonomia da razão, o que se esconde atrás deles é sempre um desempenho mais eficaz do sistema econômico, político ou cultural (ROUANET, 1993: 121)

Edson Hirata e Luiz Alberto Pilatti, no artigo *Modernidade e indústria do entretenimento: o produto esporte moderno*, consideram que a influência da modernidade no esporte criou o "esporte-espetáculo", intimamente ligado à eficácia do sistema capitalista. Para os autores, o termo possui três traços elementares:

> suas competições são organizadas por ligas ou federações e os atletas envolvidos são submetidos a treinamentos intensivos; suas competições são veiculadas pelos meios de comunicação de massa e apreciados por espectadores em seu tempo de lazer; existência de relações mercantis no campo esportivo, como os atletas que são assalariados e os eventos esportivos, enquanto uma forma de entretenimento de massa, que são financiados pela comercialização do espetáculo. (HIRATA & PILATTI, 2007)[4]

Esta mercantilização do esporte fez com que diversas modalidades esportivas se modernizassem e até mesmo regras fossem alteradas para que elas se adequassem ao formato da televisão e pudessem ser vendidas como um espetáculo mais atraente. Quando se pensa o esporte neste novo contexto, muito do seu aspecto lúdico, e o que mais deveria ser pensado,

---

[4] HIRATA, Edson & PILATTI, Luiz Alberto; *Modernidade e indústria do entretenimento: o produto esporte moderno.* Disponível em: http://www.efdeportes.com/efd104/esporte-moderno.htm Acessado em: 24/09/2010

como a satisfação e preservação física dos atletas, ou conforto dos espectadores, é deixado de lado. O esporte já é pensado e desenvolvido como um produto para a televisão.

A "espetacularização" do esporte, que ocorre em função do seu aproveito pelos meios de comunicação, pode ter os seus efeitos danosos. Estes reflexos podem ser exemplificados ao analisar o horário escolhido para as partidas de futebol disputadas no campeonato brasileiro. Os jogos que começam às 22h de quarta-feira, por exemplo, são em um horário que prejudica de várias maneiras o torcedor que comparece ao estádio. Este, ao termino da partida, vai deixar o estádio próximo da meia-noite e tem que então usar o transporte público, o qual é notório que não tem boas condições no país, adentrando a madrugada. Além disso, o torcedor chega em casa muito tarde, tendo que, na maioria das vezes, acordar cedo no dia seguinte. No entanto, o horário favorece as transmissões televisas na medida em que é o ideal para a programação das emissoras. Outro exemplo disto é a questão da preparação física dos atletas. Quantas vezes os atletas devem competir por ano? Qual é o número de partidas anuais, que um jogador de futebol deve disputar, sem que isso seja prejudicial à sua saúde? É claro que não há base científica para afirmar se é ou não exagerado o calendário esportivo em relação à saúde dos atletas, mas pode-se imaginar que a questão da mercantilização do esporte e seu usufruto pelos meios de comunicação cria uma pressão por sua demanda que joga essas discussões muitas vezes para um segundo plano.

O sociólogo francês Pierre Bourdieu, em *Os Jogos Olímpicos*, no livro *Sobre a Televisão*, versa sobre a transformação que se dá nas olimpíadas pelas lentes das televisões e nos efeitos da transmissão do esporte-espetáculo:

> O que entendemos exatamente quando falamos dos Jogos Olímpicos? O referencial aparente é a manifestação "real", isto é, um espetáculo propriamente esportivo, confronto de atletas vindos de todo universo que se realiza sob o signo de ideais universalistas, e um ritual, com forte coloração nacional, senão nacionalista, desfile por equipes nacionais, entrega de medalhas com bandeiras e hinos nacionais. O referencial oculto é o conjunto das representações deste espetáculo filmado e divulgado pelas televisões, seleções nacionais efetuados no material em aparência nacionalmente indiferenciado (já que a competição é internacional) que é oferecido no estádio. Objeto duplamente oculto, já que ninguém o vê em sua totalidade e ninguém vê que ele não é visto, podendo cada telespectador ter a ilusão de ver *o* espetáculo olímpico em sua verdade. (BOURDIEU, 1997: 123)

Para Mauro Betti, autor de *A janela de vidro: Esporte, televisão e educação física*, é justamente este recorte feito pelas câmeras das emissoras de televisão que possibilita a comercialização:

> A transmissão televisiva propõe uma nova visão do evento esportivo: a repetição obsessiva dos lances mais violentos ou espetaculares, o fanatismo da torcida, a euforia da vitória, etc. Isso facilita muito a comercialização do esporte, pois permite a ênfase em tudo o que mais interessa aos investidores, e produz uma visão artificial do esporte, em combinação com uma linguagem "guerreira", amplificando o falso drama que se vive no campo e nas quadras (BETTI, 1997)[5]

Bourdieu explicita também a forma como o sucesso televisual e consequente retorno econômico influenciam as escolhas realizadas na competição esportiva:

> As pressões da difusão televisiva afetam também cada vez mais a escolha dos esportes olímpicos, dos lugares e dos momentos que lhe são concedidos, e o próprio transcurso das provas e das cerimônias. É assim que, nos Jogos de Seul, os horários das finais-chave do atletismo foram fixados (ao fim de negociações sancionadas por formidáveis condições financeiras) de maneira que essas provas fossem colocadas no horário de audiência máxima de começo de noite nos Estados Unidos. (BOURDIEU, 1997: 125)

Sérgio Mendonça, no artigo *Comunicação e entretenimento: mídia e esporte na vida cotidiana*, apresenta um contraponto interessante quando se fala da espetacularização do esporte:

> A indústria do entretenimento, complexa em sua plenitude, é acusada de ser a responsável pela dessacralização da atividade esportiva, muito embora, em boa medida, ela seja responsável pelo desenvolvimento das competições profissionais e até

---

[5] BETTI, Mauro; *A janela de vidro: Esporte, televisão e educação física*. Disponível em: http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/diaadia/diadia/arquivos/File/conteudo/artigos_teses/EDUCACAO_FISICA/teses/Betti_Tese.pdf Acessado em: 23/10/2010

> mesmo pela sobrevivência de algumas modalidades no mundo globalizado. (MENDONÇA, 2007)[6]

David Rowe, professor da Universidade de Sydney, também reforça a ideia de que o esporte é, de certa forma, sustentado pela mídia:

> Se é aceito que os meios de comunicação de massa e o esporte não podem mais ser vistos como entidades socioculturais separadas, também pode ser sugerido que a mídia tem reformulado o esporte no âmbito de que eles têm inadvertidamente solapado sua integridade econômica, cultural e social (ROWE, 2000: 347)

É claro que não existem somente duas abordagens em relação ao esporte, jornalismo ou entretenimento, nem estas caminham sempre separadas. Muitas vezes o esporte é um pouco das duas formas, como uma mistura de informação e espetáculo. Paulo Cesar Vasconcellos, Chefe de Redação do SporTV, acredita que durante as transmissões esportivas, que não deixam de ser entretenimento, também se faz jornalismo:

> No evento também faz-se jornalismo. O evento trabalha com informação. No intervalo de um jogo, seja ele de basquete, vôlei ou futebol, você dá a informação, faz uma espécie de jornal do intervalo. Então, o jornalismo está presente o tempo inteiro, e o tratamento dado ao evento é cada vez mais jornalístico, sem descaracterizá-lo, sem deixar de entender que é um entretenimento, que as pessoas também assistem para se relaxar e descontrair, mas também porque querem ser informadas. (VASCONCELLOS, 2010)[7]

Para Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa, autora do artigo *Cobertura esportiva na televisão: critérios de noticiabilidade na interface entre Jornalismo e Entretenimento*, a cobertura esportiva segue critérios jornalísticos, mas em uma busca para sair do lugar-comum:

---

[6] MENDONÇA, Sérgio; *Comunicação e entretenimento: mídia e esporte na vida cotidiana.* Disponível em: http://www.adtevento.com.br/intercom/2007/resumos/R1548-1.pdf Acessado em: 24/09/2010

[7] Em entrevista dada ao autor na redação do canal SporTV

> Embora o novo modelo editorial que rege o noticiário esportivo seja algo próximo do que comumente é identificado com o entretenimento, a informação é, na maioria das vezes, selecionada de acordo com as regras jornalísticas. O que se faz com o material selecionado é adequá-lo às exigências de uma grade de programação que valoriza a fuga do tédio como marca identitária. (SOUSA, 2005)[8]

A autora afirma ainda que o jornalismo esportivo na televisão não segue o Jornalismo tradicional, por utilizar-se de marcas identitárias muito enraizadas no entretenimento, porém sem deixar de ser Jornalismo. É uma complementação entre o que é conhecido como "valor jornalístico" e estratégias de mobilização da indústria do entretenimento.

3.2 – SporTV x ESPN Brasil: uma análise

As *assinaturas*[9] dos canais nos servem de referência para que se possa perceber as maneiras pelas quais se moldam as respectivas linhas editoriais. Por elas pode se entender um pouco das diferentes "propostas". Sendo assim, "SporTV – O canal campeão" e "ESPN Brasil – Informação é o nosso esporte" servem de reflexão.

