



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

**GLOBO ESPORTE: DO TELEJORNAL
AO PROGRAMA DE TV**

LUCAS TORRES DE OLIVEIRA AFFONSO

RIO DE JANEIRO

2015

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

**GLOBO ESPORTE: DO TELEJORNAL
AO PROGRAMA DE TV**

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

LUCAS TORRES DE OLIVEIRA AFFONSO

Orientadora: Profa. Dra. Gabriela Nóra Pacheco Latini

RIO DE JANEIRO
2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Globo Esporte: do telejornal ao programa de TV**, elaborada por Lucas Torres de Oliveira Affonso.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Gabriela Nóra Pacheco Latini

Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação – UFRJ

Departamento de Comunicação – UFRJ

Profa. Dra. Leonor Werneck dos Santos

Doutora em Letras Vernáculas pela UFRJ

Departamento de Letras Vernáculas – UFRJ

Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa

Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação – UFRJ

Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2015

FICHA CATALOGRÁFICA

AFFONSO, Lucas Torres de Oliveira.

Globo Esporte: do telejornal ao programa de TV. Rio de Janeiro, 2015.

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

Orientadora: Gabriela Nóra Pacheco Latini

AFFONSO, Lucas Torres de Oliveira. **Globo Esporte: do telejornal ao programa de TV**. Orientadora: Gabriela Nóra Pacheco Latini. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho discute as transformações no jornalismo esportivo da TV Globo, com foco no Globo Esporte, um dos programas mais longevos da televisão brasileira, no ar desde 1978. Serão abordadas as reformulações na atração que, ao longo de décadas de existência, deixou de ser um telejornal com foco voltado ao noticiário esportivo para se transformar em um programa de TV, com jornalismo e entretenimento. O trabalho trará entrevistas com os apresentadores Tiago Leifert e Alex Escobar e com ex-integrantes do programa, além de conter transcrições de materiais exibidos em diferentes épocas para destacar as mudanças no grau de formalidade e no nível de linguagem utilizado. Serão discutidos, ainda, os critérios que definem o que é ou não notícia para uma reflexão das estratégias que garantem à atração um tom híbrido de jornalismo e entretenimento.

AGRADECIMENTOS

“O que sou

Eu sou em par

Não cheguei sozinho.”

A Deus, por me ter dado saúde e força para alcançar meus objetivos.

À minha família, por todo o incentivo.

Aos meus pais, Leda e Osvaldo, por todo o esforço para que eu pudesse chegar até aqui.

Às minhas tias Marilza, Célia e Gisele, pelo apoio incondicional nos momentos difíceis.

À minha avó Glória (*in memoriam*), pela preocupação e pelo brilho no olhar a cada conquista minha.

À minha irmã, Raphaela, pela alegria e pelo companheirismo de sempre.

À minha orientadora, Gabriela Nóra, pela paciência e pelas indicações precisas.

A todos os professores da ECO, pelo conhecimento transmitido e por todas as discussões que me proporcionaram o amadurecimento nesses quatro anos.

Em especial, à professora Leonor Werneck, pelo grande estímulo à pesquisa que motivou este trabalho.

A todos os meus amigos da ECO - os quais não ousou nomear para não cometer injustiças –, com quem dividi momentos inesquecíveis nesta caminhada.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	1
2. FUTEBOL: O SURGIMENTO DE UMA PAIXÃO NACIONAL	7
2.1. A chegada do futebol ao Brasil	7
2.2. A resistência da imprensa ao futebol	9
2.3. As tensões na profissionalização do futebol: a valorização das elites e o banimento dos negros.....	10
2.4. Crônicas esportivas: paixão estampada nos jornais	14
2.5. A emoção pelas ondas do rádio.....	16
2.6. A consolidação do futebol como esporte nacional e as relações de identidade	18
3. A TELEVISÃO E O ESPORTE	21
3.1. As primeiras transmissões.....	21
3.2. As primeiras imagens do esporte	22
3.3. Os avanços tecnológicos a favor do jornalismo e do esporte.....	24
3.4. A ditadura e o investimento na televisão	26
3.5. A estreia da TV Globo e a extensão nacional	26
3.6. A estreia do Jornal Nacional e o padrão de telejornalismo	27
3.7. A primeira Copa ao vivo e os novos programas esportivos.....	29
4. A RELAÇÃO ENTRE JORNALISMO E ENTRETENIMENTO	31
4.1. O preconceito contra o jornalismo esportivo	31
4.2. Jornalismo esportivo e critérios de noticiabilidade	33
4.3 A era do infotenimento	37

4.4 A cobertura esportiva e o futebol-espetáculo.....	41
5. GLOBO ESPORTE: DO TELEJORNAL AO PROGRAMA DE TV	46
5.1. Nascimento e consolidação do companheiro da hora do almoço	46
5.2. A reformulação de 2008: o início e o fim do Globo Esporte nacional	51
5.3. A volta das edições regionais e o estilo de Tiago Leifert	53
5.3.1. A linguagem informal e o entretenimento.....	56
5.3.2. O apresentador “desce do pedestal”	58
6. AS MUDANÇAS DE LINGUAGEM DO GLOBO ESPORTE	63
6.1. Transcrições de 1981.....	63
6.2. Transcrições de 2011.....	65
6.3. Transcrições de 2015.....	69
7. CONCLUSÃO.....	75
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho pretende propor uma reflexão preliminar sobre o jornalismo esportivo, com foco dirigido às modificações do programa Globo Esporte, da TV Globo. O objetivo é discutir as modificações no programa esportivo – que é um dos mais tradicionais da televisão brasileira, no ar desde 1978 – e a evolução da estrutura dos estúdios, nos estilos de apresentação, no nível da linguagem jornalística e nos recursos utilizados para narrar e editar as matérias. O foco das reflexões serão as edições exibidas no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Ao longo das décadas, observa-se que o programa passou profundas transformações, principalmente nas estratégias de comunicação com o público e na forma de contar a história dos jogos. Antes marcada por um afastamento e com estruturas que permitiam a classificação em semiformal, a linguagem do programa passou por transformações profundas, com estratégias de aproximação do público que serão discutidas adiante.

Tais modificações, como se pretende mostrar neste trabalho, não se deram por acaso, mas foram fruto de planejamento e só conseguiram extrapolar os pilotos de teste ao vencer resistências na emissora. Em um contexto de aceleração da produção e da veiculação de informações, por meio das redes sociais, blogs e dos novos dispositivos de distribuição multimídia acessíveis a amplos setores da população, muito se fala sobre a crise da mídia tradicional, cujos efeitos mais visíveis são a queda de venda dos jornais impressos, a diminuição de audiência dos programas de televisão, por exemplo.

Nesse sentido, discutir criticamente os conteúdos recebidos pela televisão é, também, observar as estratégias desse veículo de informação para se reinventar, isto é, manter-se atraente a um público que cada vez mais tem novas opções de se informar e se divertir por meio de novos dispositivos. Desse modo, a relevância deste trabalho está justamente na observação das reformulações como uma adaptação às preferências do público e no debate sobre como fazer jornalismo esportivo em uma era de incertezas.

As respostas do Globo Esporte a esse contexto foram estudadas, primeiramente, a partir do estudo da evolução do programa por meio de depoimentos de ex-integrantes, no portal Memória Globo, onde a emissora disponibiliza material de acervo. Além desses registros, foram realizadas pelo autor entrevistas com a jornalista Mylena Ciribelli, que foi uma das apresentadoras do programa; com o atual apresentador da

edição que vai ao ar no Rio de Janeiro, Alex Escobar; e com o editor-chefe da edição carioca, Afonso Garschagen. Foram observadas, ainda, reportagens e palestras disponíveis na Internet com o apresentador e editor-chefe do Globo Esporte de São Paulo, Tiago Leifert – este, como se mostrará, deu início a uma transformação que abriu caminho para uma nova postura do programa a partir de 2009. Esta abordagem estará disponível no quarto capítulo do trabalho.

Vale destacar que essa nova postura se verifica, primeiramente, por meio de uma reformulação no modo de apresentação. Se antes os textos eram escritos para que o apresentador lesse e anunciasse as reportagens, como predominava no telejornalismo da TV Globo, o Globo Esporte de São Paulo quebrou essa regra e passou a adotar uma linguagem baseada no improviso do apresentador, de modo a aproximá-la de uma conversa. Além disso, pretende-se investigar os motivos de o programa ter passado a investir em pautas mais ligadas ao entretenimento e em uma abordagem mais leve no tratamento do futebol.

A edição das reportagens é um dos pontos centrais dessa reformulação. Os VTs passaram a ser montados com recursos que, anteriormente, dificilmente seriam empregados. Muitas vezes, as matérias começam por fatos que aconteceram no fim do jogo e que, por terem um caráter curioso que possa ser utilizado para humor ou dramaticidade, servem de ponto de partida para o relato. A edição das reportagens também apresenta outros recursos típicos de obras ficcionais, que serão esmiuçados no trabalho. Por isso, há a intenção de discutir a proximidade das reportagens a trabalhos cinematográficos.

A preocupação, como se mostrará, vai além da estética, mas está ligada à produção de emoções em quem assiste ao programa e a uma ampliação do público para alavancar os índices de audiência. Essa estratégia está totalmente alinhada com a forma como a emissora passou a anunciar os jogos de futebol. O slogan, "Futebol na Globo. Aqui é emoção. A emoção de ver seu time campeão"¹ foi adotado em 2015 e explicita que a intenção é que percepção do esporte seja a do entretenimento.

Vale destacar que, ao tratar sobre a linha evolutiva do Globo Esporte, este trabalho não tem pretensão de valorar as reformulações e as formas de apresentação. A intenção, é, sobretudo, observá-las e compreendê-las como etapas para a chegada ao

¹ Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/novidades/esportes/noticia/2015/05/paixao-pelo-futebol-marca-inicio-do-brasileirao-na-globo-veja-campanha.html>. Acesso em: 19 de junho.

modelo atual. Além disso, entende-se que os padrões antigos poderiam atender às expectativas do público em diferentes épocas, levando-se em conta também a paulatina inovação nas tecnologias disponíveis para o programa esportivo e o ganho de espaço – e investimento – dos conteúdos esportivos na TV Globo ao longo dos anos.

Entretanto, antes de restringir a discussão ao Globo Esporte, este trabalho partirá por uma breve perspectiva histórica sobre o futebol no Brasil, desde sua chegada intermediada por imigrantes e por brasileiros que viveram na Europa e que “importaram” o esporte na volta ao país, até a ascensão do esporte como uma paixão nacional. Esse caminho começa a ser traçado no começo do século XX, a partir da adoção do futebol como atividade de lazer restrita às elites das maiores cidades brasileiras. Daí em diante, com a formação de equipes amadoras, foram criadas ligas, e começou a jornada dos praticantes para fazer com que o futebol fosse encarado como um esporte apto a se tornar notícia nos jornais impressos. No início, houve grande resistência a noticiar o futebol, que dificilmente ganhava uma pequena nota na imprensa. Citar essa realidade é importante para a reflexão sobre as proporções que o futebol tomou, ao se tornar um esporte midiático. Não por acaso, os assuntos ligados ao futebol têm predominância no Globo Esporte.

O capítulo abordará, também, a escalada de tensões na popularização do futebol – que se mantinha como atividade de distinção restrita às elites. Foram muitas as estratégias de resistência dos organizadores das primeiras ligas e dos dirigentes dos clubes para manter as classes mais baixas afastadas dos *sportmen* e dos estádios, considerados um ponto de encontro de autoridades e de famílias distintas vestidas com trajes de gala. Os negros, vistos como resquícios da escravidão, eram barrados dos campeonatos e dos clubes. Um dos mecanismos para excluí-los era a exigência de que todos os atletas soubessem ler e escrever, nas primeiras décadas do século XX. Como descreve Mario Filho, no clássico livro “O negro no futebol brasileiro”, muitos deles optavam por alisar os cabelos e se passarem por índios para que pudessem fazer parte do mundo do futebol.

Além disso, o capítulo tratará sobre a assimilação do futebol com a ideia de essência brasileira, uma habilidade nata, misturada a características de uma brasilidade cujos maiores destaques seriam o esforço, a superação – com base na crença de que os brasileiros são capazes de “dar um jeito”, com seu gingado e malandragem, mesmo sob condições adversas. Abrindo um parêntese para um caso recente, essa crença é tão forte

que “Dar um Jeito” foi o nome de uma das músicas oficiais da Copa do Mundo de 2014², apresentada no encerramento do Mundial, no Maracanã. Cantada pelo brasileiro Alexandre Pires, pelo rapper haitiano Wyclef Jean e com arranjos do mexicano Santana e do DJ sueco Avicii, a música trata sobre a capacidade de usar o futebol para driblar problemas como fome e miséria. No clipe, estrelado por crianças de favelas cariocas, a visão estereotipada é evidenciada em versos como “Você nasceu pra brilhar, está escrito em seu olhar”, e em “quando o jogo começar, ninguém vai te segurar, sua determinação é de um grande campeão”. O exemplo é apenas um dos usos da relação de identidade entre os brasileiros e o futebol.

O capítulo relembra, ainda, o papel das crônicas esportivas dos jornais impressos na construção de um imaginário carregado de romantismo sobre os atletas e suas conquistas. Nesse sentido, outro elemento apresentado como importante para a popularização do futebol foi o rádio, por meio do qual os brasileiros tomavam conhecimento do desempenho da Seleção – o que contribuiu para a criação de um apelo emocional e relações de idolatria.

A chegada da televisão ao Brasil é o assunto do segundo capítulo. Como se pretende detalhar, os conteúdos esportivos sempre tiveram destaque nos programas de TV, uma vez que o esporte, principalmente o futebol, já se transformara em uma paixão nacional quando a TV Tupi, primeira emissora a ser fundada no Brasil, entrou no ar. A partir daí, demorou quase 20 anos para que os brasileiros pudessem acompanhar, ao vivo, a primeira Copa do Mundo. O breve registro histórico se faz necessário para que se possa compreender a transformação do esporte como um espetáculo televisivo.

O primeiro e segundo capítulos têm abordagem histórica, com base, principalmente, na consulta de livros como “Os donos do espetáculo: histórias da imprensa esportiva no Brasil”, em que o jornalista André Ribeiro apresenta os resultados de sua pesquisa sobre a relação histórica entre o esporte e a mídia; na obra “O Monopólio da Fala”, em que Muniz Sodré faz uma análise das condições materiais que proporcionaram a consolidação da TV no Brasil, apresenta sua teoria sobre a influência da televisão no estabelecimento de relações sociais marcadas pela imagem e pelos discursos, e também marca a representação do futebol como prática teatralizada; além de outros autores que contribuem para a compreensão do futebol como fenômeno social.

² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zIbUGfIn0Tw>. Acesso em: 28 de junho de 2015.

O terceiro capítulo do trabalho estudará, brevemente, a editoria do jornalismo esportivo e, a partir de considerações sobre teoria e prática de Paulo Vinicius Coelho, no livro “Jornalismo Esportivo”, e de Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel, em “O Manual do Jornalismo Esportivo”. A intenção é demonstrar que a editoria de esportes, apesar de ser alvo de discursos depreciativos que colocam a produção apenas como entretenimento, deve se basear nos mesmos preceitos éticos que guiam os trabalhos jornalísticos.

Em seguida, o capítulo trará outra abordagem teórica, desta vez, sobre os critérios que norteiam a definição do que se tornará ou não notícia. Serão apresentadas as teorias do *Gatekeeper* e do *Newsmaking* a partir da revisão bibliográfica de autores como Mauro Wolf e Nelson Traquina. A partir dessas definições, serão enumerados os valores-notícia que constituem os critérios de noticiabilidade mais comumente empregados pelos jornalistas para selecionar e construir as notícias, com exemplos do esporte. O objetivo é abrir uma discussão sobre o uso de estratégias narrativas com elementos de dramatização para atrair a atenção do público para as reportagens.

Nesse ponto, o capítulo também discutirá a invasão das formas de entretenimento na notícia e na informação. A hipótese é a de que haja uma tendência a tornar as notícias mais atraentes ao público por meio de elementos que as aproximem de uma linguagem do entretenimento – não só no esporte, mas no telejornalismo, como um todo. Em um contexto de larga utilização das redes sociais, o surgimento de pautas a partir de assuntos que se tornam virais na Internet se torna uma possibilidade de aproximação e de engajamento do público. Será apresentado o conceito de “*infotainment*”, de Douglas Kellner, e a discussão se encaminhará para a possibilidade de inovar na forma de edição e no texto das reportagens.

Um dos autores que abordam o tema e que será utilizado neste trabalho é Patrick Charaudeau. De acordo com o teórico, a informação midiática se baseia em uma relação tensa, a da informação – ou seja, o compromisso em reportar os fatos do mundo – e outra ligada à necessidade de emocionar o público, para engajá-lo e manter-se à frente dos concorrentes.

Nesse sentido, o jornalismo esportivo apresenta mais proximidade com a face da emoção por lidar com um tema que desperta o lado passional de seus admiradores. Essa tarefa é ainda mais facilitada pela faceta espetacular dos eventos e das transmissões esportivas, que serão abordados ainda no terceiro capítulo. Primeiramente, serão

apresentados os conceitos de Guy Debord e de sua obra “A Sociedade do Espetáculo”, onde o autor descreve a existência de relações sociais cada vez mais intermediadas por imagens. Nessa linha, o teórico Douglas Kellner também será citado para abrir a discussão a respeito da influência das mídias e novas tecnologias na potencialização do espetáculo. Há, ainda, a conceituação do futebol como uma indústria rentável, e sua percepção pelas emissoras como um investimento em um produto, que deve ser explorado da melhor maneira para a transformação em lucro. Prova disso são os valores cada vez maiores pagos para a transmissão das Copas do Mundo – os principais eventos futebolísticos.

O quarto capítulo, conforme antecipado acima, fará um retrospecto do Globo Esporte desde o seu início, ainda nos moldes do programa extinto Copa Brasil, passando por sua linha evolutiva até ganhar seu formato atual, com a volta das edições regionais. A partir da observação das edições exibidas no Rio de Janeiro e em São Paulo, com destaque a quadros e à postura dos respectivos apresentadores, Alex Escobar e Tiago Leifert, a proposta é a de demonstrar que o Globo Esporte passou a reunir elementos que permitem classificá-lo como um programa híbrido de jornalismo e entretenimento.

Em seguida, o quinto capítulo será dedicado a uma breve discussão dos textos das reportagens exibidas no programa, em diferentes épocas. Serão feitas transcrições de trechos de dois programas do ano de 1981, quando os jornalistas Léo Batista e Fernando Vanucci se alternavam na apresentação da atração. O foco do estudo serão as cabeças – os textos elaborados para chamar as reportagens –, os textos das notas cobertas – notícias lidas pelo apresentador com imagens de ilustração – e o conteúdo de reportagens. Em seguida, o mesmo processo será repetido para observar textos da edição carioca dos anos de 2011 e 2015, além de textos do Globo Esporte de São Paulo, também de 2015.

Para a discussão, serão utilizadas reflexões de autores como Luiz Antônio Marcuschi, José Luiz Fiorin e Patrick Charaudeau. O objetivo é estudar a mudança de padrão de notas cobertas e na narrativa das reportagens do programa, com destaque para o uso deliberado de marcas de oralidade como um recurso de aproximação com o público. Além disso, considerando-se que as matérias são predominantemente narrativas, o trabalho investigará a estruturação dos textos com base em elementos ficcionais, como estratégia de ressaltar os embates entre os times nas reportagens e garantir a dramatização e o humor nas notícias.

2. FUTEBOL: O SURGIMENTO DE UMA PAIXÃO NACIONAL

Este capítulo trata sobre a história do futebol no Brasil, desde sua chegada por intermédio de imigrantes e de brasileiros vindos da Europa, passando também pela sua longa trajetória até alçar o posto de esporte mais popular do país e pela subsequente relação de identidade com o povo brasileiro. O breve registro histórico se faz necessário para se compreender como se desenvolveu a relação entre o esporte e a imprensa e por que, atualmente, o futebol é o assunto mais abordado no Globo Esporte.

Há divergências sobre como nasceu o futebol, sobre suas influências históricas e sua linha evolutiva até ganhar o formato inglês, reconhecido como precursor do esporte praticado atualmente. Pesquisas antropológicas apontam que as origens do futebol estão ligadas ao início das grandes civilizações, que já corriam atrás de bolas. O professor de História Social da USP Fabio Franzini, cujas pesquisas se dedicam aos esportes, afirma que astecas, gregos, egípcios, chineses, entre diferentes povos, relacionavam a prática do jogo de bola a atos carregados de simbolismo, em rituais, confrontos ou diversão.

As dinâmicas das práticas da Antiguidade estão relacionadas ao que Muniz Sodré denomina *jogo físico*, que se caracteriza pela espontaneidade de movimentos, pela despreocupação com relação a um fim produtivo e pela liberdade do corpo. Esses parâmetros se modificam radicalmente ao longo dos milênios até o surgimento do futebol moderno, do século XIX, que, para o autor, teve sua semente plantada na Revolução Industrial inglesa (SODRÉ, 1984). Por lá, nasceu o “futebol esporte”, com regras universais e uma estrutura de organização.

2.1. A chegada do futebol ao Brasil

Enquanto o futebol inglês teve como centros as camadas mais baixas da sociedade, como os bairros de operários, na chegada ao Brasil, o futebol tem como focos de irradiação o meio industrial, mas com ação de estrangeiros – dentro de círculos mais aristocráticos, ligados aos hábitos de lazer da colônia europeia presente no começo da formação econômica moderna do Brasil (SODRÉ, 1984). A disseminação do esporte nos primeiros anos da República fez parte do movimento modernizador da nação que, ao contrário de práticas culturais como o remo, seria capaz de se firmar e transformar a sociedade (SANTOS, 2009).

Há diversas versões sobre os primeiros passes do futebol brasileiro. Franzini afirma que a disseminação do futebol aconteceu em um momento de dinamismo da economia em diversas regiões brasileiras, que incorporavam as novidades europeias, mas, em contrapartida, tais costumes acabavam não se enraizando. Um dos pioneiros do jornalismo esportivo, Thomaz Mazzoni aponta que marinheiros britânicos teriam jogado futebol em frente à casa da Princesa Isabel, no Rio de Janeiro, em 1878. (MAZZONI apud FRANZINI, 2009, p.112). Outros personagens, ligados a colégios da elite cafeeira em São Paulo, também teriam entrado em contato com o futebol nos anos 1880 e 1890, bem como teria acontecido no Rio, por intermédio do estudante carioca recém-chegado da Suíça Oscar Cox. Ou ainda em Salvador, Recife, São Luís e Belo Horizonte já na virada do século XX.

Um dos personagens que ganhou mais fama como difusor do futebol no Brasil foi Charles Miller, um estudante que passara dez anos na Inglaterra se dedicando não só à sua formação, mas também à prática do esporte. Na sua volta a São Paulo, onde a família morava, Miller trouxe na bagagem, em 1894, duas bolas de futebol, uma bomba para enchê-las, um par de chuteiras, além de um livro de regras do *football* inglês. No entanto, não havia conhecimento amplo sobre o futebol no Brasil e nem mesmo notícias do esporte nos meios de comunicação reinantes na época. No livro “Os donos do espetáculo: histórias da imprensa esportiva do Brasil”, o jornalista André Ribeiro lembra que atividades semelhantes ao futebol já eram praticadas sem regras definidas e com restritas bolas trazidas de fora do país, mas os esportes que tinham algum destaque nos jornais não só da capital paulista, mas também no Rio de Janeiro, eram apenas críquete, turfe, remo e ciclismo (RIBEIRO, 2007).

A jornada de Miller até conseguir que o futebol ganhasse espaço na vida dos paulistanos foi longa, e começou nos treinos que ele mesmo organizava com os funcionários ingleses da empresa em que trabalhava, a São Paulo Railway, além dos empregados de estabelecimentos como o London Bank e a Companhia de Gás. A primeira movimentação no sentido de noticiar a prática do esporte foi feita pelo jornalista paulistano Celso de Araújo, que se impressionou ao ver um dos treinos, e resolveu escrever a Alcino Guanabara, outro influente jornalista carioca:

Lá pelos lados da Luz, do Bom Retiro, um grupo de ingleses, maníacos como eles só, se punham de vez em quando a dar pontapés numa coisa parecida com uma bexiga de boi, dando-lhes grande satisfação e pesar quando essa espécie de bexiga amarelada entrava

por um retângulo formado por paus (ARAÚJO apud RIBEIRO, 2007, p.20).

Cinco meses após sua chegada, Miller conseguiu organizar uma partida oficial, considerada a primeira da história no Brasil, entre São Paulo Railway Team e Gas Work Team, – apesar de não atrair a atenção de fotógrafos e jornalistas (RIBEIRO, 2007). No entanto, o futebol já passava a ser uma das atividades de lazer adotadas pelas elites paulistanas, a ponto de, seis anos depois da chegada de Miller, existirem cinco equipes organizadas. Tal expansão do futebol na cidade impulsionou o desejo pela organização de ligas com regras específicas para reunir os times, além da reserva de verbas para uma competição.

2.2. A resistência da imprensa ao futebol

A primeira liga do Brasil foi organizada por Charles Miller e alguns de seus amigos, pertencentes à elite econômica de São Paulo. Fazia parte do grupo o jornalista Mario Cardim, que trabalhava como repórter em *O Estado de S.Paulo*. Apesar da participação do integrante da imprensa, havia grande restrição às pautas relacionadas ao futebol, mesmo que, aos poucos, setores como o de imigrantes da capital paulista estivessem se encantando com o esporte. No entanto, foi com planejamento que o grupo de amigos conseguiu colocar nos jornais a Liga do Futebol Paulista, em 1901, por meio do atrativo que ajudou, nos critérios de noticiabilidade: a criação de uma competição entre equipes de Rio de Janeiro e São Paulo – ou seja, a primeira partida de futebol interestadual da história. Mesmo assim, a pauta foi desprezada em grandes jornais. O jogo só foi noticiado por conta da influência de Cardim, que se dispôs a enviar notícias da partida também aos jornais cariocas.

O primeiro jogo noticiado no Rio de Janeiro aconteceu no mesmo ano, entre as equipes cariocas Paysandu Cricket Club e Rio Cricket and Athletic Association, do qual participava Oscar Cox. O acontecimento foi publicado pelo jornal *Correio da Manhã*, na coluna batizada de *Sports*, exclusiva para as competições esportivas. O texto, com título de “Pela primeira vez, no Rio de Janeiro, uma partida de foot-ball”, demonstrou mais desapontamento com o empate em 1 a 1, do que com o número menor de torcedores no estádio em relação ao número de jogadores em campo (RIBEIRO, 2007). Duas novas partidas foram disputadas para determinar o campeão, mas ambas terminaram novamente empatadas, e não houve mais registros no jornal sobre o

desfecho. O costume de noticiar partidas de remo e turf, onde há sempre um vencedor, pode ter implicado a desistência do cronista em cobrir uma disputa com tanta “indecisão” (PEREIRA apud FRANZINI, 2009, p.116).

Em São Paulo, o futebol já conseguia algum espaço nos principais jornais a partir de 1902. Nesses primeiros estágios, os clubes ainda estavam muito longe da profissionalização. O registro das partidas nos jornais era bem diferente do modelo que ganharia popularidade nas décadas seguintes. Em vez de crônicas, descrição detalhada dos lances, linguagem hiperbólica e paixão, os relatos eram limitados a dados objetivos, como os placares, o local dos jogos e os autores dos gols (RIBEIRO, 2007, p.25). Os jornalistas recebiam informações, muitas vezes, dos membros dos clubes, sem dar nenhum destaque aos acontecimentos do jogo completo. Uma das razões para essa limitação da fase incipiente do futebol é o tamanho dos jornais da época, que tinham cerca de cinco páginas, apenas. Além disso, as colunas de diversos assuntos eram escritas pelos mesmos jornalistas, que utilizavam pseudônimos em uma era de dificuldades como a falta de energia e de estrutura nas redações.

Quanto à imprensa especializada, o jornalismo esportivo brasileiro teria nascido em 1856, com *O Atleta*, com conteúdo voltado à preparação física dos cariocas. Em 1885, surgiram o *Sport* e o *Sportsman*. Em São Paulo, foi criado em 1891 *A Platea Sportiva* e, sete anos mais tarde, o jornal *Gazeta Sportiva* e a revista *Sport*. Entretanto, todas essas publicações tinham como destaques as notícias sobre turfe, regatas e ciclismo (RIBEIRO, 2007, p.26).

2.3. As tensões na profissionalização do futebol: a valorização das elites e o banimento dos negros

Apesar do ganho de certa popularidade – em 1904, na São Paulo de 300 mil habitantes, havia cerca de 70 clubes (RIBEIRO, 2007, p.29) –, nos primeiros anos, o futebol ainda não era um esporte para as massas. Pelo contrário, a cobrança de ingressos na primeira liga organizada por Miller e seus amigos tinha como finalidade não só a garantia de renda para o campeonato e os clubes, mas também restringir os estádios à elite paulistana. Tal ideia de exclusividade e requinte era reverberada pelos jornais, que destacavam a presença de gente da alta sociedade e seus trajés elegantes, transmitindo a ideia de que o esporte só poderia ser assistido e praticado pelos mais abastados. Dos equipamentos importados aos termos incorporados da língua inglesa (como *match* e

goal, por exemplo), todos os elementos eram marcas de distinção social, e os jogos nos estádios eram oficializados como um programa das famílias da *belle époque* (FRANZINI, 2009).

Se tornar um *sportmen* resultaria em agregar bons valores que serviriam como passaporte à moderna sociedade que emergia. Neste caso, o ideal de *sportmen* esteve sempre relacionado aos filhos das famílias ricas dos centros urbanos que carregavam condições e valores, reais e simbólicos, bem definidos e, sobretudo, que convergiam para a modernidade (SANTOS, 2009, p.184).

Os jornais esportivos cariocas passavam a noticiar, em 1904, a crescente presença do público de classes mais baixas nas partidas de futebol, fenômeno ligado à fundação de clubes mais populares, como Botafogo, América e Bangu. Os jornalistas esportivos, no entanto, atuavam de dentro das redações, assim como em São Paulo, e sequer entrevistavam jogadores, nem cobriam de perto os treinos das equipes.

Assim como em São Paulo, o Rio teve a criação da Liga Metropolitana como grande destaque para a imprensa esportiva, que valorizava a presença de homens importantes da vida pública da cidade e do país nos jogos. No entanto, os jornais ignoravam a separação social imposta pelo modelo, em que aos pobres cabia apenas assistir do telhado do Estádio das Laranjeiras às partidas acompanhadas pela elite. Do outro lado, a criação de inúmeros times nos subúrbios – com negros, pobres e trabalhadores braçais – preocupava a organização elitista, que passou a proibir que as seis equipes inscritas tivessem “pessoas de cor” entre os jogadores, para evitar uma “vulgarização”. Mas o futebol de várzea estava nascendo, como um sinônimo de humildade e improviso, uma prática que se distanciava da técnica, do requinte e do cavalheirismo dos clubes da Liga (MAZZONI apud FRANZINI, 2007, p.121).