O SporTV, como referido em sua assinatura, teve durante sua história, o foco mais voltado para o entretenimento e o esporte pelo viés da competição. O canal se posiciona como o espaço onde se pode assistir a todo o tipo de atividade esportiva. Esta visão talvez esteja intimamente ligada com o fato de a empresa possuir direitos exclusivos de transmissão de diversas competições e investir de forma contundente nos eventos esportivos.

O canal tem os direitos de transmissão das principais competições de futebol realizadas no Brasil, como a Copa do Brasil, o Campeonato Brasileiro (Séries A e B), além dos maiores torneios da América do Sul, como a Taça Libertadores da América e a Copa Sulamericana. Ainda no futebol, o SporTV transmite os principais campeonatos estaduais e

---

[8] SOUSA, Li-Chang; *Cobertura esportiva na televisão: critérios de noticiabilidade na interface entre Jornalismo e Entretenimento.* Disponível em: http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/ind_li_chang_sousa.pdf. Acessado em: 15/09/2010

[9] A assinatura da marca é o "slogan" que acompanha a marca institucional. Ela reflete o compromisso da instituição com o consumidor.

competições das categorias de base, como o Campeonato Brasileiro Sub-23. Alguns campeonatos internacionais também são transmitidos, como o campeonato argentino, italiano, francês e português. Mas as principais competições de futebol são mesmo as nacionais.

Apesar de o futebol ser o "prato principal" quando falamos dos eventos esportivos transmitidos pelo SporTV, outros esportes também tem relevância quando pensamos na estrutura de eventos do canal. O vôlei possui forte apelo, com a transmissão da Superliga Masculina e Feminina, além do basquete masculino, cada vez mais forte com a criação recente do Novo Basquete Brasil (NBB), feito em parceria com o canal. Enfim, a empresa possui uma gama muito grande de eventos esportivos, muito maior que o seu principal concorrente, a ESPN.

O jornalismo esteve durante muito tempo em segundo plano na abordagem do canal, e a maioria das matérias abordavam os eventos da empresa, como forma de promovê-los. O que se vê recentemente é uma tentativa de explorar mais o lado "jornalístico" do esporte, inclusive nas transmissões de eventos, que exploram as notícias em seu decorrer e no intervalo de suas transmissões.

Paulo César Vasconcellos, atual Chefe de Redação do SporTV, conta como foi essa trajetória do canal, da cobertura muito intensa dos eventos esportivos para um balanceamento entre jornalismo e eventos:

> O SporTV durante um bom tempo tinha uma prioridade no evento, na transmissão do evento. Depois de um certo tempo ele começou a buscar reduzir esta diferença entre investimento no evento e investimento em jornalismo. Creio que hoje esta diferença praticamente inexiste. Nos anos 90 você olhava para a ESPN Brasil e a via como um canal de jornalismo. Olhava pro SporTV e o via como um canal de eventos. No século XXI o jornalismo do SporTV tem visibilidade, o SporTV é visto como um canal de jornalismo e tem sete programas diariamente de jornalismo, além de SporTV Repórter, Sensei, enfim, uma sequencia de programas que mostra como o jornalismo daqui é intenso. A ESPN tem sua carteira de eventos internacionais e o jornalismo dela passou também a ter um rival, que é o jornalismo do SporTV. (VASCONCELLOS, 2010)[10]

---

[10] Idem ao 7

Já a linha editorial da ESPN Brasil é mais voltada para o "hard news", isto é, o jornalismo propriamente dito, com programas informativos e abertos para discussões e debates mais profundos. Como cita a assinatura do canal, a preocupação principal é a informação. É também uma emissora que costumar ter um tom mais crítico em relação à maioria das questões que envolvem esportes e política no país. Isto é facilmente percebido pela maneira com que a empresa se posiciona diante de questões importantes do esporte, como a realização dos Jogos Olímpicos e da Copa do Mundo de futebol no Rio de Janeiro e no Brasil, respectivamente. Os jornalistas da emissora se mantiveram contra as campanhas "Rio 2016" e "Copa de 2014 no Brasil", por acreditarem que seriam eventos muito mais empreiteiros, isto é, para movimentação financeira e de obras, e que não desenvolveriam de forma adequada o esporte no país. Os profissionais do canal sempre questionaram qual seria o destino das obras após a realização destes eventos e de que forma isto iria impulsionar a prática do esporte no país, enquanto a maioria dos meios de comunicação apenas comemorou o fato da escolha do Brasil para sediar estes dois grandes eventos, sem efetivamente discutir os rumos destes eventos esportivos.

Os eventos esportivos, com seu lado competitivo, têm menor importância no tratamento dado pela emissora. O canal não possui o direito de transmissão dos principais eventos esportivos do país, como o Campeonato Brasileiro de futebol, os campeonatos estaduais, o Novo Basquete Brasil (NBB) etc. Estes são exclusivos da Rede Globo e de seus canais de televisão fechada, como SporTV e o Premiére Futebol Clube. Recentemente o canal adquiriu os direitos de transmissão da Copa do Brasil de futebol, torneio de grande importância no cenário futebolístico nacional. É o único dos grandes eventos do futebol nacional transmitido pela emissora. A empresa buscou "badalar" este evento nacional com a criação de programas, como "O Brasil da Copa do Brasil" e o desenvolvimento de aplicativos em seu *website*, como o "Guia da Copa do Brasil".

O carro-chefe da emissora nos eventos esportivos é a transmissão do futebol internacional, com a cobertura das principais ligas européias de futebol, como os campeonatos inglês, italiano, espanhol, alemão e da *UEFA Champions League*, um dos mais importantes torneios de futebol do mundo. Esta cobertura do futebol internacional segue muito na linha da análise e acompanhamento dos jogadores brasileiros nas competições internacionais.

Paulo César Vasconcellos, que trabalhou por muito tempo na ESPN Brasil, acredita que a escolha da emissora em investir no futebol internacional foi inteligente:

> Eu quando entrei na ESPN, em 1995, estreei em um jogo de Campeonato Brasileiro, que ela transmitia, fiz campeonatos estaduais e Copa do Brasil. Depois, estes eventos deixaram de ser transmitidos. José Trajano, diretor de jornalismo do canal, encontrou como alternativa investir nos campeonatos europeus. Parece, para mim, que aí você tem um exemplo de que entre ficar se lamentando porque deixa de exibir alguma coisa e buscar planos C, D ou E, a segunda opção é a melhor. (VASCONCELLOS, 2010)[11]

Outra característica que diferencia a cobertura dos canais ESPN em relação ao SporTV está nos esportes "norte-americanos", isto é, as ligas esportivas que são muito fortes nos Estados Unidos. Os canais, principalmente a ESPN, transmitem a NFL, liga de futebol americano, a NBA, famosa liga de basquete americana, a *Major League Baseball*, além das principais competições de golfe. Por serem eventos transmitidos pela ESPN, o SporTV não costuma abordar estes esportes em seus programas de jornalismo.

Apesar da diferença na linha editorial, na transmissão dos eventos esportivos e até mesmo nos investimentos, um fato que chama a atenção é a grande semelhança nas grades de programação dos canais SporTV e ESPN Brasil. Este é o tema do nosso próximo capítulo. Nele vamos analisar as programações e procurar entender os motivos de tamanha semelhança, com entrevistas com os principais profissionais da área.

---

[11] Idem ao 7

4 – A programação: SporTV x ESPN Brasil

A programação dos canais SporTV e ESPN Brasil coincide em muitos momentos. Para demonstrar tal fato, será feita uma análise da grade regular dos dois canais, isto é, sem contar com alguns eventos esportivos ao vivo, que só acontecem em determinada época do ano, ou algum programa especial, por alguma efeméride ou qualquer outro motivo. Não serão analisados os canais SporTV 2 e ESPN, que também poderiam servir ao estudo, já que também apresentam muitos pontos em comum, para não se estender muito no assunto, de forma que já fica exemplificado o objetivo do trabalho somente com a análise dos canais "principais". A análise que será feita é em cima das programações das segundas-feiras, mas observando os programas que se repetem ao longo da semana, ficando bem explícito o intuito. Será feita apenas uma pequena observação sobre a programação nos fins de semana para complementar o estudo.

Às segundas-feiras o SporTV normalmente entra com sua programação ao vivo às 9h, e segue até às 16h, praticamente direto com programas ao vivo. Neste espaço de tempo vão ao ar os programas SporTV News (Manhã), Redação SporTV, É GOL, SporTV News (Tarde) e Arena SporTV. Esta seqüência só é interrompida durante 30 minutos, quando a emissora costuma veicular reprises compactas dos principais jogos do campeonato brasileiro de futebol.

Já a ESPN Brasil, costuma começar sua programação ao vivo às 10h e segue ininterruptamente até às 14h. Nesse período são exibidos os programas Pontapé Inicial, Sportscenter (versão diurna) e Bate-Bola (1ª Edição).