Santos destaca que o estabelecimento da República permitiu a ascensão de diversas oligarquias ao poder e ao domínio econômico, o que colocou seus hábitos culturais como referência, em um modelo que não permitia que as classes mais baixas ascendessem – principalmente para os escravos recém-libertados. O autor ressalta que o futebol modifica essa lógica, à medida que as camadas populares se inserem no universo futebolístico e iniciam, pelo esporte, a superação de muitas barreiras sociais. Houve resistência e tensões nesse movimento de ampliação do público nos estádios, até mesmo em artigos publicados em jornais, o que contrapôs os *sportmen* e seus familiares aos torcedores – estes indesejados, sem educação, e cujo banimento favoreceria os ideais de moralidade (SANTOS, 2009).

Nos primeiros anos da segunda década do século XX, a fundação de times mais populares, como Corinthians, Santos e Palestra Itália (precursor do Palmeiras), em São Paulo, e a criação do departamento de futebol do Flamengo, no Rio, traduziram a irreversível adoção do futebol como esporte nacional. Diversos enfrentamentos entre times cariocas e paulistas foram programados, e o esporte já era assunto obrigatório nos principais jornais impressos do país – inclusive com destaque nas primeiras páginas.

Notícias sobre brigas entre jogadores e também torcedores tornaram-se frequentes, principalmente pelo fato de o público muitas vezes superar a marca de 10 mil pessoas [...] A paixão desenfreada dos torcedores garantia a venda dos principais jornais do Rio e de São Paulo; tanto é verdade, que quase todos mantinham seção esportiva diária (RIBEIRO, 2007, p.45).

Enquanto isso, o futebol também era lentamente semeado pelas demais regiões brasileiras. No sul do país, o Sport Club Rio Grande foi o pioneiro ao percorrer diversas cidades apresentando o esporte e inspirando a criação de novas equipes – inclusive o Grêmio, em 1903, na capital Porto Alegre. As outras cidades também se beneficiavam pelo agitado intercâmbio entre os colonos alemães, franceses e ingleses, além da presença uruguaia, para a expansão do esporte. A cidade gaúcha de Pelotas, por exemplo, teve intensa disseminação do futebol, de modo que até hoje sua população se divide entre duas equipes locais, Pelotas e Brasil, sendo este último apontado como uma das primeiras equipes a aceitar negros em equipes de ponta (DAMO apud FRANZINI, 2009, p.125).

Entretanto, tanto no Rio quanto em São Paulo, havia a preocupação de manter o futebol como esporte restrito às elites brancas. Os organizadores das ligas também atentavam para os pagamentos feitos por empresários a jogadores, para que eles influenciassem o resultado dos jogos. Para defender o amadorismo, a Federação Metropolitana impôs regras que exigiam que os jogadores tivessem profissões dignas, soubessem ler e escrever, em nome da dita “moralidade do futebol”. Até 1917, a Federação Brasileira de Sports proibia a participação de negros em qualquer competição esportiva.

Ao mesmo tempo em que a cobertura esportiva era precária, passou a ocorrer uma crescente corrida por informações dos clubes nas redações. Para isso, as agremiações também elegiam colaboradores que defendessem seus interesses na publicação de notícias. Por outro lado, a participação da imprensa nos jogos passou a ser realidade, de forma que os clubes passaram a ser receptivos aos profissionais. Nos

jogos, por exemplo, os jornalistas ganharam um setor só para eles – um banco, à beira do gramado –, pela primeira vez, em um jogo entre Paulistano e Corinthians, em meados da segunda década (RIBEIRO, 2007, p.53).

A restrição dos campeonatos a jogadores de classes mais populares seguiu problemática nas ligas. O Vasco, em 1923, foi protagonista de uma polêmica que dividiu o futebol carioca: foi campeão estadual pela primeira vez nesse ano, com elenco integrado por negros e analfabetos. O que diferenciou o elenco do Vasco dos outros times amadores foi a habilidade e o preparo físico dos atletas, que tinham vigor suficiente para correr durante os 90 minutos, enquanto os jogadores rivais apresentavam cansaço. O jornalista Ruy Castro destaca que o time foi o primeiro a instituir treinos regulares, por conta da origem humilde dos atletas, muitas vezes sem oportunidades de trabalho e originários dos cortiços cariocas. Por não serem da elite, os jogadores recebiam salários muitas vezes pagos por comerciantes da colônia portuguesa, descumprindo o compromisso de um futebol baseado no funcionamento amador. Tal desobediência velada passou a ser chamada de “amadorismo marrom”.

O resultado desse escândalo da era do futebol amador foi a intensificação das fiscalizações, por meio da criação da Associação Metropolitana de Esportes Atléticos (Amea), composta pelos times tradicionais do Rio, exceto o Vasco. Entre as duras regras impostas pela diretoria, estavam a patrulha da vida pessoal dos atletas, que tinham que comprovar que eram empregados em outras funções e que sabiam ler e escrever. Tais medidas objetivavam o banimento dos atletas pobres e analfabetos dos holofotes do futebol carioca – o que afetava majoritariamente os negros.

No livro “O negro no futebol brasileiro”, apontado como um dos maiores clássicos sobre o esporte no Brasil, o jornalista Mario Filho descreve a trajetória de discriminação dos negros e mulatos na época, em diversos casos segregacionistas. Não restava outra saída, além de “embranquecer”. “Era bom não ter cor. Não sentir, no corpo, a marca da cor. Confundir-se com os brancos. A fuga, para o preto do futebol, parecia, irresistivelmente, a melhor decisão.” (FILHO, 1964, p.400).

A situação, por outro lado, motivava os excluídos a tentar melhorar suas condições de vida para serem aceitos. Nas décadas seguintes, o que se viu foi o papel decisivo dos negros no aprimoramento do futebol.

Apesar dos avanços populares, os grupos dirigentes também tinham seus interesses contemplados. Afinal, num primeiro momento, conseguiram manter os grandes clubes livres dos populares,

fundamentalmente negros, e num segundo momento, através daqueles que foram excluídos, obtiveram os avanços desejáveis nos times e, conseqüentemente, alcançaram as vitórias almejadas (SANTOS, 2009, p.209).

A profissionalização do futebol só ocorreu oficialmente em 1933, alvo de uma grande polêmica entre atletas e jornalistas esportivos. Houve dirigentes favoráveis, uma vez que o pagamento dos clubes era, na verdade, de gorjetas, o que permitia maior enriquecimento das agremiações (SANTOS, 2009, p.203). Por outro lado, uma frase do presidente do Flamengo e da Federação Carioca na época, Rivadávia Meyer, resume o pensamento dos dirigentes sobre a regularização dos atletas como profissionais:

Considero o jogador que se profissionalizar como o gigolô que explora a prostituta. O clube lhe dá todo o material necessário para jogar e se divertir com a pelota e ainda quer dinheiro? Isso eu não permitirei no Flamengo. O profissionalismo avilta o homem (MEYER apud RIBEIRO, 2007, p. 81).

A decisão mudaria definitivamente os rumos do futebol. O esporte profissional se transformou em uma verdadeira indústria, um espetáculo com contratos milionários propostos aos jogadores, que se tornariam referência como atletas e colocariam a prática como o sonho de profissão das crianças brasileiras. No entanto, muito além da diversão das várzeas e do descompromisso amador com os resultados, Muniz Sodré aponta que o esporte, nas atuais condições de produção material, passou a assimilar o corpo humano a uma máquina, cujos movimentos passam a ser aferidos pelas novas tecnologias. A busca por precisão, os treinos e a dissociação do futebol como atividade de lazer passaram a exigir do atleta o cumprimento de resultados pré-determinados, sob os ideais de disciplina e progresso para a superação de recordes e conquista de campeonatos (SODRÉ, 1984). Porém, a chegada a esse estágio de popularização e de obsessão profissional no Brasil ainda estava longe de se concretizar.

2.4. Crônicas esportivas: paixão estampada nos jornais

Durante as primeiras décadas do século XX, o crescimento paulatino alcançado pelo futebol provocou uma demanda cada vez maior de notícias sobre o esporte. De 1912 a 1931, o número de jornais da imprensa esportiva saltou de cinco para 58, totalizando uma alta de 1.060% (PEREIRA apud RIBEIRO, 2007). Nesse cenário, considerando também que os jornais chegavam às bancas duas vezes por semana, o jornalista Argemiro Bulcão criou o *Jornal dos Sports* – o primeiro impresso diário

dedicado somente ao esporte do Brasil, que sobreviveu até 2007. Nomes como Cásper Líbero, em São Paulo, e Assis Chateaubriand, no Rio, já se destacavam no investimento pesado no mundo impresso, com a criação de novos jornais e revistas.

Na imprensa esportiva do Rio de Janeiro, a década de 1920 foi marcada pela atuação da família Rodrigues nos jornais impressos. O advogado e jornalista pernambucano Mario Rodrigues criou, em 1925, seu próprio periódico, *A Manhã*. Em 1928, abandonou a sociedade e fundou o *A Crítica*, jornal de sucesso com cobertura classificada como sensacionalista. Na seção de esportes, Mario Filho foi apontado como o responsável por uma revolução não só no primeiro jornal do pai, mas na crônica esportiva da época, junto aos irmãos Milton e Nelson Rodrigues. Uma das inovações foi a adoção de fotografias dos atletas em ação, e não mais a foto dos atletas perfilados.

Começou “sepultando todo e qualquer formalismo de expressão”, especialmente nas entrevistas que apresentavam uma “linguagem nova, simples e vibrante, lembrando a língua até então somente falada nas ruas e nas arquibancadas dos estádios de futebol. A época dos acadêmicos estava chegando ao fim” (ANTUNES apud RIBEIRO, 2007, p.68).

O estilo de Mario Filho utilizava recursos dramáticos para descrever situações corriqueiras, o que aproximava os torcedores dos jogadores e dos clubes (RIBEIRO, 2007). O jornalista causava grande impacto em suas colunas, popularizava marcas (como a expressão Fla-Flu), e, segundo Ruy Castro “[...] tudo em que ele tocava adquiria um tom épico, nostálgico, epopeico” (CASTRO, 2012, p.69).

Após o fechamento de *A Crítica* – ocasionado pelo assassinato do irmão Roberto dentro da redação, além da morte de Mario Rodrigues e do cerco das forças revolucionárias de Getúlio Vargas –, Mario Filho integrou a equipe do *Jornal dos Sports*. Mais à frente, em 1931, tornou-se o proprietário do periódico e o transformou em palanque para defender a construção, no bairro da Tijuca, de um estádio de grandes proporções para a Copa de 1950, o Maracanã. Em oposição à ideia de levantar um estádio para ser o maior do mundo, o jornalista e político Carlos Lacerda queria o campo em Jacarepaguá, na zona oeste da cidade.

Mario Filho também trabalhou no jornal *O Globo*. O jornalista André Ribeiro afirma que Mario Filho teve atuação fundamental para as relações de idolatria entre o povo e os atletas, uma vez que “abriu espaço para a vida dos personagens que faziam o espetáculo. Jogadores passaram a ser endeusados, especialmente os negros. Nos bastidores, Mário criava uma rede de informações poderosa” (RIBEIRO, 2007, p.75).

Já seu irmão Nelson Rodrigues é lembrado como um dos cronistas mais marcantes para a história do jornalismo esportivo, pela habilidade de garantir um tom épico às descrições dos jogos. O jornalista, que perdeu 30% da visão aos 20 anos, apoiava-se no rádio para escrever suas crônicas – marcadas, portanto, por suas impressões fantasiosas do que foi a partida. Era sua imaginação que suplantara a dificuldade em enxergar o que se passava dentro de campo (GUERRA, 2000). O jornalista Paulo Vinicius Coelho afirma que as crônicas de Nelson e de Mario Filho enriqueciam as páginas dos jornais, por seu tom de romance.

Essas crônicas motivavam o torcedor a ir ao estádio para o jogo seguinte e, especialmente, a ver seu ídolo em campo. A dramaticidade servia para aumentar a idolatria em relação a este ou àquele jogador. Seres mortais alçados da noite para o dia à condição de semideuses (COELHO, 2004, p.17).

2.5. A emoção pelas ondas do rádio

Outro elemento marcante para a popularização do futebol como espetáculo das massas foi o rádio, que chegou ao Brasil ainda na década de 1920. Assim como aconteceria com a televisão, o veículo começou restrito às elites nos primeiros anos, já que o aparelho era importado. Quanto ao conteúdo das transmissões, havia apenas a apresentação de notícias com locutores auxiliados por recortes de jornal. Mais à frente, repórteres usavam telefones para relatar os placares dos jogos a alguém dos estúdios, que repassaria a informação aos locutores. A primeira partida de futebol irradiada ao vivo no rádio ocorreu em 1931, pela Rádio Educadora Paulista. Pioneiro na função de “speaker” – como eram chamados os locutores –, Nicolau Tuma narrou, direto da arquibancada, a vitória do São Paulo sobre a seleção do Paraná.

Para traduzir o jogo, ainda cheio de termos do *football* inglês, e explicar como funcionava a dinâmica de uma partida, Tuma pedia que os ouvintes imaginassem uma caixa de fósforos, na qual o time paulista jogaria de um lado e, o paranaense, do outro. Nessa época, em que não havia sequer numeração das camisas, o locutor conduzia sozinho as transmissões e reconhecia os atletas apenas pelas características físicas. Tuma ficou conhecido como o “speaker metralhadora”, por falar 200 a 300 palavras por minuto e não deixar que o silêncio ocupasse a transmissão. O grito de gol, nunca antes irradiado, começou singelo:

Eu nunca gritei aquele gol esticado, demorado. Sempre achei que o ouvinte queria saber logo quem tinha marcado, o nome do jogador, como ele estava comemorando. Durante todo o jogo, a minha única

preocupação era não parar de falar. Eu achava que se o ouvinte ficasse um segundo sequer sem ouvir nada, mudaria de estação. Então, não parava (TUMA apud RIBEIRO, 2007, p.76).

Foi das partidas narradas por Nicolau Tuma, mais adiante, já na Rádio Record, que começou a relação entre as marcas e o espetáculo futebol – parceria tão consolidada atualmente. A ausência de espaços para a publicidade nos campos fez o proprietário da rádio, Paulo Machado de Carvalho, criar um cercado de madeira para exibir as marcas dos patrocinadores, junto do marcador do placar dos jogos (RIBEIRO, 2007). Assim, as marcas que patrocinavam a empreitada da rádio permaneceriam vinculadas ao esporte, em um local estratégico, para onde os olhos dos torcedores se voltariam. Por outro lado, em 1934, devido ao sucesso das transmissões, algumas federações chegaram a proibir as rádios a relatarem as partidas, alegando que as emissoras estavam roubando público dos estádios – uma discussão que continua em voga no futebol atual. No entanto, as equipes driblavam a proibição narrando as partidas dos telhados de casas vizinhas aos campos.

O grito de gol, o momento de maior importância na transmissão esportiva atual, ganhou forma com Rebello Júnior. O narrador inovou ao lançar a tendência de um grito mais demorado, rompendo com o padrão adotado pela maior parte dos locutores dos anos 1940. Em uma era em que os próprios profissionais das rádios passaram a ser idolatrados pela emoção que transmitiam, Rebello passou a ser chamado de “o homem do gol inconfundível” (RIBEIRO, 2007, p.116).