O Redação SporTV e o Pontapé Inicial possuem o mesmo horário (entre 10h e 11h30) e são programas com um formato bastante parecido. O "objetivo" dos programas, se é que pode se dizer assim, é de resgatar os principais acontecimentos do esporte do dia anterior, dos que estão por vir, e debatê-los. Ambos também procuram abordar a forma como os jornais, principalmente impressos, abordaram as notícias. Os dois fazem uma espécie de *Observatório da Imprensa*[12], com um apresentador e um (Pontapé Inicial) ou dois (Redação SporTV) convidados. A grande diferença entre os dois programas está no fato que o Pontapé Inicial faz um misto de esporte e cultura, muitas vezes com artistas convidados e o Redação SporTV não

---

[12] Programa de televisão semanal, apresentado por Alberto Dines, na TV Brasil, que analisa os meios de comunicação em massa brasileiros. O *Observatório da Imprensa* analisa a forma como as notícias são veiculadas e o desempenho da mídia brasileira.

costuma sair muito de assuntos relacionados ao esporte. O Redação SporTV tem desviado um pouco o foco do esporte ao convidar profissionais de imprensa de outras editorias e exibir matérias destes. O Redação SporTV também conta com a participação ao vivo de jornalistas de outras "praças", isto é, das redações de emissoras afiliadas da Rede Globo, o que traz uma opinião diferente para o programa. Diariamente são convocados a participar do programa jornalistas de Porto Alegre, Belo Horizonte, São Paulo, Recife etc. Isso dá uma abrangência nacional ao programa, que é feito do Rio de Janeiro.

Já o Sportscenter (versão diurna) e o SporTV News (Tarde) são versões dos programas que vão ao ar no fim do dia, como um resumo de todo o noticiário esportivo. O Sportscenter (versão diurna) vai ao ar entre 11h30 e 12h30 e o SporTV News (Tarde) entre 13h e 14h. Ambos foram criados recentemente para suprir uma demanda de programas ao vivo nesta faixa de horário. Apesar da pequena diferença no horário, os formatos possuem muitos pontos em comum. São programas com muitas matérias aproveitadas do dia anterior e bastante informativos. A principal diferença está no fato de o Sportscenter (versão diurna) ser feito de uma bancada com um apresentador e um comentarista, este pontua e faz análise das matérias, e o SporTV News (Tarde) ser realizado de pé, por um casal de apresentadores. O SporTV News (Tarde) possui um tom mais descontraído, em relação à sua edição noturna; já o Sportscenter (versão diurna) mantém a "seriedade" do programa exibido no fim da noite.

Os programas Arena SporTV e Bate-Bola (1ª Edição) tem horários muito próximos. O Bate-Bola (1ª Edição) está no ar entre 12h30 e 14h, e o Arena SporTV entre 14h e 16h, logo na sequência. São programas "concorrentes" na medida em que são basicamente debates aprofundados sobre futebol. O Bate-Bola é realizado com um apresentador e dois comentaristas, todos sentados. O programa também costuma ter alguns poucos quadros que quebram a discussão sobre futebol, como as enquetes, convocando a participação dos telespectadores e o "Desafio do PVC", onde testa o conhecimento de esportes do público. O Arena SporTV costuma ter um apresentador e três comentaristas, todos também sentados. Estes programas não possuem muitas matérias e os materiais de vídeo que são veiculados costumam somente "ilustrar" as discussões acerca do futebol. Ambos também costumam ter atletas ou técnicos convidados.

Uma das maiores semelhanças das programações é na segunda-feira de noite. Os programas Bem Amigos e Linha de Passe, que vão ao ar semanalmente às segundas, possuem exatamente o mesmo horário, de 20h30 às 22h30. São os programas "Premium" das

emissoras, por contarem com os melhores profissionais do jornalismo. Ambos são no estilo "mesa-redonda", com os debates mais aprofundados sobre o esporte, principalmente o futebol. A principal diferença é que o Linha de Passe é uma discussão somente entre jornalistas. Estes são os mais "conceituados" da emissora, como João Palomino, Juca Kfouri, Paulo Vinicius Coelho, José Trajano e Márcio Guedes. Já o Bem Amigos, apresentado pela "estrela" da Rede Globo, Galvão Bueno, possui jornalistas renomados, como Renato Maurício Prado e Paulo Cesar Vasconcellos, atletas ou treinadores convidados, além de uma atração musical por programa. Se quisermos traçar uma comparação que diferencie os dois formatos, o Linha de Passe seria um programa mais sisudo, mais sério em sua abordagem. Já o Bem Amigos possui também temas relevantes e discussões aprofundadas, mas com uma feição maior de entretenimento. O programa, por exemplo, é pontuado por atrações musicais e possui alguns quadros mais descontraídos.

O fim da noite na segunda-feira segue bem parecido nos dois canais. No SporTV, na sequência do Bem Amigos vem o SporTV News, de 22h30 às 23h30. Na ESPN Brasil, após o Linha de Passe vem o Sportscenter, no mesmo horário. Se quisermos fazer um paralelo com um programa mais conhecido, os dois poderiam ser comparados ao Jornal da Globo. Um jornal "sério", ao fim do dia, com algumas matérias do próprio programa e outras que foram veiculadas durante o dia. São "resumos" do que aconteceu durante o dia, com a missão de informar os telespectadores que possam ter perdido os outros programas, por falta de tempo ou qualquer outro motivo. Novamente, as nuances são mais latentes no formato de apresentação. O SporTV News é apresentado somente por um apresentador de pé, que chama as matérias que vão ao ar, e o Sportscenter é apresentado em uma bancada, com apresentador e comentarista sentados. Outra diferença está no fato que o SporTV News tem a sua disposição às equipes que participaram das transmissões esportivas, como por exemplo os jogos do campeonato brasileiro de futebol. A participação ao vivo destas equipes, trazendo as notícias de pós-jogo e as entrevistas coletivas trazem o frescor da instantaneidade, sempre importante quando se pensa em televisão.

Por fim, nesta primeira etapa, serão analisadas as programações no fim de semana. As grades no sábado e no domingo são preenchidas com muitos eventos esportivos. O SporTV com vários esportes, como o campeonato brasileiro de futebol e a ESPN Brasil principalmente com os torneios de futebol internacional, como já descrito anteriormente neste trabalho. À noite são apresentados os telejornais SporTV News e Sporstcenter, como durante a semana.

Os programas que mais chamam atenção pela semelhança vão ao ar no domingo de noite, às 20h30. O Bate-Bola e o Troca de Passes já são parecidos até no nome. Os dois começam após o termino da rodada do fim de semana do campeonato brasileiro e são todos voltados para a discussão e exibição do que aconteceu nas partidas de futebol. Até a composição no estúdio é semelhante, sendo compostos por um apresentador e dois comentaristas. Só um detalhe os diferencia neste aspecto, o Troca de Passes atualmente é apresentado de pé e com os comentaristas sentados, enquanto no Bate-Bola todos estão sentados. Além disso, o Troca de Passes possui equipes em todos os jogos disputados, o que permite que sejam mostradas as coletivas e entrevistas do pós-jogo.

4.1 – Há uma falta de criatividade?

Após a análise feita acima, que demonstra que há muitas semelhanças entre as programações do SporTV e da ESPN Brasil, o que se busca nesta próxima etapa é descobrir as possíveis razões para tanta igualdade. Para tal, será utilizada a opinião de profissionais da área, dadas em entrevistas ao autor, e além de questionar os motivos, perguntar: há uma falta de criatividade na elaboração das grades de programação?

Carlos Alexandre Boyd, gerente de programação do SporTV, afirma que o modelo de programação foi lançado pelo SporTV e seguido pela ESPN Brasil:

> Esse modelo de grade quem lançou foi o SporTV. A ESPN tinha uma programação totalmente diferente da ESPN Brasil. Depois que nós lançamos esta programação, há uns dois anos atrás, eles resolveram replicar este modelo nos canais da ESPN. A ESPN Brasil tem os seus programas de jornalismo e reprisam na ESPN, como temos no SporTV, que reprisa no SporTV 2. Esse modelo deu certo, tanto que hoje o grande concorrente da ESPN Brasil é o SporTV 2. O SporTV 2, que no início concorria com a ESPN, já a deixou para trás e hoje concorre com a ESPN Brasil. (BOYD, 2010)

A afirmação de Carlos Boyd é importante, porém, o fato de o SporTV ter teoricamente lançado o modelo com os programas de jornalismo no canal principal e as reprises destes nos outros canais, não explica de forma satisfatória a grande semelhança entre os formatos dos programas e seus horários. Boyd vê ainda uma diferença significativa na programação dos canais:

> Existe uma grande diferença entre os canais ESPN e SporTV, que o SporTV tem um volume muito grande de eventos, o que a ESPN não tem. Então a grade da ESPN é mais fixa, os horários dos programas sofrem menos mudanças. Já no SporTV há mais mudanças, pois os eventos esportivos ditam o ritmo da grade. (BOYD, 2010)

O que fica claro na afirmação feita é que a principal diferença vista pelo Gerente de Programação do SporTV é a alteração das grades em decorrência de um evento, que atrasa por condições do clima ou uma partida de futebol que vai para a prorrogação. Isto é influenciado pelo fato dos canais SporTV possuírem mais eventos esportivos que os ESPN, como já foi exposto antes. É um ponto que foge ao questionamento deste trabalho. O fato de um canal ou outro sofrer mais mudanças na grade de programação por conta de atrasos ou problemas no evento esportivo, não anula o fato que a estrutura das grades são muito semelhantes.