Outros grandes nomes fizeram história na narração esportiva e contribuíram para a construção de um imaginário ligado à emoção e ao romantismo nas transmissões radiofônicas. Um deles é Ary Barroso, compositor consagrado internacionalmente que também narrava as partidas para a Rádio Tupi. Ary marcou época ao fazer do som de sua gaita, a cada vez que saía um gol, a inspiração para as futuras vinhetas que se tornariam característica intrínseca das transmissões do rádio, até os dias de hoje. Outro traço relevante para o perfil de Ary era que o locutor era visivelmente parcial, por ser um dos torcedores do Flamengo que mais exerciam pressão nas decisões internas do clube, o que também se refletia nas transmissões.

Claro que, quando era gol do Flamengo, a gaitinha tocava com muito mais paixão. [...] Ary nem tentava controlar sua parcialidade ao narrar o jogo – todo mundo sabia que ele era Flamengo. Se o adversário atacasse com perigo, ele avisava: ‘Não quero nem olhar!’ – fechava os olhos e a rádio ficava muda até o perigo passar (CASTRO, 2012, p.83).

2.6. A consolidação do futebol como esporte nacional e as relações de identidade

A unidade de representação do futebol brasileiro frente à Federação Internacional de Football Association (Fifa) nasceu em 1915, com a criação da Confederação Brasileira de Desportos (CBD), que passou a organizar uma Seleção Brasileira. O primeiro grande evento a atrair as atenções da população para a Seleção foi o Campeonato Sul-Americano de Futebol de 1919, sediado no Rio de Janeiro. O bom desempenho do time nos confrontos com os países vizinhos criou uma grande mobilização em diversas regiões. As comemorações se estenderam de norte a sul do país, relatadas em diversos telegramas que chegavam à redação do jornal carioca *Correio da Manhã* (FRANZINI, 2009, p.128).

De acordo com Franzini, a conquista do Sul-Americano despertou a crença popular de que os brasileiros eram diferenciados ao jogar futebol, e que tínhamos a “escola brasileira”, baseada no talento individual – o que o historiador Nicolau Sevceko chama de “a descoberta de uma vocação”. A crença da supremacia pela originalidade ecoou, segundo o autor, no jornal *Folha de S. Paulo*, que publicou uma matéria em que afirmava que “[...] os jogadores brasileiros evidenciaram possuir as melhores qualidades [...] que somente eles, e nenhum outro povo, reúnem todas.” (FRANZINI, 2009, p.129).

A conquista é apontada como um dos pontapés iniciais da incipiente construção de uma identidade nacional a partir do esporte – que, atualmente, ocupa de forma inquestionável o imaginário social brasileiro. Franzini destaca que a competição transformou as chuteiras em expoentes dos traços nativos e o descobrimento das habilidades individuais como “exclusivos” aos brasileiros colocavam o país acima dos demais, pelo menos dentro de campo.

Nesse sentido, as Copas do Mundo potencializaram as paixões, principalmente por intermédio do rádio. A primeira a provocar grande ufanismo foi a edição da França, em 1938, depois de fracassos sucessivos nos dois primeiros Mundiais organizados pela Fifa. Assim como atualmente, os direitos de transmissão foram cedidos com exclusividade. Eles foram adquiridos pela cadeia de emissoras Byington – das rádios cariocas Clube do Brasil e Cruzeiro do Sul; das paulistas Cosmos e Cruzeiro do Sul de São Paulo, e Rádio Clube de Santos; além da colaboração dos jornais *O Globo* e *Jornal dos Sports*, sob patrocínio do Cassino da Urca (RIBEIRO, 2007). Gagliano Neto foi o único narrador sul-americano a transmitir os jogos da Seleção Brasileira, certo de que o

investimento de 100 contos feito pela Rádio Clube do Brasil, onde era chefe de esportes, voltaria triplicado aos cofres da emissora.

As transmissões, de fato, pararam o Brasil e foram ouvidas em grandes aglomerações nas praças das principais cidades brasileiras, com a multidão orgulhosa com a terceira colocação da Seleção no campeonato. Os jogadores voltaram aclamados como heróis, principalmente o artilheiro da competição, Leônidas da Silva, apelidado de “diamante negro”, atacante que se consolidou como o grande ídolo nacional – apontado até hoje como o melhor jogador do mundo, antes da era Pelé. O bom desempenho na Copa de 1938 é apontado como ponto-chave da relação entre o povo brasileiro e o futebol. O destaque dos negros na Seleção fomentou as primeiras discussões sobre o diferencial do país em campo, em decorrência de um futebol chamado de mestiço.

Nesse sentido, o historiador Eric Hobsbawm faz uma observação valiosa sobre a unificação social a partir do futebol, exposta neste item. Para o teórico, a identidade nacional faz com que uma comunidade imaginada pareça “mais real na forma de um time de onze pessoas com nome. O indivíduo, mesmo aquele que apenas torce, torna-se o próprio símbolo de sua nação.” (HOBSBAWM apud FRANZINI, 2009, p.130). Já para Benedict Anderson, o conceito de Nação está ligado a uma comunidade imaginada, limitada e soberana, o que, em uma analogia, aplica-se também às torcidas de futebol: “A comunidade é imaginada porque nem nas menores nações seus membros conhecem seus compatriotas. Há apenas a imagem de comunhão desse conjunto na mente de cada um” (ANDERSON, 1989, p.14). Essa determinação se tornaria ainda mais verificável nas décadas seguintes, com a escalada de popularidade do esporte no país.

Em síntese, a antropóloga Simoni Lahud Guedes ressalta que o futebol, em pouco mais de um século de história, conseguiu se tornar “o maior veículo de produção da brasilidade” (GUEDES, 2009, p.454). Para a autora, a identificação com o futebol é tão acentuada que suas virtudes são relacionadas à própria sociedade. As vitórias esportivas são imediatamente incorporadas como sucesso coletivo e constroem uma autoimagem positiva do país. No entanto, somente as derrotas são carregadas de simbolismo e alvo de diversas teorias que muitas vezes ultrapassam o estádio, expandindo-se também para discussões envolvendo a cultura, a educação e as mazelas sociais. Um desses episódios, capazes de gerar crises existenciais, foi a derrota, em casa, na Copa de 1950 – agora comparada com o vexame da eliminação pela Alemanha, desta vez no Mineirão e pelo placar elástico de 7 a 1, nas semifinais da Copa de 2014.

A década de 1950 também foi marcada no Brasil pela chegada da televisão. O novo veículo demorou muitos anos para se tornar acessível a amplos setores da sociedade e para tomar do rádio o posto de meio de comunicação mais prestigiado. O início da TV influenciou ativamente a constituição de uma unidade brasileira, por meio da veiculação da realidade e de padrões culturais. O esporte ganhou nova vida, a partir das transmissões esportivas e da cobertura jornalística televisiva, como se pretende mostrar adiante.

3. A TELEVISÃO E O ESPORTE

Antes de discorrer sobre as estruturas atuais da televisão em programas esportivos e sua abrangência como uma forma de espetáculo, é necessário que se faça um breve retrospecto do desenvolvimento desse veículo de informação no Brasil. Como se pretende evidenciar a seguir, ao contrário do movimento lento e gradual de aceitação do esporte pelos jornais impressos e pelo rádio, a televisão já nasce com espaço aberto aos conteúdos esportivos, principalmente o futebol que, ao longo das décadas, tornou-se o principal alvo de programas especializados. E é a partir das imagens de conquistas históricas e da cobertura dessas atrações que o esporte se torna ainda mais popular no país.

3.1. As primeiras transmissões

A televisão chega ao país em 1950, época em que o rádio era o veículo de informação mais popular. Um aparelho televisor era considerado um requinte ao qual apenas as camadas elitizadas da sociedade tinham acesso. Cada aparelho custava quase o preço de um carro. Até então, não havia indústrias de componentes técnicos para a fabricação dos aparelhos, de modo que até mesmo as válvulas dos televisores eram importadas dos Estados Unidos (SODRÉ, 1984). No primeiro ano, existiam apenas 200 aparelhos em todo o país – pertencentes à elite econômica (MATTOS, 2002).

A primeira transmissão da televisão brasileira foi realizada pela TV Tupi, em 18 de setembro de 1950, em São Paulo – a emissora era a única existente na América do Sul. Pouco tempo antes da estreia, não havia aparelhos de TV compatíveis com a captação de imagens da Tupi, situação que fez com que o empresário Assis Chateaubriand – fundador do conglomerado dos Diários Associados – providenciasse os televisores por meio de contrabando e, em seguida, distribuísse os aparelhos em bares e lojas da cidade, para que a população acompanhasse a primeira transmissão de sua emissora (GONÇALO JÚNIOR apud MATTOS, 2002, p.80). No ano seguinte, a TV Tupi foi inaugurada também no Rio de Janeiro.

O casamento entre a inexperiência dos profissionais com o veículo que acabava de nascer e da tecnologia reduzida durante os primeiros anos da televisão brasileira resultou na produção de telejornais precários, que careciam de um nível adequado de

qualidade. Entretanto, tais falhas não repercutiam na comunidade, por conta do número quase inexpressivo de pessoas com acesso a um televisor (REZENDE, 2000).

A maioria dos profissionais que possibilitaram o advento das emissoras de televisão eram procedentes do rádio, o que tornava os programas jornalísticos identificados com o padrão radiofônico (REZENDE, 2000). E demorou para que o telejornalismo pudesse, de fato, ganhar a preferência dos que tinham à disposição rádio e televisão. A transmissão das imagens sofria um atraso de até 12 horas entre o acontecimento e a divulgação, devido ao demorado processo de montagem fílmica, limitação que fazia a televisão perder em instantaneidade, na concorrência com o rádio (REZENDE apud COUTINHO, 2014, p.100).

Quanto às estruturas, os telejornais tinham cenários semelhantes, compostos por uma cortina de fundo, uma mesa e uma cartela com o nome do patrocinador, outra característica do modelo radiofônico que predominava. “Prova disso eram os noticiários redigidos sob a forma de ‘texto telegráfico’ e apresentados com o estilo ‘forte e vibrante’ copiado da locução de rádio” (LEANDRO & COSTA apud REZENDE, 2000, p.106).

Durante toda a primeira década de funcionamento da tevê no Brasil, viu-se do ponto de vista técnico, uma experiência marcada pelo imprevisto, em um cenário de falta de recursos e também de profissionais capacitados. Além disso, a concentração de televisores nas classes mais abastadas da população ocasionou o planejamento de uma identidade elitista para os conteúdos oferecidos pelas emissoras (MATTOS, 2002; SODRÉ, 1984). A programação tinha como destaques os debates e entrevistas – ainda marcados pela linguagem radiofônica –, os programas musicais e de teleteatro – que resgatavam textos teatrais e obras de compositores clássicos –, além dos telejornais.

3.2. As primeiras imagens do esporte

Ao contrário do que ocorreu com outros meios de comunicação, a televisão já começou com disponibilidade para os conteúdos esportivos (RIBEIRO, 2007). Na TV Tupi, um dos programas já planejados desde a estreia, em 1950, era o *Video Esportivo*, apresentado por Aurélio Campos e pelo atacante Baltazar, um dos jogadores mais populares do Corinthians. Segundo Max Gehringer, em seu livro digital sobre a história dos mundiais de 1950 a 1958, Baltazar foi o primeiro jogador a aparecer na televisão. A

cobertura do programa também se estendia com filmes para o *Imagens do Dia*, o primeiro telejornal produzido na TV brasileira.

No dia seguinte à estreia do programa, foram exibidas as primeiras imagens de uma partida de futebol – lances da vitória do São Paulo sobre a Portuguesa, no Estádio do Pacaembu. Apenas um mês depois de a emissora entrar no ar, foi televisionada a primeira partida de futebol da história. As imagens do clássico entre Palmeiras e São Paulo, no Pacaembu, puderam ser vistas com atraso pelo setor ínfimo da população paulistana que usufruía de um televisor (RIBEIRO, 2007, p.135).

O período era mesmo de experimentação e de criação de um padrão para os conteúdos televisivos. Nas coberturas esportivas, a TV Paulista, criada em São Paulo, em 1952, foi pioneira em ter na equipe a função dos repórteres de campo. Silvio Luiz, que se consolidaria como um dos maiores narradores do país, foi o primeiro a assumir a função de repórter de campo, aos 17 anos (RIBEIRO, 2007).

Outra emissora relevante na história dos programas esportivos foi a TV Rio, fundada em 1955. O diretor Walter Clark conseguiu atrair talentos do rádio para o novo canal. Léo Batista, que se tornaria uma das principais estrelas do jornalismo da TV Globo, foi um desses profissionais egressos da Rádio Globo. O principal narrador da emissora de rádio na época, Luiz Mendes, também migrou para a TV Rio, onde apresentou o programa *Salve o Esporte*, a partir de 1955. No mesmo ano, o canal também tinha em um dos programas de maior sucesso, o *Noite de Gala*, um quadro só para entrevistas com personalidades do esporte.

Em São Paulo, as TVs Record e Tupi disputavam a preferência do público também por meio da programação esportiva. Em 1955, a emissora de Assis Chateaubriand inovou ao conseguir realizar a primeira transmissão intermunicipal: a partida entre Santos e Palmeiras, direto da Vila Belmiro, em Santos. Para apimentar a disputa pela primazia, a TV Tupi usou o episódio para provocar a concorrente paulistana com o slogan: “Tupi, setenta quilômetros à frente”. Mas, no ano seguinte, a TV Record de São Paulo respondeu à altura: fez uma parceria com a TV Rio e realizou uma transmissão ao vivo, para as duas cidades, do calçadão de uma praia carioca – o que gerou enorme repercussão e o slogan “Emissoras Unidas – quinhentos quilômetros à frente” (RIBEIRO, 2007).

A Copa de 1958 proporcionou alto faturamento para a imprensa esportiva. Na Suécia, o Brasil enfim conquistava seu primeiro Mundial, o que mudaria a relação entre

o torcedor e sua forma de torcer: a paixão pelas imagens dos jogos e dos atletas começava a ser realidade – pelo menos para a população que dispunha dos 344 mil televisores no ano (MATTOS, 2002). A TV Tupi comprou os direitos de exclusividade para transmitir os jogos da Copa. Na época, o máximo permitido pela tecnologia era a transmissão de um compacto de 30 minutos, com os principais lances, mesmo assim, com dias de atraso. O rádio ainda era o meio de comunicação mais poderoso do país – havia, naquele ano, 708 estações, oito emissoras de TV e 252 jornais diários (ANTUNES apud RIBEIRO, 2007, p.165).

Aproveitando-se da demanda, as TVs Tupi e Rio decidiram se empenhar para transmitir, pela primeira vez ao vivo, as partidas do Campeonato Carioca – onde 12 das 22 estrelas da Seleção jogavam. Os clubes se opuseram à ideia, já que havia o temor de que a televisão pudesse causar o esvaziamento dos estádios e diminuir a renda – receio se semelhante ao que se manifestara sobre o início das irradiações dos jogos e que segue atual. Entretanto, os interesses das emissoras se sobrepuseram às barreiras impostas por prefeitos, dirigentes e até mesmo por administradores do Maracanã (XAVIER apud RIBEIRO, 2007, p.170).

Em “O Monopólio da Fala”, Muniz Sodré sinaliza que a década de 1960 foi o momento em que a televisão ganhou vigor, ao se inserir no contexto de uma economia urbana, cuja base era o consumo de luxo para as camadas privilegiadas – concentradas, sobretudo, na região Centro-Sul do país. Se no primeiro ano de transmissões existiam apenas 200 televisores, no ano de 1960 esse índice saltou para 598 mil³. Dessa forma, instala-se no Brasil a era denominada como a da “moderna sociedade de consumo”, com os esforços estatais e da iniciativa privada em obras urbanas e de telecomunicações que possibilitariam a consolidação das bases do sistema televisivo (SODRÉ, 1984).

3.3. Os avanços tecnológicos a favor do jornalismo e do esporte

Do ponto de vista das emissoras, a década de 1960 trouxe inovações que permitiram um incremento na qualidade das transmissões, além da formação de uma linguagem televisiva. O principal avanço foi o advento do videoteipe, que permitiu que as emissoras adotassem uma programação horizontal. O recurso possibilitou a apresentação de um mesmo programa em dias diferentes na semana, o que significou a

³ Dados da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletrônicos (Abinee), contidos em Mattos, (2002, p.84).

oportunidade de criar uma grade de atrações que prendesse o telespectador em uma relação de fidelidade, diferente do modelo adotado até então com programas diferentes a cada dia.

Para a pesquisadora Iluska Coutinho, a adoção do videoteipe – com a gravação magnética de imagens e o registro eletrônico – foi essencial para a profissionalização do jornalismo. Anteriormente, a captação de imagens era feita com câmeras e filmes cinematográficos, além de haver um número limitado de equipamentos que gravassem imagem e som. Dessa forma, as imagens, muitas vezes, eram obtidas sem nenhum áudio, limitação que forçava a redução da reportagem a simples notas de locutores (COUTINHO, 2014, p.103). Além disso, os telejornais ainda não tinham uma linguagem própria, liberta do rádio, e utilizavam pouco o potencial informativo das imagens (REZENDE, 2000, p.108).

O advento do videoteipe proporcionou uma grande inovação também para os amantes do futebol. Os jogos da Copa de 1962, no Chile, passaram a ser exibidos na íntegra na televisão, por conta de um acordo entre as TVs Record e Tupi, as maiores do país. Mesmo com dois dias de atraso, o avanço encantou a população, que antes só podia assistir a alguns lances dos jogos. A narração da partida era dividida, com metade transmitida por Raul Tabajara, e o restante por Walter Abraão.

Com os avanços tecnológicos, a televisão conseguiu superar o rádio e os jornais impressos em captação de verbas publicitárias, em 1962 (RIBEIRO, 2007, p.190). O crescimento proporcionava a criação de novos programas também na área esportiva. No ano seguinte, surgiu no Rio de Janeiro a mais famosa mesa-redonda da televisão brasileira: *A Grande Resenha Facit*, primeiramente na TV Rio e, em seguida, exibida pela TV Globo. O programa era patrocinado pela empresa de máquinas para escritório Facit, com apresentação de Luiz Mendes. A atração reunia nomes consagrados da crônica esportiva, como os botafoguenses João Saldanha e Armando Nogueira, o tricolor Nelson Rodrigues, o flamenguista José Maria Scassa e o vascaíno Victorino Vieira, funcionário da Facit. As discussões acaloradas sobre as partidas se tornaram tradição das noites de domingo para os cariocas e ainda são referência para os modelos de programas de mesa-redonda.

3.4. A ditadura e o investimento na televisão

A década de 1960 ainda teve decisões políticas que representaram grande impacto para o desenvolvimento da televisão. A tomada de poder pelos militares fez da televisão um instrumento para a integração nacional por meio da cultura. Do ponto de vista tecnológico, o regime investiu na implantação de satélites e na ampliação do sistema telefônico, expandindo a transmissão de TV em boa qualidade para todo o país. No entanto, também houve o estabelecimento de uma censura ideológica que minorava a qualidade dos conteúdos televisivos e que implantou, indiretamente, uma autocensura dentro das emissoras, o que cerceava a criatividade e a informação.

Nessa época, observou-se que a programação televisiva já havia rompido com o elitismo, passando a se preocupar com o aumento da audiência. Autores como Sérgio Mattos e Muniz Sodré convergem ao apontar que o período de 1964 a 1975 é marcado pela guinada popularesca dos programas de TV. A profissionalização das emissoras passa a ser realidade, em detrimento do amadorismo dos anos 1950, com a adoção de modelos norte-americanos de administração.

A ditadura militar provocou o fechamento de diversos jornais e emissoras de rádio e TV. Apesar da repressão, na década de 1960 o jornalismo esportivo se empenhou em reportagens que denunciavam a corrupção e os esquemas ilícitos dos cartolas brasileiros. Na televisão, das mesas-redondas brotavam discussões inflamadas, com acusações a grandes figuras do futebol. No livro “Os donos do espetáculo”, o jornalista André Ribeiro lembra uma delas: no programa *A Grande Resenha Facit*, João Saldanha – que chegaria a técnico da seleção em 1969 – atacou o bicheiro Castor de Andrade, por suspeitas de subornar jogadores e contratar grupos para espancar a torcida do Botafogo. Castor de Andrade invadiu os estúdios do programa da TV Globo, que acabou saindo do ar na discussão.

[...] O jornalismo esportivo estava vivendo uma nova fase. A crise política no país, que impedia a liberdade de imprensa em diversas redações, fazia das seções esportivas de jornais, rádios e televisões um espaço aberto para desafogar a criatividade e a ousadia reprimidas em outras editorias (RIBEIRO, 2007, p.204).

3.5. A estreia da TV Globo e a extensão nacional

A década de 1960 também é marcada pela inauguração da TV Globo, em 1964. A emissora entrou no ar em 26 de abril de 1965, com o ideal de pioneirismo na

qualidade técnica da programação – potencializado por uma parceria financeira, técnica e de tecnologia com o grupo norte-americano Time-Life. O acordo foi alvo de uma CPI e, de acordo com o portal Memória Globo, o parecer foi favorável à emissora, por não haver intervenção do grupo estrangeiro na gestão da empresa⁴.

A consolidação da emissora como a mais vista pelos brasileiros se iniciou no fim dos anos sessenta. Um dos fatores que permitiram a ascensão foi a chegada da era da comunicação espacial, a partir de 1969, por meio de ligações por micro-ondas e transmissões via satélite, que possibilitaram a integração nacional e com o restante do mundo (REZENDE, 2000, p.109). Iluska Coutinho explica que o avanço permitiu que as redes de televisão passassem a ter caráter nacional, inclusive por meio da criação de emissoras afiliadas, como foi o caso da Rede Globo (COUTINHO, 2014). Além disso, a chegada da emissora à liderança esteve ligada ao investimento em uma programação voltada às classes mais populares, exibindo atrações como programas de auditório, novelas e filmes importados dos Estados Unidos (SODRÉ, 1984).

3.6. A estreia do Jornal Nacional e o padrão de telejornalismo

No telejornalismo, o *Jornal Nacional* (JN), criado em setembro de 1969, é considerado o primeiro telejornal a dar o salto de qualidade técnica com a disponibilização das novas tecnologias. O JN foi o primeiro programa televisivo a ser transmitido em rede para todo o país. O jornal inovou com o formato curto e dinâmico das notícias, quebrando, assim, o padrão radiofônico ainda impregnado nos telejornais da época. A transmissão simultânea e ao vivo para Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Brasília, Curitiba e Porto Alegre tinha objetivos mercadológicos – a competição com o *Repórter Esso*, da TV Tupi – e políticos também, uma vez que objetivava que os 56 milhões de brasileiros tivessem mais em comum do que apenas o idioma (REZENDE, 2000, p.109).

Entrava no ar uma narrativa jornalística televisiva endereçada a toda a nação, era o Brasil na TV, em emissões jornalísticas. Mais que isso, instituiu o jornalismo como uma forma de unificação do país, a cada edição, e acenava com uma possibilidade de organização das emissoras de TV (COUTINHO, 2014, p.106).

No entanto, a censura ditatorial se tornou um dos maiores obstáculos no desenvolvimento televisivo. No governo Médici, além das exigências de qualidade, na

⁴ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/acusacoes-falsas/caso-time-life.htm>. Acesso em: 10 de junho de 2015.

era da tevê a cores, sob o discurso do desenvolvimento da cultura nacional, houve profundas limitações no conteúdo jornalístico das emissoras. A ordem do presidente era a de aliviar os dramas sociais vividos no Brasil, com o intuito de tranquilizar a população, o que cerceava a liberdade de imprensa. É o que confirma Armando Nogueira, diretor da Central Globo de Telejornalismo, na época: “Nossa preocupação, em matéria de telejornalismo [...] não ia além da forma, do formato, da parte visual, porque sofriamos restrições ao exercício da plena liberdade de informação.” (NOGUEIRA apud REZENDE, 2000, p.111).

A preocupação com a riqueza plástica levou ao estabelecimento de uma linguagem televisiva, consolidada como o “padrão Globo de qualidade”. Em seus pilares, estava o cuidado com a forma de apresentação das notícias, na escolha dos cenários, dos locutores e das imagens para a edição das matérias. A rigidez dos cenários, somada ao uso de videoteipes e de efeitos especiais, construía um modelo de apresentação “requintado, frio, pretensamente objetivo” (LINS DA SILVA apud REZENDE, 2000, p.115).

A tentativa de neutralidade e o formalismo eram essenciais para a conquista de credibilidade diante do público. Quanto à seleção dos locutores, Boni, diretor-geral da Globo na época, dizia ter a firme convicção de que “além da correção, da boa voz, do timbre bonito”, os telejornais da Globo se beneficiaram muito com a “presença de apresentadores que fossem competentes e de boa aparência” para atrair o público majoritariamente feminino das telenovelas (REZENDE, 2000, p.116). O maior exemplo dessas orientações é a figura de Cid Moreira, que se manteve por 27 anos na bancada do JN.

Cabelos prematuramente grisalhos, ar preocupado, voz barítono a baixo conforme as necessidades, a presença diária de Cid é um exemplo raro de neutralidade no sentido de constância, homogeneidade e monotonia (i.e, um único tom, sempre o mesmo) que ele ‘imprime’ a qualquer notícia, ressaltando o tom pela rigidez de postura à leitura, olhos postos no miolo da lente da câmera, ou seja, no telespectador em casa (GLEISER apud REZENDE, p.114).

Suas características serviam de modelo para a apresentação durante longas décadas, mas atualmente são impensáveis para a televisão, que hoje vem progressivamente se apoiando na informalidade, para naturalizar e aproximar a interação com os conteúdos apresentados – é o caso do Globo Esporte, como se pretende detalhar mais adiante.

3.7. A primeira Copa ao vivo e os novos programas esportivos

No futebol, a Copa de 1970 foi a primeira com transmissão ao vivo pela televisão. Os direitos, no entanto, não foram vendidos com exclusividade, o que possibilitou a formação de um *pool* de emissoras de rádio e televisão. A notícia da exibição ao vivo do México, algo inédito até então, provocou um grande movimento nas lojas de eletrodomésticos com a procura dos televisores. A audiência teve números exorbitantes na TV Globo, maiores até mesmo do que os índices da cobertura da chegada do homem à Lua, no ano anterior⁵. O ano marcou também o início dos testes para a transmissão em cores.

Na TV Globo, os programas esportivos passaram a ganhar mais espaço durante a década de 1970. Até então, o cenário era de precariedade nas reportagens esportivas, e os programas de esporte não tinham estruturas próprias, por não ser uma prioridade, fato confirmado pelo portal Memória Globo.⁶ Em 1973, foi criado o *Esporte Espetacular*, que tinha como objetivo “abrir espaço na televisão para as diversas modalidades esportivas, em uma época em que o futebol predominava nos noticiários.”⁷ No início, a atração comprava eventos esportivos do programa *Wide World of Sports*, da rede norte-americana ABC, e os retransmitia, mesmo que as modalidades não fossem populares no Brasil. Ao longo dos anos, várias reformulações, como a de 1976, colocaram transmissões ao vivo de esportes com maior popularidade no país como remo, vôlei, basquete, ciclismo e atletismo.

No mesmo ano da estreia do *Esporte Espetacular*, foi criado o quadro Gols do Fantástico, que, com Léo Batista na apresentação, trazia dentro da atração dominical os gols das partidas do fim de semana. No bloco de esportes do programa, uma zebra apresentava o resultado das loterias esportivas – como uma referência aos resultados inesperados nas partidas de futebol⁸. Em 1977, estreou o programa Copa Brasil, que serviria de piloto para a criação do Globo Esporte, em 1978.

Antes de uma discussão sobre o programa, o próximo capítulo fará uma reflexão sobre o jornalismo esportivo e questionará a existência de limites em relação ao

⁵ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/esporte/eventos-e-coberturas/copa-do-mundo-do-mexico-1970/transmissao-e-cobertura.html>. Acesso em: 10 de março de 2015.

⁶ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/esporte/programas-esportivos/esporte-espetacular/evolucao.htm>. Acesso em: 22 abril de 2015.

⁷ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/esporte/programas-esportivos/esporte-espetacular/formato.htm>. Acesso em: 22 abril de 2015.

⁸ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/programas-jornalisticos/fantastico/os-gols-do-fantastico.htm>. Acesso em: 22 abril de 2015.

entretenimento e sua relação com o esporte-espetáculo – condição possibilitada, principalmente, pelas transmissões televisivas, como se destacou neste capítulo. A intenção é que o debate sobre esses temas passe por questões centrais para o entendimento das transformações no Globo Esporte, que serão observadas de forma mais detalhada, quanto ao formato e ao conteúdo da atração, nos dois capítulos finais deste trabalho.

4. A RELAÇÃO ENTRE JORNALISMO E ENTRETENIMENTO

Entre as divisões das redações no jornalismo, a editoria de esporte, muitas vezes, é vista com prestígio menor em relação às demais, por, supostamente, ter maior abertura para a existência de pautas mais leves, bem-humoradas e, segundo alguns discursos depreciativos, estar mais próxima do entretenimento. No entanto, a partir da apresentação de conceitos como o do infotainment, este capítulo pretende demonstrar que, em um contexto de maior circulação das informações, em diferentes suportes, atenuam-se progressivamente as separações entre o jornalismo e o entretenimento – este pode ser classificado até mesmo como uma linguagem, presente nos conteúdos jornalísticos televisivos. Esta parte do trabalho ainda trará reflexões teóricas a respeito dos critérios utilizados pelos jornalistas para a seleção e a construção de notícias e a caracterização da cobertura esportiva – cada vez mais apoiada na riqueza e na plasticidade das imagens para emocionar o público – como uma face do espetáculo.

4.1. O preconceito contra o jornalismo esportivo

Como exposto neste trabalho, o esporte conquistou com significativa dificuldade seu espaço nos jornais impressos, desde o início do século XIX. Em seguida, foi largamente divulgado pelo rádio, ganhou protagonismo na televisão e, agora, também se insere nos portais das grandes empresas de mídia tradicional na Internet. A existência de uma demanda de conteúdos esportivos por parte do público, gerando lucros para as empresas jornalísticas, fez com que as atividades esportivas, ao se transformarem em notícia, ganhassem espaço e tempo cativos – o que também exigiu aprendizado por parte dos profissionais e dos homens de negócio.

O caráter leve, prazeroso como atividade de lazer, e a onipresença do esporte na sociedade expuseram que a editoria de jornalismo esportivo poderia ser desenvolvida com base em um tratamento diferenciado da informação – principalmente por envolver sentimentos como paixão, amor, ódio, e relações de idolatria por jogadores, times e seleções. Essa crença acabou criando uma ideia de separação entre as editorias e a colocação do jornalista esportivo em posição subestimada. A cobertura de assuntos menos complexos em comparação a economia e política, por exemplo, e o tom mais informal das reportagens transformaram-se em motivo para a discriminação do profissional pelos próprios colegas. É o que afirma o jornalista Paulo Vinícius Coelho:

Talvez não haja área do jornalismo tão sujeita a intempéries quanto à cobertura de esportes. O profissional enfrenta o preconceito dos próprios colegas, que consideram uma editoria menos importante, e também do público, que costuma tratar o comentarista ou repórter esportivo como “mero palpiteiro” (COELHO, 2004, contracapa).