Quando questionado se há alguma alternativa a ser criada, pensando no público que fica sem muitas opções diante dos principais canais de esporte que têm programações muito semelhantes, Boyd afirmou crer que é este público que determina o que é exibido:

> Toda programação é feita em cima da audiência. Pensamos no que podemos oferecer em determinado horário, qual é o perfil do público, quantos anos têm, se é homem ou mulher, idade, classe social, enfim, uma série de fatores. Não adianta querer colocar um programa jovem em horário em que o programa não é pra este público. Os programas são feitos de acordo com a necessidade do horário. As mudanças só vêm de acordo com a demanda do público para o horário. Estamos sempre atentos para criar novos programas, analisar determinadas faixas de horário. (BOYD, 2010)

Paulo Cesar Vasconcellos, chefe de redação do SporTV, também acredita que a audiência dos telespectadores influencia de forma decisiva na estruturação das grades de programação:

> No fim do dia tem os dois telejornais (Sportv News e Sportscenter), mas se observar, o fim do dia é dedicado à

> informação. É a hora que o telespectador está chegando em casa. A missão do jornal da noite é que a pessoa durma e acorde tão bem informada que ela não precise se sentir culpada por não ter tido tempo de ler jornal, por exemplo. A questão do horário não é a mais relevante, no meu modo de ver. No domingo, por exemplo, quando se tem o Troca de Passes no SporTV e o Bate-Bola na ESPN Brasil, por que se tem aquele horário? Porque simplesmente acabou a rodada do campeonato brasileiro. Se você coloca os programas às 23h você quebra isso. Essa coincidência se dá pelo fato de que são horários que preenchem a ansiedade do telespectador. (VASCONCELLOS, 2010)

Arnaldo Mexas, responsável pelo Núcleo de Esportes da TV Brasil e Editor-Executivo de Programação do SporTV, acredita que há sim uma grande semelhança, mas esta seria estimulada pela liderança do SporTV:

> As programações são muito parecidas, só não são mais parecidas porque a ESPN não tem o grande número de eventos esportivos que possui o SporTV, senão seriam praticamente iguais. Acredito que esta semelhança se deve aos estudos de audiência, que dizem o perfil de público específico para cada horário, e pelo fato de o SporTV liderar com ampla vantagem os índices de audiência em relação à ESPN. A tendência de quem está atrás, como é o caso da ESPN, é copiar o modelo. Pegar o modelo de liderança, que já tem público específico e horário e tentar fazer melhor. (MEXAS, 2010)

Apesar da grande semelhança constatada na estrutura das programações, Arnaldo Mexas acredita que ainda é possível pensar em modelos que fujam um pouco deste esquema e dêem ao telespectador mais opções:

> Acredito que podemos criar coisas novas, dando mais opções. Uma ferramenta que ainda é pouco explorada, por exemplo, é a interatividade. Apesar de quase todos os programas usarem chat e *twitter*, precisa haver programas mais interativos, com mais interferência do telespectador. Essa interatividade usada é quase de mão única, não é de mão dupla. O telespectador emite uma opinião e nós lemos. Mais interativo como digo é o público participar do programa de alguma maneira. Não sei qual seria o instrumento, a mecânica, mas estamos sempre

> pensando nisso. Gostaria de ver o público interferir na resenha, não só com a opinião, mas também alterar o roteiro do programa. (MEXAS, 2010)

4.2 – A busca incessante pela audiência

Quando buscou-se neste trabalho encontrar as explicações para os modelos semelhantes de grade de programação, inevitavelmente ouviu-se como justificativa os desejos do telespectador, quanto ao que este quer assistir em determinado horário e a fundamentação nos níveis de audiência. Mas cabe questionar se essas premissas são verdadeiras. Primeiramente há uma questão crucial: Tudo se justifica pela audiência? Quais são os problemas nesta busca incessante que se dá pelos níveis de audiência? Outra questão importante: Será que é o telespectador que quer determinados programas ou essa demanda é justamente criada pelos meios de comunicação?

É claro que a audiência é um ponto importante, devido à toda a estrutura da televisão, que é praticamente sustentada pelos anunciantes, sem os quais a televisão comercial não existiria. Ela também revela em algum nível o interesse do telespectador, mostrando que diante das muitas opções, principalmente na televisão por assinatura, ele escolhe o programa X ou Y. A partir deste ponto pode se estudar as razões para tal comportamento. Mas o que busca-se neste momento são os caminhos que os meios de comunicação percorrem para atingir determinado nível de audiência. Acredita-se ser válido refletir se este caminho é valido e questionar a importância de outros valores, como a qualidade dos programas e sua importância informativa e cultural.

Em *Sobre a Televisão*, o sociólogo francês Pierre Bourdieu, critica a busca incessante nos canais de televisão pelos maiores índices de audiência. O autor afirma que a audiência é nada mais que uma sanção do mercado, da economia, de cunho puramente comercial e problematiza este fato:

> A televisão regida pelo índice de audiência contribui para exercer sobre o consumidor supostamente livre e esclarecido as pressões do mercado, que não têm nada de expressão democrática de uma opinião coletiva esclarecida, racional, de uma razão pública, como querem fazer crer os demagogos cínicos. (BOURDIEU, 1997: 96-97)

Bourdieu toca em um ponto interessante: a liberdade das emissoras de televisão. É claro que o tema pode ser ampliado para todos os meios de comunicação de massa, que são produtos do mercado, sustentados por anunciantes e regidos pela norma do sistema capitalista. Na visão do sociólogo, os interesses comuns ficam em segundo plano, e o que se faz é refletir todos os valores construídos pelo sistema econômico.

Os canais de esporte, que são o objeto de estudo específico, podem parecer, a priori, que não se encaixam muito nessa lógica, por tratarem de um tema teoricamente mais leve, não tendo o peso que têm as editorias de política ou economia, como muitos crêem. Mas como esporte e sociedade andam de mãos dadas, os valores que influenciam nesta pressão exercida pelo mercado nas emissoras de televisão se refletem também nos canais esportivos.

Para exemplificar este fato, pode-se pensar nas transações econômicas que são realizadas na compra de direitos de transmissão um evento esportivo por uma emissora de televisão. Ao adquirir os direitos de transmissão de um campeonato de futebol, por exemplo, por mais que as cifras envolvidas sejam altíssimas e que a federação esportiva não tenha feito "favor" algum, cria-se aí um "pacto" entre determinada emissora de televisão e uma federação esportiva. Esta relação é criada pelo fato de tal emissora ter os direitos exclusivos de transmissão enquanto todas as outras ficam de fora desse grande filão de mercado. Embora os valores pudessem talvez ser menores, a federação esportiva poderia ter negociado os direitos de transmissão com outras emissoras.

A partir dessa estreita relação entre determinada emissora e tal federação cria-se um problema. Quando forem detectados problemas na administração desta federação em relação à condução do esporte no país, ou alguma fraude financeira, qual é a liberdade que a emissora "parceira" tem para abordar estes assuntos? E os interesses gerais da população quanto ao esporte e sua importância para a sociedade, que relevância é dada para estes? A problemática abordada por Bourdieu quanto aos interesses comuns da sociedade confrontando com os interesses econômicos das empresas de comunicação, tem grande impacto sobre as emissoras de televisão, independente da editoria em questão ou do tema abordado.

A guerra de audiências também afeta uma questão importante do jornalismo: o compromisso com a informação. Um exemplo que esclarece bem esta questão é o tratamento dado pela Rede Globo e seu canal da televisão fechada, o SporTV, à *UEFA Champions League*, ou Liga dos Campeões da Europa. Durante anos, a competição, que tem grande apelo

popular, no mundo inteiro e também no Brasil, devido à participação de muitos jogadores brasileiros, teve seus direitos de transmissão exclusivos pertencendo aos canais ESPN. Apesar da demanda do público em saber dos resultados e ver os gols da rodada, o que se dizia na redação do SporTV era que "não vamos badalar o evento da emissora concorrente". Ou seja, apesar do telespectador querer informações sobre a competição, por uma concorrência de audiência o canal deixava de informar e ignorava a competição, apesar de toda a sua importância. A Rede Globo também ignorava o evento, e em seu principal telejornal esportivo, o Globo Esporte, a competição não era sequer citada.

Com a aquisição recente da emissora dos direitos de transmissão da Liga dos Campeões da Europa, para a televisão de sinal aberto e via internet, o tratamento dado à competição mudou. A Rede Globo ainda utiliza pouco a competição, tendo transmitido em 2010 somente a final do evento, mas a importância dada pelo Globo Esporte, pelo seu site globoesporte.com e pelo SporTV mudou. Agora a competição parece existir para os programas de jornalismo esportivo da emissora. Se a importância dada ainda é pouca, pela pequena utilização da competição, pelo menos os principais lances e acontecimentos são vistos nos programas do SporTV e no Globo Esporte. Fica claro que a disputa pela audiência e a concorrência por direitos de transmissão de competições esportivas têm impacto sobre o que informado ao telespectador e o que não é. Os anseios do público quanto à informação parecem ficar em segundo plano, pois informá-lo pode dar maior notoriedade à uma competição que é exclusiva de outra emissora.