No livro “O Manual do Jornalismo Esportivo”, os jornalistas Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel afirmam que o jornalismo esportivo se confunde, frequentemente, com entretenimento. Entretanto, segundo os autores, o jornalismo esportivo se enquadra como uma atividade segmentada do jornalismo, e segue seus parâmetros éticos no exercício da profissão e na seleção de informações, na apuração, na produção de pautas. Assim como nas outras editorias, os jornalistas esportivos devem ser especialistas em suas funções, com estudo das diferentes modalidades, suas influências sociais e desdobramentos para além de resultados e tabelas de campeonatos. (BARBEIRO & RANGEL, 2013).

Além disso, o jornalista esportivo não pode se limitar somente à editoria de esportes, mas também estar pronto para encarar novos desafios, escrever sobre acidentes, escândalos políticos e imprevistos que podem aparecer mesmo nas pautas esportivas. Como afirmou o jornalista Roberto Cabrini, em entrevista concedida ao autor na Conferência Global de Jornalismo Investigativo de 2013, o jornalista deve ser “um clínico geral”, polivalente, pronto para produzir conteúdo sobre diversos assuntos, devendo estudá-los para produzir conhecimento, ter em mente o ideal de ser “pau pra qualquer obra⁹.” Paulo Vinicius Coelho também aponta para essa questão quando destaca que: “Não existe jornalista de esportes. Existe o jornalista, aquele que se dedica a transmitir informações de maneira geral, o especialista em generalidades. Que se torna melhor quando é, de fato, conhecedor do assunto específico” (COELHO, 2004, p.37).

Coelho ressalta que o futebol tem a capacidade de envolver diversas temáticas. Pode-se produzir uma reportagem digna de prêmios tratando, por exemplo, da situação econômica dos clubes, relacionando-a a dívidas com o governo federal; ou ainda acordos políticos entre dirigentes, que acabem influenciando negativamente o esporte. Assim, nota-se a diversidade de temas, até mesmo de outras editorias, possíveis de se tornarem pautas a partir do esporte.

⁹ Entrevista concedida ao autor, disponível em: <http://br.gijc2013.org/2013/10/12/dar-voz-aos-esquecidos-e-funcao-do-jornalismo-investigativo-defende-roberto-cabrini/> Acesso em: 1º de maio de 2015.

4.2. Jornalismo esportivo e critérios de noticiabilidade

O jornalista, em todas as editorias, é encarado como um profissional que existe para captar, relatar e reproduzir acontecimentos, intermediando os fatos e retransmitindo-os aos leitores, ouvintes, telespectadores e internautas. A definição do que merece ou não ser notícia obedece a critérios difusos, que, apesar de variáveis, são usados com certa regularidade (TRAQUINA, 2005).

Para uma compreensão ampla, é necessário ressaltar que a notícia atual apresenta, além do valor por seu compromisso social, uma face de mercadoria, uma vez que se transformou na principal matéria-prima dos jornais, desde que estes se consolidaram como jornais-empresa, na segunda metade do século XIX.

Nilson Lage aponta que, historicamente, esse processo foi impulsionado por três fatores, na era da Revolução Industrial na Europa: a expansão da alfabetização entre as camadas de trabalhadores que, ao compreenderem a palavra impressa, transformaram-se em público e em formadores de opinião entre suas categorias; a chegada da mecanização típica do capitalismo industrial aos jornais, possibilitando técnicas mais rápidas de impressão que barateavam os custos por exemplares; e, por fim, a aliança entre os jornais e a publicidade, custeando as despesas editoriais, pelo convencimento do público ao consumo dos bens materiais (LAGE, 2006, p.12). Assim, o caráter mercadológico das notícias continua em voga até os dias atuais, o que denota que “a informação pública do ocidente é hoje profundamente marcada pela ordem do valor de troca” (SODRÉ, 1996, p.131).

No entanto, a discussão do que é ou não notícia vem de longa data e remonta até mesmo ao período predecessor ao do surgimento dos jornais. Nelson Traquina (2005) faz um recorte dessa discussão em diferentes eras, a começar pela época das chamadas folhas volantes na Inglaterra do século XV – anteriores ao modelo de jornal, traziam notícias sobre um determinado tema, sem regularidade. Esse material apostava, além do discurso religioso e moralista, em histórias extraordinárias de acidentes, milagres, e nos relatos de personalidades importantes da elite, como reis e rainhas.

Outro exemplo relevante para a discussão é o aparecimento da *penny-press*, na década de 1930, nos Estados Unidos, com jornais impressos que implantaram mudanças significativas na definição de notícia. Um dos que alcançaram maior sucesso foi o *New York Sun*, com um baixo custo e ênfase sensacionalista e humorística na interpretação dos fatos. A estratégia era a de apostar, em vez dos comentários políticos e econômicos,

na cobertura de crimes, tragédias, escândalos e histórias de interesse humano, o que atraía as camadas menos instruídas da sociedade. Para cumprir sua função educadora, os jornais tinham que atingir classes de escravos libertos e de imigrantes recentemente letrados, envolvendo-os para que se emocionassem. “A realidade deveria ser tão fascinante quanto à ficção e, se não fosse, era preciso fazê-la ser.” (LAGE, 2001, p.15)

Mas, então, até os dias de hoje, como são feitos os filtros inerentes à prática jornalística? Em seu estudo sobre os meios de comunicação de massa e o processo de construção da realidade, o teórico Mauro Wolf expõe, primeiramente, as considerações a respeito do jornalista, a partir de uma abordagem ligada à sociologia da profissão. Nesse contexto, o autor destaca o conceito de *gatekeeper* – a intermediação de um indivíduo, ou de um grupo, que exerce o poder de controle sobre a informação, operando escolhas, decidindo sobre sua veiculação ou exclusão dos jornais. A evolução desses estudos apontou que a seleção de notícias, ao contrário de critérios ligados às convicções pessoais do jornalista, é influenciada decisivamente pela organização profissional – com destaque à relação entre os colegas na redação e às hierarquias empresariais. Em síntese, o jornalista “em vez de aderir a ideais sociais e profissionais, redefine os próprios valores ao nível mais pragmático do grupo redacional” (BREED apud WOLF, 2005, p.187).

A partir dos estudos de *gatekeeping* (mais centrados na figura do jornalista como um filtro), deu-se a expansão das pesquisas sobre a seleção de notícias em larga escala, o *newsmaking*, cujo enfoque é o funcionamento rotineiro das redações. Essa abordagem destaca que os jornalistas se baseiam em critérios centrais na profissão – chamados de valores-notícia –, que servem de referência para a seleção dos acontecimentos do mundo real e sua transformação em relatos sobre a realidade. Tal hierarquização se dá no plano dos critérios de noticiabilidade, que “[...] são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável” (TRAQUINA, 2005, p.62).

A noticiabilidade envolve um enquadramento, cuja estrutura favorece o reconhecimento e a visualização do fato noticiado. Bourdieu (apud TRAQUINA, 2005, p.77) afirma que os jornalistas têm óculos particulares, através dos quais enxergam os fatos de sua maneira e operam uma seleção e uma construção do que é selecionado. Hall (apud TRAQUINA, 2005, p.85) destaca que a hierarquização em valores-notícia expõe

a existência de um mapa cultural que serve de guia para o consenso entre “normal”, “desvio”, o “legítimo” e o “ilegítimo” – logo, escolhas ideológicas.

Diversos estudos foram feitos no último século para investigar quais critérios determinavam o fluxo de notícias. Os valores-notícia são critérios de relevância difundidos ao longo de todo o processo de produção e se dividem em duas categorias. A primeira delas é o grupo de valores-notícia de seleção – valores que os jornalistas identificam ao selecionar os acontecimentos que deverão ser noticiados, em detrimento de outros fatos. Esses critérios envolvem a avaliação direta do acontecimento e também dizem respeito ao contexto de produção noticiosa. Já os valores-notícia de construção guiam a decisão dos jornalistas para a apresentação dos fatos, escolhendo o que deve ser realçado na transformação do acontecimento em notícia. Todos eles podem se relacionar e ser comparados, para as escolhas dos jornalistas (WOLF, 2005; TRAQUINA, 2005).

Para elucidar esses critérios, optou-se por utilizar os valores-notícia de seleção listados por Nelson Traquina, ilustrados com exemplos aplicáveis no jornalismo esportivo. São eles: 1) a morte; 2) a notoriedade dos atores envolvidos no acontecimento (uma contusão do atacante Neymar, por exemplo, tem mais força do que uma contusão de jogadores de menos prestígio); 3) a proximidade em termos geográficos e culturais (esportes com menos apelo popular no Brasil têm menos chance de se tornarem notícia); 4) a relevância, que avalia a importância do acontecimento pelo impacto causado na vida das pessoas (ou de torcidas); 5) a novidade, ou seja, o interesse pelo que ocorre pela primeira vez (o primeiro jogo de um atleta contra seu antigo clube, por exemplo); 6) o fator tempo, quando datas comemorativas servem de gancho para a retomada do assunto (o aniversário de 10 anos do gol de falta decisivo de Petkovic, na final do Campeonato Carioca de 2001 entre Flamengo e Vasco, por exemplo, estimulou diversas reportagens e até mesmo uma página na Internet exclusiva do [Globoesporte.com](http://globoesporte.com)¹⁰); 7) a notabilidade, ou seja, manifestações que são facilmente observáveis, principalmente pela quantidade de pessoas envolvidas (movimentações na arquibancada, protestos de torcidas, mosaicos em homenagem aos times, por exemplo); 8) o inesperado, ou o que subverte a rotina (uma partida de tênis que durou quase sete horas, por exemplo, mereceu amplo destaque da imprensa esportiva e foi tratada como

¹⁰ Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/flamengo/pet-10-anos/>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

histórica, tanto na TV quanto na Internet¹¹); 9) os conflitos, sejam eles físicos ou simbólicos (a insatisfação de um jogador com seu técnico, ou o confronto de dois ídolos em uma partida, por exemplo); 10) a infração, o escândalo, sobretudo a violação de regras e leis (a prisão de sete dirigentes da Fifa, incluindo o ex-presidente da CBF José Maria Marin, a pedido da justiça americana por acusações de corrupção, por exemplo).

Há ainda, para Traquina, critérios contextuais na seleção, que não dizem respeito ao acontecimento, mas ao contexto do processo produtivo. São eles a disponibilidade de recursos e equipes para uma cobertura jornalística; o equilíbrio, que se refere à delimitação da quantidade de conteúdos sobre o mesmo tema, para balancear um telejornal – devido ao caráter fragmentário das notícias, a necessidade de manter a atenção do público e de encerrar os telejornais com notícias leves garante, na maioria das vezes, o espaço para as notícias esportivas no último bloco; o dia noticioso, que leva em conta que as notícias concorrem umas com as outras por espaço (ou tempo, no caso da televisão), o que expõe que sua escolha dependerá se o dia está “pobre” de acontecimentos com valor-notícia; a visualidade, ou seja, a existência de boas imagens – fator determinante para a entrada de uma notícia em um telejornal ou programa de TV; e a produção das empresas da concorrência.

Os valores-notícia de construção – usados para elaborar a forma como um acontecimento será noticiado – em Traquina (2005), são: 1) a simplificação, para diminuir a natureza polissêmica de um acontecimento e facilitar sua compreensão, o que é feito muitas vezes com auxílio de estereótipos e clichês; 2) a amplificação, para aumentar a abrangência e a força do acontecimento, o que se percebe em enunciados como “O Brasil chora a morte de Senna”; 3) a relevância, ou seja, o exercício do jornalista de ressaltar que efeitos um acontecimento provoca na vida social (ou na organização dos clubes, como no caso de corrupção na Fifa, por exemplo); 4) a personalização, recurso que acentua a importância de pessoas em acontecimentos como estratégia de atrair o público (o destaque dado às movimentações de Neymar em campo pelo Globo Esporte, na reportagem sobre a final da Liga dos Campeões da Europa de 2015, em que o atacante brasileiro marcou o último gol da vitória do Barcelona por 3 a 1 sobre a Juventus, por exemplo¹²); 5) a dramatização, com reforço no lado emocional e

¹¹Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/tenis/noticia/2015/03/jogo-historico-de-feijao-deve-motivar-adocao-de-tie-break-na-copa-davis.html>. Acesso em: 31 de maio de 2015.

¹²Disponível em: <http://globo.com/rede-globo/globo-esporte-sp/t/edicoes/v/neymar-marca-vira-artilheiro-e-conquista-a-champions-league/4237778/>. Acesso em: 11 de junho de 2015.

conflituoso do acontecimento (a superação de um time pelo outro, a virada “heroica” no placar, o destaque às pressões ou à grandeza do time adversário, ou do vencedor de um jogo, por exemplo); 6) a consonância, que de acordo com Galtung e Ruge, consiste em moldar os acontecimentos em modelos narrativos já estabelecidos (a repetição da estrutura narrativa, com o conflito e a dramatização, tendem a facilitar a identificação do público e seu engajamento com uma reportagem, por exemplo). (GALTUNG & RUGE apud TRAQUINA, 2005, p.92).

Em uma reflexão sobre os valores-notícia expostos, pode-se perceber que os critérios estarão por trás de todas as notícias jornalísticas desde o momento de sua seleção ao estudo de sua elaboração – inclusive na editoria de esportes. A afirmação de que o jornalismo esportivo tem potencial de entreter é verdadeira, mas também não deixa de se aplicar às outras editorias, principalmente nos telejornais, onde qualquer notícia tem que ser capaz de envolver o telespectador. Nesse ponto, Mauro Wolf afirma que o interesse em uma notícia, sob o ponto de vista do público, está decisivamente ligado à sua capacidade de entretenimento – seja por uma abordagem ligada a exploração do lado humano, do que é insólito e pelo curioso, como um meio para realizar ideais jornalísticos: “[...] não há muita utilidade em desenvolver um jornalismo aprofundado e cuidadoso se a audiência manifesta o próprio aborrecimento mudando de canal” (WOLF, 2005, p.213). Essa afirmação é totalmente relevante para o estudo das modificações do Globo Esporte e também abre caminho para discutir o quanto o entretenimento se mistura à informação no jornalismo atual.

4.3 A era do infotainment

Faz parte da cultura da mídia a promoção de espetáculos, que tecnologicamente ficam ainda mais sofisticados para atender às expectativas do público e aumentar seu poder e lucro. A necessidade de bons índices de audiência, parâmetros que aferem o sucesso ou o fracasso de todo programa televisivo, faz com que a preocupação das emissoras seja sempre a da inovação. O teórico Douglas Kellner afirma que, como efeito dessa intensificação, as formas de entretenimento invadem a notícia e a informação (KELLNER, 2004, p. 5). O resultado dessa hibridação é o que o autor chama de *infotainment*.

A temática da relação entre jornalismo e entretenimento é bastante recente, começou a ser investigada dos anos 1980 e 1990, e merece ser melhor estudada no Brasil, uma vez que carece de livros de referência (TEIXEIRA, 2008). Uma das autoras que trabalham sobre essa relação no jornalismo brasileiro é Fabia Dejavite. Para a jornalista, é possível construir narrativas de qualidade no jornalismo, apoiadas no entretenimento como fórmula – junção que, aportuguesada do termo norte-americano, passou a ser denominada infotenimento.