O escritor e jornalista espanhol Manuel Vásquez Montalbán fez importantes considerações sobre a relação entre os meios de comunicação de massa, parte da engrenagem capitalista e a tarefa de informar:

> Hoje, informar é uma complicada indústria nas mãos de complexos interesses em defensiva: econômicos, políticos, sociais, com o nexo comum da sua identificação com o sistema. (...) O resultado mais claro desta ordem de coisas é a situação indefesa do público perante a conspiração informativa e a dependência, cada vez maior, a que o sujeitam os *mass media*. (MONTALBÁN, 1972)

Cremilda Medina, no livro *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*, explica que as teorias em relação à liberdade de informação surgem juntamente com a ascensão da burguesia:

> A teorização sobre a informação jornalística tem corrido em perseguição à práxis. A corrente mais antiga, primeira interrogação teórica da fase do jornalismo junto à ascensão da burguesia, se liga às preocupações de *liberdade de informação*. Parte daí todo um caudal de reflexões que culminam no que hoje se discute como "Direito à informação". (MEDINA, 1988: 16)

A autora faz um contraponto nesta questão, explicitando que não é uma força unilateral que priva o público com relação à informação, mas que há forças contrárias neste jogo:

> Por um lado, há forças que tolhem totalmente sua responsabilidade social (como o grande investimento industrial que representa e a publicidade a que está, de certa forma, submetida); e por outro o sistema de comunicação coletiva permite uma competição de pequenos empreendimentos (como órgãos de sindicato, veículos de certos grupos profissionais e sociais) que opõem iniciativas relativamente independentes. (MEDINA, 1988: 19)

Avançando em outro ponto que é interessante para este trabalho, Cremilda Medina reflete sobre a questão da posição do telespectador em meio à guerra pelos índices de audiência:

> Mas a verdade é que os resultados davam um espelho muito pobre do que representa a mensagem em dada sociedade e em dado momento. Deparamo-nos com a questão simples, mas fundamental: que reflete, principalmente, o conteúdo das comunicações de massa? Reflete ele os traços próprios do público de massa, aquilo que os agentes de comunicação acreditam ser os traços próprios do público de massa, ou simplesmente os traços próprios dos agentes e suas intenções? (MEDINA, 1988: 25)

Theodor Adorno, sociólogo alemão pertencente à Escola de Frankfurt, que se caracterizou por uma visão apocalíptica sobre a cultura de massa, acredita que a relação entre a produção e o consumo, na indústria cultural, cria um entrave às criações autênticas: "Em todos os seus ramos fazem-se, mais ou menos segundo um plano, produtos adaptados ao consumo das massas e que em grande medida determinam esse consumo" (ADORNO E HORKHEIMER, 1969: 157 a 206). Na crítica feita pelo autor, a indústria cultural é apenas uma engrenagem a serviço do sistema, que não permite mudanças:

> A indústria cultural abusa da consideração com relação às massas para reiterar, firmar e reforçar a mentalidade destas, que toma como dada *a priori*, e imutável. É excluído tudo pelo que essa atitude poderia ser transformadora. As massas não são a medida mas a ideologia da indústria cultural, ainda que esta última não possa existir sem a elas se adaptar. (ADORNO E HORKHEIMER, 1969: 157 a 206)

A autora Cremilda Medina faz uma crítica pertinente às teorias de Adorno e dos demais críticos da Escola de Frankfurt, que são extremamente negativistas quanto ao que chamam de indústria cultural e seus efeitos sobre a sociedade. Para Medina, estes menosprezam a capacidade crítica da massa:

> Todos esses autores o vêem de "cima" e, portanto, muito próximos da integração com a cultura de elite. Do tom racionalista ao tom político, a crítica aflora um certo menosprezo pela massa, seja por ser dirigida cegamente, seja por sua ignorância ou incapacidade de ser criativa e decisória. (MEDINA, 1988: 30)

Ainda segundo Adorno, o domínio das práticas e técnicas desta engrenagem que a indústria cultural possui deixa o espectador atado, pois "para o consumidor, não há mais nada a classificar que o esquematismo da produção não tenha antecipadamente classificado" (ADORNO E HORKHEIMER, 1969: 157 a 206). Essa afirmação é importante para o

presente trabalho quando refletimos sobre a homogeneização das grades de programação, que fazem o espectador muitas vezes se ver sem saída.

Atento para a questão da pressão que faz o mercado em função dos resultados, refletida na constante busca pelos índices de audiência, Pierre Bourdieu afirma que pode ter efeitos danosos para a sociedade, devido à importância que há na veiculação de notícias: "uma parte dos efeitos maléficos nasce de efeitos estruturais que orientam a concorrência, que produz, ela própria, com que se possa lançar uma informação extremamente perigosa simplesmente para vencer uma concorrente" (BOURDIEU, 1997: 79). Bourdieu aborda neste momento outro desdobramento interessante da luta entre emissoras pelo sucesso nas pesquisas de audiência, que é a queda na qualidade da informação. O comprometimento com alguns dos ideais éticos do jornalismo como a veracidade dos fatos, o compromisso com a sociedade e a clareza nas informações entram em conflito neste momento com a necessidade da afirmação por via dos resultados. Para o sucesso e a repercussão no jornalismo é sempre preciso estar à frente, em busca dos "furos" de reportagem. A urgência e necessidade de apresentar algo novo e inusitado muitas vezes atropelam o cuidado necessário que se deve ter na veiculação de notícias.

Uma das consequências neste processo gerado pela busca incessante da audiência, na visão de Bourdieu, é a homogeneização do pensamento e da técnica, como também foi abordado por Adorno. A partir destas colocações podemos pensar que os programas televisivos que alcançam algum sucesso de audiência, sucesso este que quase sempre indica um retorno em termos financeiros, criam a tendência que a maioria das empresas concorrentes tentem copiá-lo. Sendo assim, os programas que alcançam o sucesso em relação à audiência tornam-se modelos. O que se verifica na maioria dos casos é mesmo uma homogeneização que se alastra pelas emissoras, tomando as nuances de uma ou outra linha editorial referente a cada meio de comunicação. Talvez este fato explique em parte a razão pela qual os dois canais do mesmo segmento, no nosso caso o esporte, adotem modelos tão parecidos de programação.

Neste momento parece interessante mencionar uma experiência com o jornalismo esportivo na televisão "não comercial". Para isso será analisada a forma como este se estrutura na TV Brasil.

A TV Brasil, rede de televisão pública brasileira, foi fundada em dois de dezembro de 2007. A emissora pertence à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), uma sociedade de

economia mista criada pelo governo federal brasileiro. A empresa nasceu da fusão dos patrimônios da EBC (a Radiobrás) e da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp), que coordenava a TVE Brasil. O canal público está vinculado à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

Apesar da recente mudança, o canal mantém praticamente as mesmas características e programas da antiga TVE Brasil, fundada em 1975 e vigente até dar lugar à TV Brasil. O núcleo de esportes da TV Brasil abrange dois programas semanais, que vão ao ar no domingo. O *Stadium* é gravado e aborda esportes olímpicos, paraolímpicos e projetos sociais ligados ao esporte. O programa busca história de brasileiros em esportes mais afastados da mídia, esportes que não são de alta performance. Já o *Esportvisão* é um programa ao vivo de resenha futebolística, ao estilo "mesa-redonda". Além destes programas, o núcleo de esportes alimenta os jornais locais e de rede com as matérias de esporte. Recentemente, o canal também tem transmitido eventos esportivos, como a Copa São Paulo de Futebol Junior e, no ano de 2010, as finais do Campeonato Brasileiro Série C.

O jornalismo esportivo praticado na TV Brasil é importante para este trabalho por ser uma exceção, um jornalismo "não comercial", não tão preocupado com as audiências, fora dessa grande guerra que domina a televisão em geral. Suas características interessam a este trabalho por mostrarem outra maneira de lidar com o esporte na televisão. O esporte é visto de maneira diferente do que é comumente percebido nas outras emissoras, como conta o responsável pelo Núcleo de Esportes da TV Brasil, Arnaldo Mexas:

> A cobertura esportiva da TV Brasil mostra as alternativas de prática de esporte e vê o esporte como instrumento social e econômico, promovendo o trabalho e o crescimento no meio social. A tendência da TV Brasil é também de cobrir eventos esportivos ao vivo. Eventos alternativos que sejam mais focados no esporte paraolímpico e no esporte de base. (MEXAS, 2010) [13]

Por se tratar de um canal público, e estar, de certa forma, fora da guerra de audiências e pressões dos patrocinadores, fazer jornalismo na TV Brasil torna-se uma atividade diferente, com algumas vantagens e nuances. Segundo Arnaldo Mexas, a cobertura do esporte é

---

[13] Em entrevista dada ao autor na redação do canal SporTV

semelhante à das televisões comerciais, mas difere principalmente no enfoque das reuniões de pauta:

> Da mesma maneira que uma televisão comercial, na TV Brasil também cobrimos os fatos mais importantes do esporte, principalmente para os telejornais. Não deixamos de dizer que o Brasil venceu no Mundial de Vôlei, ou está disputando a Copa do Mundo. Isto é notícia e não deixa de ser informado. Mas as reuniões de pauta têm um foco diferenciado que é descobrir histórias diferentes dentro do esporte, ou de que maneira a própria emissora pode dar visibilidade a um esporte, ajudando ele a crescer e conseguir mais apoio e estrutura. Ajudamos nesta "engrenagem" do esporte a crescer esportes que possuem pouco espaço. Eles têm pouco espaço, muitas vezes porque não dão audiência na TV comercial. Como na TV Brasil não temos a preocupação extrema com a audiência, damos este espaço. (MEXAS, 2010)[14]

Ainda segundo Arnaldo Mexas, apesar da menor importância dada à audiência, a emissora quer ser assistida, mas sem ir pelos mesmos caminhos da televisão comercial. Para ele o objetivo da televisão pública exibir produções que não se veiculam nas emissoras comerciais:

> A televisão pública, assim como era antes a televisão educativa, tem o objetivo de possibilitar conteúdos e produtos que nunca são veiculados na televisão comercial, como, por exemplo, um programa de música erudita ou um programa infantil com um formato diferente, sem ser um "enlatado" americano ou europeu. Esses produtos raramente darão audiência como a novela o futebol ou o vôlei, mas é uma opção que se dá ao telespectador, é quase um serviço. (MEXAS, 2010)[15]

---

[14] Idem ao 13

[15] Idem ao 13

A forma como a TV Brasil aborda o esporte contribui de maneira mais expressiva para o desenvolvimento social deste. Na televisão comercial, o esporte é visto mais como um "produto" do que uma "ferramenta". Arnaldo Mexas, que também é Editor-Executivo de Programação do SporTV, acredita que este estímulo aos esportes que estão, de certa maneira, fora das programações comerciais, pode ser mais explorado mesmo nas televisões comerciais:

> No caso específico do SporTV, acredito que o SporTV até tem um certo espaço para o esporte paraolímpico e para alguns programas que saem do eixo dos grandes centros, como o programa "Fora do Eixo", que mostra muita matéria do Norte, Nordeste e Centro-Oeste. São matérias, histórias e personagens interessantes que raramente se vê. O SporTV também transmite alguns eventos esportivos de base, importantes para mostrar a formação do esporte no país. Esses são alguns exemplos. Mais ainda é muito pouco. Não podemos só nos preocupar com a audiência, tem que haver a visão para as questões sociais, investir nisso e estudar de que forma você pode encaixar na grade de programação programas que possam ajudar nessa "engrenagem" do esporte em relação ao social. É importante para o lado institucional da empresa. (MEXAS, 2010)[16]

4.3 – Algumas alternativas

Nesta etapa do trabalho, o objetivo é mostrar alguns exemplos dentro dos canais de esporte da televisão fechada que fogem um pouco ao usual da programação. São programas com um formato diferente dos demais, assim como o seu horário, e são opções para o telespectador cansado da programação comum. Estes podem servir de exemplo na busca por algo diferente, algo que dê ao público a sensação de estar assistindo a um programa fora dos formatos já consagrados. Serão analisados os programas *É rapidinho* e *Loucos Por Futebol*, dos canais ESPN; *É Gol!!!* e *Fora do Eixo* dos canais SporTV.

O programa *É Rapidinho é* exibido na ESPN, em edição inédita nas segundas-feiras às 20h30, e as reprises são espalhadas pela programação do canal. Com duração de 30 minutos e apresentado por João Carlos Albuquerque, ele já se diferencia no aspecto visual. Uma barra

---

[16] Idem ao 13

inferior no *display* exibe um relógio e uma barra lateral à direita exibe uma lista de temas a serem discutidos. O apresentador chama o tema, resumido, por exemplo, na lista exposta como "Fórmula 1" e abre para que um dos três comentaristas sentados na bancada os comente. Quando o comentarista inicia o comentário, o relógio no *display* inferior inicia a cronometragem de 1 minuto e 30 segundos para que o comentarista faça suas considerações. Quando o cronômetro é zerado, soa um gongo, como nas lutas de boxe, e é o momento de encerrar o comentário. Assim seguem-se os temas que estão na lista, exposta na barra à direita, distribuídos para cada comentarista com os mesmos 1 minuto e 30 segundos. Ao fim de todos os assuntos é concedido o mesmo tempo para que cada um faça suas considerações finais.

O programa é interessante pela visualidade, que já informa ao telespectador quais assuntos serão discutidos, e pela dinâmica, fazendo com que em pouco tempo ele fique à par da opinião dos comentaristas do canal sobre cada assunto relevante da semana.

Loucos Por Futebol é um programa quinzenal que vai ao ar inédito nos sábados às 21h30, na ESPN Brasil. O programa possui um formato bastante diferente de qualquer outro da grade de programação dos canais de esporte. Como o próprio nome diz, é apresentado por jornalistas com grande conhecimento de futebol. São eles: Marcelo Duarte, Paulo Vinicius Coelho (PVC) e Celso Unzelte. O programa conta também com o colunista Roberto Porto. Há também um convidado por edição. O cenário é bastante interessante, todo ornamentado com peças típicas dos colecionadores apaixonados pelo futebol: mascotes, livros, flâmulas, camisas de times e etc (figura 1). Muitos livros, filmes e CDs relacionados ao esporte são sorteados para os telespectadores.

No *Loucos Por Futebol*, passado e presente se misturam de forma leve e descontraída, contando as mais inusitadas histórias e curiosidades do mundo do futebol. As mais difíceis perguntas dos telespectadores também são respondidas, como o paradeiro de algum jogador antigo ou alguma escalação de time pouco conhecido. O programa também aproveita bastante as efemérides para relembrar conquistas, derrotas, e outros fatos marcantes do esporte. As matérias sempre buscam personagens com histórias curiosas pra contar, sejam ex-jogadores, torcedores, dirigentes ou técnicos. Outra parte também interessante é quando o jornalista Paulo Vinicius Coelho escala algum time antigo, como, por exemplo, o Internacional tricampeão brasileiro de 1979, com imãs com os rostos dos jogadores, dispostos em uma geladeira, com a sua formação tática.

Figura 1

A descontração é a principal "vantagem" do *Loucos Por Futebol.* Ela é tamanha, que o jornalista Celso Unzelte sempre canta o hino de algum time pequeno, geralmente do interior de algum estado, mesmo de forma desafinada, o que dá graça ao programa. É um espaço leve e divertido, desde o cenário às matérias, o que o torna muito interessante. Em meio a muitos programas com debates exaltados e esquentados pela rivalidade dos telespectadores, muitas vezes ofensiva, que toma conta dos chats, o programa mostra a paixão pelo futebol, independente de preferências clubísticas.

O *É Gol!!!* vai ao ar de segunda à sexta, ao vivo, às 11h45, no SporTV. Apresentado por Fernanda Gentil, o programa mostra gols de todos os campeonatos de futebol pelo mundo. Apesar de parecer uma idéia sem graça, ele inova em vários aspectos. O principal é a edição dos gols e lances que são exibidos. Ao invés do formato tradicional, consagrado nos programas esportivos, de exibir os gols, com seus replays e "narrado" em *off* pelos apresentadores, como, por exemplo "Roberto cruzou para Arnaldo que chutou de primeira e marcou. Um a zero", nas edições do *É Gol!!!* busca-se o inusitado, o diferente. As edições abusam de trilhas sonoras, narrações engraçadas e brincadeiras. Os textos também são sempre divertidos e com uma linguagem jovem.

Há muitos quadros que dão um dinamismo e quebram um pouco o ritmo de só ver gols e lances dos jogos recentes. O quadro "É Gol!!! Na memória" exibe gols antigos, geralmente marcados por alguma efeméride. "No embalo da torcida" valoriza a festa e os cânticos das torcidas, principalmente dos estádios de futebol brasileiros. O programa também tem como forte característica a interatividade com o telespectador. Ele participa de forma bastante ativa do programa, seja pedindo para ver gol, enviando suas próprias narrações de gol, exibidas no quadro "Narrou É Gol!!!" ou fazendo comentários.

Fora do Eixo é um programa quinzenal, de 30 minutos exibido no SporTV e no SporTV2, que mostra personagens curiosos e histórias divertidas que os brasileiros ainda não conhecem. Criado e apresentado por Juliana Maggi, o programa é interessante por mostrar histórias do esporte que estão afastadas dos grandes centros, como Rio de Janeiro e São Paulo. O *Fora do Eixo*, como o próprio nome indica, procura personagens e esportes que estejam fora dos grandes centros. A maioria das matérias vem dos estados do Norte e Nordeste. São esportes e comunidades raramente vistos na televisão e nos principais telejornais esportivos. Por possuir matérias "atemporais", o programa é usado bastante para preencher a programação do canal, que costuma contar com eventuais "buracos" por conta do grande número de eventos esportivos ao vivo transmitidos, que podem ter seu tempo alterado por prorrogações ou condições climáticas.

Apesar de ser uma bela iniciativa, o ideal seria que todos os programas exibissem matérias "fora do eixo", tendo mais abrangência nacional. Na ausência de alguns estados e esportes, que deveriam estar também presentes no cotidiano dos programas, estes foram compilados em programa que possa exibi-los.

5 – Conclusão

O fato que motivou a realização deste trabalho foi a constatação de que os dois principais canais de esporte da televisão por assinatura, apesar de possuírem ampla faixa de horário (cada um possui 48 horas diárias de programação, sem contar os canais de alta definição), apresentam uma grade de programação muito semelhante, principalmente nos horários de programa ao vivo, que são os programas de maior audiência. Diante deste cenário, o que se buscou foi a opinião dos profissionais da área, que fazem com que esta engrenagem funcione.

Os questionamentos feitos neste trabalho foram de extrema importância na busca por razões e na elaboração de alternativas às programações semelhantes. A resposta "defensiva" do Gerente de Programação do SporTV, Alexandre Boyd, quando afirmou que o modelo de programação existente foi lançado pelo SporTV, mostrou muito da preocupação que se tem em estar na frente da concorrência. A consequência, em alguns aspectos danosa ao telespectador, é a cópia do modelo de sucesso.