A autora parte do princípio de que os meios de comunicação de massa, além de difundir informações, existem também para ocupar o tempo livre, estabelecendo uma relação com o lazer. No entanto, no jornalismo, a função de entreter é comumente rechaçada: conteúdos com essa característica são tidos como subprodutos ou como materiais que visam a tirar a atenção dos receptores de fatos importantes. Para a autora, o entretenimento, ao contrário, é uma ferramenta importante de socialização e de expressão da cultura e de rituais – inclusive os esportes. Assim, defende a possibilidade do casamento entre informação e entretenimento:

De maneira geral, contemporaneamente, a definição de entretenimento diz respeito a toda narrativa, performance ou qualquer outra experiência que envolva e agrade alguém ou um grupo de pessoas, podendo trazer ainda embutido um conteúdo que cultiva usualmente temas, pontos de vista e perspectivas convencionais e ideológicos, sendo, por isso, chamado por muitos de informação para aquele que não procura a informação (DEJAVITE, 2003, p.67).

Assim, a autora observa que, além do caráter mercadológico dos meios, a notícia também é construída levando-se em conta o que o público gostaria de receber como informação – o que se verifica principalmente pelos fluxos acelerados nas redes sociais, que possibilitam inferir o que o público deseja saber. Um exemplo recente que reflete essa tendência no jornalismo como um todo – vale destacar que isso não se verifica apenas nos programas de esportes –, é uma polêmica que surgiu na Internet, em 2015: as cores de um vestido em uma foto postada em rede social. Enquanto para muitos a peça de roupa era azul e preto, outros enxergavam branco e dourado. O assunto foi alvo de diversas discussões nas redes e nas ruas, foi o tópico mais discutido no Twitter - de acordo com os Trending Topics – e, no dia seguinte, virou notícia nos principais telejornais da TV Globo, como o *Jornal Nacional*¹³ e o *Jornal Hoje*¹⁴.

¹³Disponível em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/jornal-nacional/v/cor-de-vestido-gera-polemica-nas-redes-sociais/3999324/> Acesso em: 26 abril 2015

Esse caso ilustra uma das faces do infotimento, que busca satisfazer as necessidades do receptor, mas também trazendo informações – no caso, foram consultados especialistas para explicar, do ponto de vista científico, por que ocorria a discordância em relação à percepção das cores da imagem. Nesse sentido, Dejavite expõe a existência de uma categoria advinda da junção entre informação e entretenimento: a notícia *light*, que “[...] constitui-se rápida, efêmera, de circulação intensa e divertida [...] aquela informação que ao mesmo tempo satisfaça suas necessidades e seus interesses de informar e formar, mas que também não deixe de distraí-lo” (DEJAVITE, 2003, p.69).

As fronteiras entre o jornalismo e o entretenimento são tênues, e sua sobreposição, atualmente, é inevitável. Até porque o discurso jornalístico é predominantemente narrativo, o que faz do formato da apresentação da notícia, em uma reportagem televisiva, por exemplo, uma história organizada para ser contada e compreendida. “Tudo o que nós vemos como interessante para atrair uma audiência traz implícito em si um tipo de entretenimento. É entretenimento para o cérebro, digamos, talvez seja somente entretenimento para as emoções, mas é entretenimento” (BRAUDY apud DEJAVITE, 2007, p.9). Para Eugênio Bucci, não há, no jornalismo, informação que não esteja embalada em alguma forma que guarde certos atributos capazes de entreter quem a consome. (BUCCI apud PADEIRO, 2014, p.148). O alerta do autor é para os riscos da sobreposição do entretenimento sobre a informação.

Em um artigo publicado pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, o pesquisador do Programa de Pós Graduação em Comunicação da UERJ Vinicius Pereira afirma que o entretenimento passou a constituir uma linguagem na sociedade atual, a partir do momento em que se transformou, de forma ampla, em receita para diversos produtos e discursos.

[...] não basta oferecer produtos ou serviços de qualidade, é preciso informar e divertir, gerar experiências que ativem diferentes sentidos, de forma lúdica e alegre. Como se todos estivessem viciados e demandassem cada vez mais diversão e prazer, quase todas as esferas da sociedade recorrem ao entretenimento de diferentes modos para compor seus discursos (PEREIRA, 2013, p.10).

¹⁴Telejornal criado em 1971, que vai ao ar de 13h20 às 14h05. Material disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2015/02/psiquiatra-explica-polemica-sobre-mudanca-de-cor-em-vestido.html> Acesso em: 26 de abril de 2015.

Ao considerar o entretenimento uma linguagem, o autor enumera quatro marcas características que são aplicáveis desde os textos impressos até as plataformas digitais. Três delas são verificáveis nas mensagens audiovisuais: 1) o envolvimento emocional, proporcionado por recursos que vão desde as palavras e as construções narrativas, passando também por músicas e efeitos sonoros, para obter envolvimento afetivo e imaginário de quem recebe o conteúdo; 2) os elementos lúdicos, efeitos de encantamento ou que provoquem algo incomum, a partir dos aspectos formais e estéticos de uma narrativa; 3) expressões simples e intuitivas e o uso de metáforas de fácil compreensão, para que a busca pelo entendimento não faça o receptor perder o encantamento e a emoção da mensagem. Todas essas marcas, como se mostrará adiante, são preocupações constantes na preparação das reportagens do Globo Esporte atual.

Jespers (apud REZENDE, 2010, p.291) afirma que a informação não é categoria hegemônica na televisão mundial. Segundo o autor, as emissoras estão sujeitas ao processo de espetacularização do discurso, com predomínio do divertir, entre as três funções tradicionalmente atribuídas à TV (informar, formar e divertir). Assim, o paradigma do espetáculo perpassa toda a grade de programação: “Até os telejornais se tornaram show, com seus cenários futuristas, efeitos especiais, linguagem enfática e apresentadores/apresentadoras-vedetas.”

O entrelaçamento entre o jornalismo e o entretenimento é mais do que uma discussão acadêmica, é também uma tendência na prática da profissão, na medida em que a informação circula de maneira mais ágil, em diferentes suportes midiáticos. Zieqert (apud DEJAVITE, 2003, p.69), afirma que o infotainment passou a ser também uma estratégia de marketing, como resposta às mudanças dos processos cognitivos da nova geração de receptores, levando em conta também à concorrência. As novas mídias tiraram do gênero jornalístico o posto de fonte única de informação, influência social e tradução da realidade.

A construção de reportagens mais contextualizadas e inventivas é uma ação de resistência ao imediatismo e à velocidade dos fluxos de informação que tendem a esvaziar os valores simbólicos das notícias. Num momento em que assistimos à fusão das indústrias de informação e de entretenimento, e a agenda noticiosa não é mais a única maneira de dar conta da realidade, o aperfeiçoamento da prática jornalística é essencial para o seu próprio desenvolvimento como serviço público de construção e distribuição de informações de qualidade sobre a experiência social cotidiana (BECKER, 2015, p. 237).

Nesse sentido, no esporte, vale lembrar que o apelo emocional na conquista do título, na jogada brilhante e na história comovente sempre teve destaque nas coberturas, principalmente na televisão. (COELHO, 2004, p.23). Com as reportagens, a emoção é enfatizada pelos recursos de tecnologia, pela disponibilidade de imagens, pelo destaque à grandeza e à importância dos eventos esportivos, principalmente pela abordagem dramática. Assim, percebe-se que a inovação das narrativas também se relaciona ao caráter espetacular da cobertura esportiva, face marcante na organização do futebol, como se discutirá adiante.

4.4 A cobertura esportiva e o futebol-espetáculo

Antes de uma reflexão restrita ao Globo Esporte, é preciso discutir a relação entre o esporte, em geral, seu contexto atual na sociedade e sua relação com o que Sodré (1984) chama de *medium* - o intermediário técnico entre quem produz e quem recebe conteúdos. Sob esse aspecto, é necessário também discorrer sobre a conformidade com a sociedade do espetáculo, conceito elaborado por Guy Debord na década de 1960 que descreve a relação entre as pessoas cada vez mais marcada pela mídia e pelo consumo de imagens, mercadorias e eventos culturais. “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p.14).

O autor relaciona a forma de produção da economia com a necessidade das representações. Assim, o teórico aponta que se vive sob o declínio do ser em substituição ao ter e ao parecer – ou seja, é preciso usufruir do prestígio da posse, ou até mesmo forjá-lo. Dessa forma, Debord (1997) destaca que o espetáculo se acumula, como em um círculo vicioso: não interessa o fim, mas o desenrolar das coisas, em um processo que se repete em nome da continuidade espetacular. Assim, o autor identifica o homem inserido na condição de produção da economia como refém de uma dinâmica que não se interrompe.

O espetáculo se apresenta como uma enorme positividade, indiscutível e inacessível. Não diz nada além de “o que aparece é bom, o que é bom aparece”. A atitude que por princípio ele exige é a da aceitação passiva que, de fato, ele já obteve por seu modo de aparecer sem réplica, por seu monopólio da aparência. (DEBORD, 1997, p.16).

Kellner se apoia no conceito de Debord para afirmar que vivemos sob o triunfo do espetáculo, que se multiplica e se consolida como um dos princípios de organização

da economia, da política e da própria sociedade. O autor argumenta que os espetáculos existem desde as sociedades pré-modernas, em suas formas de celebrações, de poder, de batalhas políticas por meio das retóricas e também nas guerras sangrentas, além de seus rituais de modo geral – o esporte, para Kellner, sempre foi um terreno fértil para sua propagação. No entanto, com a passagem dos séculos, o desenvolvimento de novas práticas e tecnologias no campo da informação proporcionaram uma aceleração e um aprimoramento, culminando no que o autor chama de tecnoespetáculo (KELLNER, 2004).

Apoiada no espetáculo tecnológico, a cultura da mídia favorece a circulação de conteúdos que constituem materiais fartos para fantasias e sonhos, bem como influenciam no imaginário social (KELLNER, 2004). Como já exposto, o futebol reúne elementos que o enquadram na condição de ator de mobilização de identidades e de construção de valores comuns a certos grupos. Por essa ótica, o esporte vive um casamento visto como ideal com os meios de comunicação. Prova disso é a incorporação de virtudes do esporte à própria sociedade.

Quanto às transmissões esportivas, o futebol já era considerado um espetáculo desde sua incorporação ao rádio, mas sua face espetacular está mais nítida principalmente na televisão. O locutor esportivo Fiori Gigliotti, por exemplo, imortalizou um bordão que abria suas narrações, no momento do apito inicial: “Abrem-se as cortinas e começa o espetáculo” (RIBEIRO, 2007, p.169). Na era da TV digital, essa afirmação do futebol como espetáculo é garantida cada vez mais com o incremento tecnológico, que proporciona uma condição contemplativa dos telespectadores, por meio de câmeras mais potentes, tira-teimas, ângulos exclusivos, pela beleza das imagens em alta definição. Tudo o que as emissoras procuram proporcionar aos torcedores nas transmissões é a sensação de estar dentro do estádio, mas, ao mesmo tempo, precisam municiá-los com opiniões de comentaristas, com as informações passadas pelos repórteres de campo e pelo maior detalhamento possível com as imagens e os recursos de computação gráfica.

Além desses elementos, a narração esportiva também é parte relevante do espetáculo televisivo. A emoção ao descrever os lances ou narrar um gol vem desde a era do rádio, quando os locutores faziam o possível para prender a atenção do ouvinte e envolvê-lo na partida, pela imaginação dos lances que aconteciam nos gramados e com o desenvolvimento de uma linguagem própria, marcada por neologismos na construção

de uma mensagem visual (GUERRA, 2000). Ao contrário do rádio, onde o exagero é também inerente às transmissões, na televisão os narradores devem se ater às imagens, mas podem descrever com maior precisão os lances, dissecando as jogadas para os telespectadores. Ambas as modalidades de narração têm em comum o fato de se manterem vivas na memória dos torcedores, que sempre associam a voz dos locutores às imagens das partidas e à emoção de gols históricos, vitórias e títulos de seus times.

Assim, o caráter passional dos esportes, aliado ao suporte tecnológico investido pela TV, contribui para a consolidação de um esporte-espetáculo, como uma denominação-chave para traduzir o atual contexto em que as competições esportivas se inserem. “A espetacularização das imagens e as relações mercadológicas, tão percebidas no esporte, trouxeram uma outra conceituação caracterizando o esporte, e desta forma o denominamos de Esporte-Espectáculo.” (BETTI apud BEZERRA, 2008, p.72)

Muniz Sodré, ainda em 1984, apontava para essa realidade ao discorrer sobre o futebol profissional – também chamado de industrial. Para o autor, o esporte pode ser compreendido como um espetáculo de massa, ainda com semelhanças ao teatro, em que os jogadores assumem o protagonismo na função de especialistas com a bola nos pés, em um show em que estão presentes juízes, comentaristas e o próprio público.

No espetáculo futebolístico, o torcedor é espectador e ator ao mesmo tempo. Espectador, porque não participa fisicamente do que se passa em campo. Ator, porque a ‘torcida’ (a discussão acalorada, o arrebatamento, enfim a maneira como o espectador desempenha o seu papel) faz parte necessária do *show*. (SODRÉ, 1984, p.141)

Em seu estudo sobre os efeitos da transmissão dos Jogos Olímpicos, Pierre Bordieu (1997) aponta que as competições esportivas produzem duplamente o espetáculo. A primeira face do espetáculo esportivo se refere aos atletas e suas preparações, com médicos, preparadores, comissão técnica, além das equipes que tornam possível a realização dos eventos nos estádios, tais como os árbitros, os organizadores dos cerimoniais etc. A segunda forma de produção espetacular se refere à própria televisão, à condição da produção de imagens e discursos, além de mecanismos econômicos envolvidos na relação com instituições, marcas e direitos de transmissão.

Do ponto de vista econômico, o futebol atual é uma grande indústria, que movimenta quantias exorbitantes, seja nos contratos entre clubes e jogadores, na relação entre os patrocinadores e nas negociações das emissoras de TV com as agremiações. São inúmeras as notícias veiculadas na mídia sobre os valores pagos. A TV

Bandeirantes, por exemplo, teria investido R\$ 350 milhões em eventos esportivos durante o ano de 2014.¹⁵ A TV Globo adquire a exclusividade de transmissão dos campeonatos brasileiros desde 1995 e também desenvolve uma relação de pagamento de altas cifras aos clubes, de acordo com a quantidade de jogos transmitidos nos canais a cabo.¹⁶ Para Coelho (2004, p.63), agora são os clubes que dependem da televisão para sobreviver. Já a CBF, entidade máxima do futebol brasileiro, teria recebido US\$ 45 milhões da patrocinadora Nike, em 2014¹⁷, quantia alavancada pela Copa do Mundo – evento que, inclusive, tem valores de venda dos direitos de transmissão cada vez mais valorizados (RIBEIRO, 2007). Do outro lado, o Mundial de 2014 no Brasil rendeu à Fifa a bagatela de R\$ 16 bilhões de lucro – a maior quantia já obtida pela entidade na história das Copas.¹⁸

Dessa forma, é inegável que haja não só interesses jornalísticos na cobertura esportiva, mas também mercadológicos e publicitários. O futebol é “produzido e realizado por profissionais da indústria cultural, dentro dos mais extremados objetivos capitalistas ou burgueses.” (DAMATTA apud PADEIRO, 2014, p. 147).

A cobertura da mídia, principalmente a televisiva, garante às marcas o privilégio de atrair o olhar do consumidor em potencial. Em um evento que tem a produção de emoções como uma das maiores características, relacionar sua marca ao espetáculo é uma forma de agir sobre o consumo, estabelecendo vínculos com a memória afetiva do consumidor, e também proporcionar a sensação de conformidade dos produtos e serviços aos valores imagéticos estabelecidos nas competições.