A grande maioria das respostas recebidas na realização deste trabalho tocam em um ponto principal e indispensável para os profissionais da televisão: a audiência. Ela seria a principal responsável por existirem programações tão parecidas. Neste momento foi importante questionar o que seria esta audiência: apenas um reflexo do desempenho dos canais ou ela consegue realmente exibir os anseios do telespectador? Até que ponto esta audiência não foi "criada" pelos próprios meios de comunicação? Esta problematização feita em torno da disputa pelos índices de audiência encontrou boas respostas e reflexões nos textos teóricos, dando voz à muitas opiniões, que contribuíram de maneira decisiva para o trabalho.

Por meio da entrevista de Arnaldo Mexas, jornalista responsável pelo Núcleo de Esportes da TV Brasil, foi possível conhecer melhor uma experiência que foge à guerra de audiências que há nas televisões comerciais. O esporte na TV Brasil, contribui na utilização do esporte como instrumento social e ajuda os esportes que não conseguem muito espaço nas outras emissoras, justamente por não serem comerciais, não alavancarem grandes audiências. Como o próprio Arnaldo Mexas afirmou, ele que também trabalha como Editor-Executivo de Programação do SporTV, tem que haver uma visão para estas questões sociais, também nas televisões comerciais. É preciso ter espaço para este tipo de jornalismo, o que ainda serviria para promover o lado institucional das empresas.

As alternativas propostas por este trabalho foram feitas pensando no telespectador que fica refém de programações esportivas muito semelhantes na televisão por assinatura. Foram apresentados programas, dentro da própria televisão fechada, que de certa forma fogem ao esquematismo padrão dos seus canais. Eles possuem algo de diferente, seja na sua proposta, no formato, ou em sua edição. É claro que não devem ser pensados como modelo, senão forma-se uma cadeia de programas parecidos e a proposta acaba por se eliminar, como se houvesse um curto-circuito.

É importante mencionar a dificuldade que houve para encontrar literatura sobre jornalismo esportivo, principalmente acerca do gênero na televisão. Apesar de sua relevância, parece que ainda há poucos registros e estudos que o abordem de maneira satisfatória. Este trabalho procurou contribuir, mas é importante que mais estudos sejam realizados.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

LIVROS, ARTIGOS E MONOGRAFIAS:

BETTI, Mauro; *A janela de vidro: Esporte, televisão e educação física.* Campinas. 1997

BOURDIEU, Pierre**.** *Sobre a Televisão, seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. *O Telejornalismo e o esporte-espetáculo*. Universidade Metodista de São Paulo: São Paulo, 1998.

COELHO, Paulo Vinicius. *Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Contexto, 2008.

GIDDENS, A. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991

HIRATA, Edson & PILATTI, Luiz Alberto; *Modernidade e indústria do entretenimento: o produto esporte moderno.* Buenos Aires. 2007.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. *A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas.* In: LIMA, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

MARIN, Elizara Carolina; *O espetáculo esportivo no contexto da mundialização do entretenimento midiático*. Campinas. 2008.

MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Summus, 1998.

MENDONÇA, Sérgio; *Comunicação e entretenimento: mídia e esporte na vida cotidiana.* Santos. 2007.

MEMÓRIA GLOBO. *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

ROUANET, P. S. Ilustração e modernidade. _____. In: *Mal-estar na modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

ROWE, David. No gain, no game? Media and Sport. In: CURRAN, James; GUREVITH, Michael (orgs.). Mass media and society. 3 ed. London: Arnold, 2000

SOUSA, Li-Chang; *Cobertura esportiva na televisão: critérios de noticiabilidade na interface entre Jornalismo e Entretenimento.*

WEBSITES:

BLOG MUNDO DAS MARCAS: http://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/05/sportv-o-canal-campeo.html

7 – ANEXOS

ANEXO – ENTREVISTA COM ALEXANDRE BOYD (GERENTE DE PROGRAMAÇÃO DO SPORTV)

As grades do SporTV e da ESPN são muito parecidas. Quando o SporTV está passando uma reprise de jogo, a ESPN também. O *Sportscenter*, o jornal da noite, é no mesmo horário do *SporTV News*. Elas giram em torno da mesma base. Existe uma razão para essa semelhança tão grande entre as grades dos canais?

Na verdade, esse modelo de grade quem lançou foi o SporTV. A ESPN tinha uma programação totalmente diferente da ESPN Brasil. Depois que a gente lançou essa programação, há uns dois anos, eles resolveram replicar esse modelo. A ESPN Brasil tem o programa de jornalismo que reprisa na ESPN. Como a gente tem no SporTV e que reprisa no SporTV2. Mas eu acho que existe uma grande diferença entre os canais ESPN e SporTV: a gente tem um volume de eventos muito grande. Coisa que eles não têm. Então a grade deles é mais fixa. Os horários dos programas sofrem menos mudanças. O SporTV2, por exemplo, tem muito tênis. A ESPN tem só os *Grand Slams*, ela não tem os *Masters Series* como a gente tem. No SporTV2 a programação é muito ao vivo: tênis, futebol, basquete, futsal, vôlei, atletismo... E o tênis consome muito tempo de programação do SporTV2. Aqui a gente faz 10,12 horas de tênis. A ESPN só faz isso nos *Grand Slams*: *US Open, Australian Open, Wimbledon e Rolland Garros*. Os eventos ditam o ritmo da grade.

No SporTV principalmente...

No SporTV 2 também por causa do tênis. No tênis tem essa questão de chove, para, volta. Você está transmitindo um jogo, aí começa a chover, para e esse jogo só volta daqui a duas horas e você tem que refazer a grade toda.

Você acredita que esse modelo lançado pelo SporTV é que influenciou mais a programação da ESPN pra ter essa semelhança?

É, com o lançamento do SporTV2, em 2004. No ínicio, era só o delay da programação do SporTV. Seis horas depois entrava a programação do SporTV no SporTV2. Não havia uma grade. Aos poucos a gente foi criando uma. Esse modelo deu certo, tanto que hoje, o grande concorrente da ESPN Brasil é o SporTV2. O SporTV2, que no início concorria com a ESPN

Internacional, já a deixou pra trás e hoje concorre com a ESPN Brasil. E o SporTV está muito na frente, uma distância muito grande mesmo, da ESPN Brasil. E esse modelo foi replicado na ESPN, acredito eu, depois que eles viram que deu certo aqui no SporTV.

Você, como gerente de programação, que pensa na estrutura da grade, o quanto essa grade é influenciada pelo marketing e pela audiência?

São várias vertentes *(que influenciam e estrutura de grade).* Uma é a audiência , outra é a qualidade de programação e o conteúdo. Você tem direito dos grandes eventos, você tem conteúdo de programação, tem conteúdo de jornalismo. A qualidade dos talentos do canal fazem a diferença também. Mas a questão da audiência é fundamental. Temos o futebol como carro-chefe, depois vôlei, futsal, basquete, tênis, atletismo, natação... Os grandes eventos ajudam a alavancar a audiência inclusive dos programas. Quando você coloca um programa junto de um evento, o programa ganha em audiência porque ele está fazendo um pré ou um pós daquele evento. É uma coisa em que um vai ajudando o outro. O evento ajuda o programa e o programa ajuda a aquecer aquele evento que vem na sequência.

E qual é a atuação do marketing? Como eles influenciam na grade?

Não tem influência nenhuma. O marketing vem pós-grade. Eles aproveitam o que está dando certo pra fazer o marketing em cima daquilo. O marketing não pede pra gente: "preciso lançar um programa tal hora, tal dia". A gente cria, a programação cria. E em cima do que é criado o marketing vem pra fazer a divulgação. Como na Copa do Mundo, por exemplo, ou de qualquer outro grande evento, ele vem em cima para referendar aquele evento, o sucesso que ele foi na programação. Eles ajudam a divulgar aquele evento, alavancar, chamar durante e no pós-evento para carimbar aquele sucesso.

Você falou em audiência e qualidade. O quanto pesa a qualidade? A gente sabe que em TV audiência é fundamental, mas o quanto entra a qualidade nessa estrutura?

Entra sempre. A qualidade começa no evento que a gente compra, na nossa equipe, de quem está no vídeo e por trás dele, na matéria que roda dentro do evento. Na hora da compra do evento, de você escolher... Você tem um leque muito grande de evento e planejamento é fundamental. Você não planeja pra daqui a um mês, dois meses. Você planeja pra daqui a três,

quatro anos. Existe um planejamento a longo prazo em cima desses grandes eventos. Você seleciona o que você quer e a partir daí vem tudo que está por trás disso: a qualidade da equipe, a qualidade do marketing, a qualidade de programar na hora certa de acordo com o público daquele horário.

O quanto e de que forma a televisão aberta influencia a programação do SporTV?

(Influencia) Muito. A TV aberta, mesmo na TV fechada, continua líder de audiência. Dentro da TV fechada, as abertas continuam liderando. Isso é um fator importante em termos de estratégia. Dependendo do que está no ar na TV aberta, você tem que ter uma estratégia diferente...

Foi o caso do *SporTV News* da tarde pra pegar o horário político?

Exatamente. O *SporTV News* da tarde foi criado por causa do horário político. Na TV aberta você não tem programação e na TV fechada você continua com a programação normal. E a TV por assinatura teve um crescimento de 50% na audiência durante o horário político.

Era esperado um crescimento tão grande assim?

Já, porque a pessoa que está em casa não tem alternativa. Esse 50% é o crescimento na TV por assinatura. Cada canal tem um crescimento X. Tem gente que cresceu 5, outros 10.

Por mais que tenha sido uma iniciativa do SporTV e a ESPN tenha ido atrás, o telespectador fica sem opção. À noite, ou é *SporTV News* ou *Sportscenter*. São sempre programas com formatos muito parecidos. Se pensa em uma saída pra isso, um diferencial que escape um pouco desse modelo de grade?

Na verdade... (pausa). Toda programação é feita em cima de pesquisas de audiência. Em cima daquele público, daquele horário, o que você pode oferecer? Quantos anos tem aquele público, é homem ou mulher? Qual a classe social? Enfim, uma série de coisas. A programação é feita em cima disso. Não adianta você colocar um programa jovem num horário que não é para aquele público. Os programas são feitos de acordo com a necessidade daquele horário. Pode haver mudança? Pode, de acordo com que o tem de demanda de público em determinada faixa horária. Se a gente perceber que existe uma percepção diferente

de público, de necessidade, de demanda por outro programa, a gente vai correr atrás. Vai tentar mudar o programa, a maneira do programa, ou criar outra coisa. A gente está sempre atento pra criar novos programas, ver determinadas faixas. Foi criado o *É Gol!* para o horário de meio-dia e está sendo bem aceito, tem tido um retorno de audiência legal. É um programa bem dinâmico e que está atraindo um público diferente pro canal, um público jovem.

O SporTV realiza muita pesquisa de audiência então...

Tem a quantitativa e a qualitativa. A gente tem a dos números e a gente tem algumas em relação ao nosso *casting*, nossos programas. Você pega as pessoas que assistem o canal e faz a pesquisa pra saber o que elas estão achando de determinados programas, eventos, narrador, apresentador...

São institutos terceirizados que fazem essas pesquisas?

Sempre. Vou pegar aqui pra você a pesquisa do *É Gol!*. A audiência dele pega um público de 4 a 34 anos que é 54% do total. O público principal do SporTV tem de 35 anos a 49 anos. Quer dizer, o *É Gol!* já pega um público mais jovem.

É um horário jovem então se pensa em uma programação para essas pessoas...

Para aquele público daquele horário. E aí você consegue atrair esse público. Não adianta, de repente, fazer um *Arena SporTV* ali meio-dia. Não é o público daquele horário. Final de tarde também não adianta fazer um programa muito denso. Então você trabalha de acordo com as pesquisas de audiência, perfil, classe social, homem, mulher, criança, jovem...

ANEXO – ENTREVISTA COM PAULO CESAR VASCONCELLOS (CHEFE DE REDAÇÃO DO SPORTV)

Você, que trabalhou durante bom tempo na ESPN Brasil, poderia contar como é trabalhar sem os principais eventos do ano, como o campeonato brasileiro de futebol, o Novo Basquete Brasil etc? Quais são as principais dificuldades?

Trabalhar na ESPN Brasil, por ela não ter a carteira de eventos que tem o SporTV, é você ser muito mais focado para área do jornalismo. Mas ao mesmo tempo, isto já está comprovado, a TV por assinatura não pode viver apenas de jornalismo, como não pode ser apenas um canal de eventos. Se você observar, eu quando entrei na ESPN, em 1995, estreei em um jogo de campeonato brasileiro, fiz campeonato estadual e Copa do Brasil. Depois estes eventos deixaram de ser transmitidos pela ESPN Brasil. Qual foi a alternativa encontrada pelo José Trajano; diretor de jornalismo? Investir nos campeonatos europeus. A ESPN então adquiriu os campeonatos italiano, espanhol, inglês e alemão. Ou seja, ela percebeu que não teria condições de transmitir as competições de futebol disputadas no Brasil e foi para as disputadas na Europa. Quais são os maiores atrativos dos campeonatos europeus para o telespectador brasileiro? A presença do jogador brasileiro. Me parece que aí você tem um exemplo de que entre ficar se lamentando porque deixa de exibir alguma coisa e buscar planos B, C, D e E, como fez a ESPN, a segunda opção é a melhor. Ao mesmo tempo, a ESPN não pode virar as costas para o que acontece no Brasil. O jornalismo da ESPN acompanha os europeus mas ele compensa a não transmissão de campeonatos brasileiros e estaduais com um investimento na cobertura destas competições. No caso do SporTV, durante um bom tempo ele tinha a prioridade no evento, na transmissão do evento esportivo. Depois de certo tempo ele procurou reduzir essa diferença entre investimento em eventos e investimento em jornalismo. Creio que hoje essa diferença praticamente inexiste, na medida em que nós (SporTV) estamos jornalisticamente presentes em todas as grandes competições e nos grandes fatos e acontecimentos do mundo esportivo. Nos anos 1990, você olhava para a ESPN Brasil e a via como um canal de jornalismo. Olhava pro SporTV e o via como um canal de eventos. Acredito que agora no século XXI, o jornalismo do SporTV tem visibilidade, o SporTV é visto também como um canal de jornalismo. O SporTV tem três edições diárias do *SportvNews*, tem um Redação SporTV, um Tá Na Àrea, Arena SporTV, É Gol. São sete programas diariamente de jornalismo, fora SporTV Repórter, Sensei, enfim, uma sequência de

programas que mostra como o jornalismo daqui é intenso. No caso da ESPN Brasil, ela tem sua carteira de eventos internacionais e o jornalismo dela passou a ter também um rival, que é o jornalismo do SporTV.

Há realmente espaço para o jornalismo tendo que cobrir tantos eventos esportivos?

A série de programas que citei mostra que há. E fora isso, no evento também faz-se jornalismo. O evento esportivo trabalha com informação. No intervalo de um jogo, seja ele basquete, vôlei ou futebol, você dá a informação. Faz uma espécie de jornal do intervalo. Logo o jornalismo está presente o tempo inteiro. O tratamento dado ao evento também é cada vez mais jornalístico, sem descaracterizá-lo, sem deixar de entender que ele é entretenimento, que as pessoas também assistem para relaxar, pra descontrair, mas assistem também porque querem ser informadas.

O fato de ter que cobrir tantos esportes, chamar tantos eventos, cria uma dificuldade de fazer matérias mais aprofundadas, que saiam um pouco da competição?

A dificuldade só existiria se nós não tivéssemos vontade de fazer. O que temos que ter cada vez mais é uma organização interna que nos permita dar qualidade a transmissão dos eventos e mostrar qualidade no que fazemos no jornalismo, na reportagem e na grande história a ser contada no SporTV Repórter. Se não nos aprofundamos em determinados temas não foi pela robustez da nossa carteira de eventos, mas porque não soubemos nos aprofundar.

Falando da parte de programação, você vê um motivo para programações tão semelhantes entre SporTV e ESPN Brasil?

A minha visão é a seguinte: não é que se crie na mesma faixa de horário programas idênticos, mas os horários tem determinadas funções. O fim do dia é dedicado à informação. A missão do jornal da noite é fazer com que a pessoa durma e acorde tão bem informada que ela não precise se sentir culpada por não ter tido tempo de ler o jornal. O que temos que fazer cada vez mais é um jornal diferenciado. A questão do horário não é a discussão mais relevante, no meu modo de ver. O mais importante é que no dia seguinte, quando você estiver na dúvida atroz entre a rúcula e a alface, na fila do *buffet*, você pense que estava vendo o SporTVNews e ele foi muito melhor. Quer ver outro exemplo? Domingo tem *Troca de Passes* no SporTV e

na ESPN Brasil tem o *Bate-Bola*. Por que é esse horário? Porque simplesmente terminou a rodada do campeonato brasileiro. Se você colocar esses programas às 23h você quebra isso. Agora se você coloca na sequência do jogo, está muito fresco, você quer falar sobre isso. A coincidência se dá porque são horários que preenchem a ansiedade do telespectador.

Há uma falta de criatividade no jornalismo como um todo? O sucesso de Tadeu Schmidt e Thiago Leifert são exemplos disso?

Não há. O que há, na minha opinião, é espaço para os mais variados tipos de comportamento e abordagens sobre a notícia. Há telespectador para tudo. O jeito que o Tadeu (Schmidt) criou nos *offs* dos gols e a maneira como o Thiago Leifert conduz o Globo Esporte de São Paulo só reforçam a ideia de que o público só é receptivo ao que é bem feito. Eles tiveram uma boa resposta por parte do público porque eles são bons. Não há uma carência, o que há é espaço para receber este tipo de trabalho.

Você acredita que o esporte é uma das poucas áreas que permitem esses mais diversos tipos de abordagem?

A cultura também tem não é? Os cadernos de cultura tem uma possibilidade de criar discussões muito interessantes. O jornalismo esportivo dá espaço para que você seja inovador só não se pode confundir inovação com qualquer coisa que se faça.

E a união entre esporte e cultura? Você acredita que ainda falta esse casamento?

Não há muito esse casamento porque, primeiramente, o Brasil não é um país que se preocupe muito com a educação, logo essa junção é muito difícil. O que há é um cantor que gosta da bola e faz lá uma canção falando do "Mengão", do Botafogo ou do Corinthians. Mas isto não é o entrelaçamento da cultura com o esporte ou com o futebol. É uma coisa excepcional. Pra fazer esse casamento entre esporte e cultura passa pela educação, e nós não damos a ela a atenção necessária.