Na guerra das marcas entre as mercadorias, as corporações precisam transformar seus logotipos ou “trademarks” em pontos de referência conhecidos na cultura contemporânea. [...] Consequentemente, a publicidade, o marketing, as relações públicas e a promoção são partes essenciais do espetáculo das mercadorias no mercado global. (KELLNER, 2004, p.6)

A visibilidade em tantos programas de TV, o apelo popular do esporte e o status que uma empresa adquire ao estar presente nos maiores eventos esportivos explicam o

¹⁵Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/radar-on-line/televisao/numeros-da-crise-da-band/>
Acesso em: 21 de abril de 2015.

¹⁶Disponível em: <http://esporte.ig.com.br/futebol/2015-02-03/globo-divide-r-300-milhoes-para-clubes-por-cotas-de-pay-per-view-veja-a-lista.html> Acesso em: 21 de abril de 2015.

¹⁷Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/radar-on-line/futebol/os-milhoes-de-dolares-da-nike-para-a-selecao/> Acesso em: 21 de abril de 2015.

¹⁸Disponível em: <http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,fifa-fatura-r-16-bilhoes-com-a-disputa-da-copa-do-mundo-no-brasil,1653669> Acesso em: 27 de abril de 2015.

interesse de marcas em comprar espaços publicitários em áreas estratégicas das camisas, calções e acessórios de jogadores, bem como nos letreiros que cercam os campos de futebol com símbolos que se perpetuam nas imagens dos jogos.

Este capítulo apontou reflexões teóricas a respeito da importância dada ao entretenimento e à dramatização da notícia como uma forma de atrair o público para consumir a informação midiática. Além desses conceitos, os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia no jornalismo esportivo, e sua intrínseca relação com a visão do esporte como um espetáculo caro e também lucrativo para as emissoras, relacionam-se diretamente à evolução do Globo Esporte, assunto que será destrinchado no capítulo seguinte.

5. GLOBO ESPORTE: DO TELEJORNAL AO PROGRAMA DE TV

Este capítulo se dedica a traçar um breve histórico do Globo Esporte, destacando pontos relevantes nas transformações ao longo das décadas de existência na grade da TV Globo, até a chegada ao modelo atual. O trabalho destaca as mudanças estruturais e dos conteúdos exibidos, principalmente nas edições exibidas no Rio de Janeiro e em São Paulo, discutindo seus efeitos na forma de informar o público.

Como se pretende mostrar neste capítulo, o entretenimento e a abordagem mais coloquial passaram a predominar nessas edições, à medida que o público cada vez mais se tornou heterogêneo e melhor informado. Para elucidar as transformações, este capítulo também se baseia em entrevistas concedidas ao autor pelo apresentador Alex Escobar e pelo editor-chefe, Afonso Gaschagen, ambos do Globo Esporte carioca. Também serão expostos trechos de entrevistas do apresentador do Globo Esporte paulista Tiago Leifert em palestras e em outros trabalhos acadêmicos.

5.1. Nascimento e consolidação do companheiro da hora do almoço

Criado em 14 de agosto de 1978 na grade de programação da TV Globo, o Globo Esporte (GE) é um dos programas mais longevos da televisão brasileira. A atração, que atualmente é apresentada em edições de 30 minutos, de segunda a sábado, tem o objetivo de trazer a cobertura dos eventos esportivos realizados tanto no Brasil como em outros países, com destaque, principalmente, aos campeonatos de futebol – esporte mais popular do país –, e com espaço também destinado aos esportes olímpicos, competições de luta e automobilismo, e outros esportes.

De acordo com Léo Batista – primeiro apresentador titular do programa e que ainda apresenta quadros para as edições carioca e nacional –, o Globo Esporte surgiu como substituto do programa Copa Brasil, apontado como o primeiro noticiário esportivo diário da TV Globo. O Copa Brasil foi ao ar de 17 de outubro de 1977 até 12 de agosto do ano seguinte, de segunda a sexta-feira, às 12h50, com cobertura exclusivamente voltada para o futebol, com destaque, principalmente, a um campeonato com o mesmo nome da atração:

Quando terminou, nós nos sentimos frustrados e órfãos. E agora, perdemos nosso horário de esportes na hora do almoço? Então vamos fazer um programa esportivo abrindo o leque: ao invés de cobrir só

futebol, vamos falar de esportes em geral. Então, a partir de amanhã, um novo programa.¹⁹

O novo programa estreou com instalações simples, se comparadas às atuais, similares às do extinto Copa Brasil. A estrutura era a de um telejornal, como os outros da emissora, mas com foco no noticiário esportivo. O estúdio era composto por uma tapadeira verde, em alusão à cor dos gramados, com o nome Globo Esporte em letras brancas e chapadas. No vídeo, o nome do programa aparecia enquadrado no canto esquerdo superior do apresentador. O enquadramento de Léo Batista era fechado e feito frontalmente, de modo a esconder as mãos. No entanto, é possível perceber que o apresentador contava com uma bancada e que passava páginas durante o primeiro programa.²⁰ Nessa época da televisão, o texto era integralmente lido pelos apresentadores, primeiramente no papel e, anos depois, com o advento da tecnologia do teleprompter – equipamento acoplado às câmeras que exhibe ao apresentador os textos que serão lidos. Léo Batista recorda que os textos do script eram impressos em mimeógrafos, máquinas para cópias em série:

No início era na mão, rodado no mimeógrafo, a álcool [...] Tinha que dar uma olhadinha no texto, como se estivesse improvisando, era aqui e lá. Era complicado, perdeu uma linha, dançou. Depois, foi uma maravilha quando inventaram o tal do teleprompter.[...] Aí, já melhorou.²¹

Figura 1: Léo Batista apresentando o Copa Brasil (à esquerda) e, em seguida, o Globo Esporte (à direita) – programas com estruturas semelhantes.



Fonte: portal Memória Globo.

¹⁹Entrevista disponível em: <http://globo.com/redes-globo/globo-esporte-rj/t/edicoes/v/apresentadores-relembra-os-35-anos-do-globo-esporte/2757326/>. Acesso em: 6 de outubro de 2014.

²⁰ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=mxCuXP1E0OU>. Acesso em: 6 de outubro de 2014.

²¹ Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=TctfKohu56g>. Acesso em: 6 de outubro de 2014.

Ao longo de sua história, o GE passou por profundas transformações motivadas tanto pela disponibilidade de novos recursos técnicos quanto por modificações de equipe e nas expectativas de seu público, que se diversificou ao longo de gerações de aficionados por esporte. Com o aumento do espaço destinado ao esporte na emissora, não só em programas esportivos, mas também em diversos telejornais, a Divisão de Esportes recebeu mais recursos e aumentou seu número de profissionais, na década de 1980. Com isso, de acordo com o portal Memória Globo²², houve um aprimoramento das matérias exibidas no programa, que passou a investir também em reportagens que retratassem a trajetória pessoal dos atletas, seus obstáculos, motivações e desafios.

Em entrevista ao mesmo portal, a jornalista Isabela Scalabrini – que foi uma das apresentadoras do programa nos anos 1980 e 1990 – destaca uma transformação na forma de edição das matérias, nessa época. Isso reforça que o grau de informalidade do programa, estudado por este trabalho, não começou repentinamente, mas é resultado de um processo gradual que, de acordo com o Memória Globo, foi como estratégico para transformar o fato esportivo em entretenimento, mas sem descartar a informação.

No Globo Esporte se podia ousar. Foi uma época em que a gente começou a fazer clipe, imagens exclusivas em cima dos jogadores, música, efeitos especiais, brincadeiras, edições *clipadas*. O Globo Esporte da década de 1980 para a década de 1990 mudou totalmente.²³

O jornalista Paulo Vinícius Coelho lembra que durante a década de 1980, nem sempre o esporte era indispensável na programação da TV Globo – o que fez as TVs Bandeirantes e Record brigarem pela liderança nos conteúdos esportivos, a primeira emissora, inclusive, teve exclusividade na transmissão de diversos jogos dos Campeonatos Brasileiros de 1986 a 1993. “Mesmo assim, no dia seguinte, o Globo Esporte apresentava os melhores momentos, os lances geniais, o que havia de bom e ruim. Em suma, fazia jornalismo” (COELHO, 2004, p.64).

Ao longo dos anos 1980, o estado de São Paulo ganhou uma edição distinta do Globo Esporte, enquanto uma edição para todo o Brasil era realizada no Rio de Janeiro. Na década seguinte, Minas Gerais também ganhou uma edição exclusiva. Até então, todos os modelos seguiam os padrões estéticos da edição nacional, com uma bancada e uma tapadeira com o nome do programa. A regionalização do Globo Esporte, em maior escala, tornou-se uma meta da TV Globo a partir de 2011. Ganharam edições próprias

²² Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/esporte/programas-esportivos/globo-esporte/globo-esporte-se-consolida.htm> Acesso em: 22 de abril de 2015.

²³ Idem.

os estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Pernambuco, Bahia e Ceará, privilegiando as notícias dos clubes locais. Atualmente, existem 11 edições integralmente locais. Há outros estados que produzem apenas um ou dois blocos de conteúdo local, e utilizam também parte do Globo Esporte Rede, uma versão nacional gravada no Rio de Janeiro, com apresentação de Cristiane Dias.

Quanto à estrutura dos estúdios, nos anos 2000, o programa abandonou a bancada e adotou o recurso do *Chroma Key*, que vigorou até 2007. De pé, um único apresentador comandava a atração, em frente a uma parede na qual eram exibidos escudos dos times, fotos de jogadores, dentre outras imagens, por meio da montagem de um ambiente virtual. O apresentador se movimentava pouco durante todo o programa e, muitas vezes, se limitava a simples trocas de câmera. O teleprompter exibia o texto que seria falado.

Figura 2: Mylena Ciribelli apresentando o GE com *Chroma Key*.



Fonte: arquivo Globo

Renata Cuppen, editora de texto do Globo Esporte de São Paulo (GE/SP), em entrevista contida em Bezerra (2009), afirma que a linguagem utilizada no programa era muito dura, e que o uso de uma única troca de câmera deixava o apresentador muito estático. É o que se pode notar na edição carioca de 21 de março de 2007²⁴, em que a apresentadora titular da época Mylena Ciribelli parece seguir o texto planejado integralmente, com entonação bem marcada e sem nenhum improviso. No primeiro bloco do programa, o enquadramento foi feito integralmente da cintura para cima.

²⁴ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=z4bCQEsT90A>. Acesso em: 20 de maio de 2015.

Em entrevista concedida ao autor, Mylena Ciribelli, atualmente na TV Record, lembra que a editoria de esportes da TV Globo tinha como atração mais informal o Esporte Espetacular, que foi o primeiro programa esportivo a abrir mão da bancada. A apresentadora afirma que existiam pautas que eram esquetes de humor, em que ela e o também apresentador Fernando Vanucci chegavam a se caracterizar como personagens.

Sentimos uma mudança mais lenta no Globo Esporte, já que no dia a dia as matérias e as notícias são dadas de uma forma mais compacta. Precisamos informar o público da melhor maneira possível, com um número maior de notícias, mas de uma forma clara e resumida. Para você tornar essa cabeça mais descontraída, tem que ter tempo para o improvisado e cacos. É preciso ter cuidado constante para não falar bobagens ou usar alguma palavra indevida na televisão. Quem faz ao vivo tem sempre que se policiar.²⁵

Sobre informalidade, o atual editor-chefe da edição carioca, Afonso Garschagen, afirma que a informalidade vem sendo uma construção de muitos anos, nos programas esportivos da emissora em geral.

Fomos trilhando um caminho. Precisamos nos lembrar de Fernando Vanucci, na década de 1980, que era muito informal; o Régis Rösing, que está com a gente até hoje, já fazia, na década de 1990, coisas muito informais; o Marcio Canuto, que era um repórter muito expansivo.²⁶

Um dos pontos altos da modificação na cobertura esportiva da emissora aconteceu por meio do apresentador Tadeu Schmidt, primeiramente no bloco de esportes *Bom Dia Brasil*²⁷. A partir de 2007, o jornalista substituiu Léo Batista no quadro *Gols do Fantástico* – o bloco de esportes do *Fantástico*²⁸. Sua característica marcante foi a de investir em um estilo bem-humorado e informal para descrever a rodada de futebol dominical, destacando os lances inusitados, fazendo trocadilhos com os nomes dos atletas – associando-os a cantores e atores de mesmo nome, com uma edição que incorpora a brincadeira e gera humor ao surpreender o telespectador. No quadro, também foi criado o *Artilheiro Musical*, que permite que o jogador que tenha marcado pelo menos três gols em uma partida escolha sua música favorita para ser colocada durante a exibição dos lances. Outra criação foi o quadro *Bola Cheia, Bola Murcha*, que convoca os telespectadores a enviarem vídeos de lances bonitos e pitorescos para serem exibidos no programa. Essa linha seria adotada, a partir de 2009,

²⁵ Entrevista concedida ao autor, por e-mail.

²⁶ Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 14 de maio de 2015.

²⁷ Telejornal matinal da TV Globo exibido de segunda a sexta-feira.

²⁸ Programa da TV Globo em formato de revista eletrônica exibido aos domingos, desde 1973.

no Globo Esporte de São Paulo, comandado por Tiago Leifert. Antes, o programa ainda passou por outra reformulação pouco duradoura, como se mostrará adiante.

5.2. A reformulação de 2008: o início e o fim do Globo Esporte nacional

Em 2008 – ano em que o Globo Esporte completou 30 anos – houve uma nova reformulação no programa, que passou a ser gerado do Rio de Janeiro para todo o Brasil – como fora anteriormente. A atração passou a ser comandada por uma dupla de apresentadores, Tino Marcos – que também assumiu o cargo de editor-chefe – e Glenda Kozlowski. Entre as novidades, estava a volta de uma bancada, como nas origens do programa, mas em um estúdio mais amplo, em que os apresentadores ganhavam mais mobilidade e, principalmente, mais recursos tecnológicos.

A reformulação abrangeu a vinheta, que ganhou a atual cor alaranjada, uma trilha mais moderna, com música eletrônica, e uma nova identidade visual que também se estendeu aos objetos do estúdio. Um painel atrás da bancada trazia uma pista de automobilismo, um desenho do círculo central dos campos de futebol, uma raia de natação e uma rede de tênis, o que reforçava o compromisso de apresentar uma ampla cobertura esportiva. Por ser apresentada para todo o país – transformando-se em um “*Jornal Nacional* dos esportes” –, a atração cobria clubes de diversas regiões, em um estúdio com recursos que tornavam a apresentação de Tino Marcos e Glenda Kozlowski mais dinâmica. Em entrevista ao [Globoesporte.com](http://globoesporte.com) antes da estreia, Tino Marcos resumiu a proposta da nova edição:

A ideia do novo GE, que já vem sendo amadurecida há algum tempo, é incorporar as novas tecnologias mantendo a tradição de informar com qualidade sendo enxuto, porque temos os mesmos 30 minutos de duração. Queremos extrair o máximo dos novos recursos tentando manter o equilíbrio. [...] A bancada de certa forma cita o início e alguns anos em que o programa era apresentado assim. Mas, ao mesmo tempo, o sentido é dar dinamismo, pois nós dois vamos levantar e andar pelo novo cenário, interagir com gráficos no paredão virtual, usar bastante a internet.²⁹

Em entrevista ao Memória Globo, Tino Marcos afirmou que havia o exercício de modificar a linguagem do programa e apostar no entretenimento para informar o público:

²⁹ Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ESP/Noticia/Futebol/0,,MUL374901-4274,00.html>. Acesso em: 6 de outubro de 2014.

O nosso jeito de fazer caminhou para textos mais conversados e coloquiais. É cada vez mais a janela do entretenimento ampliando o seu espaço. A janela do jornalismo continua ali, mas no esporte as pessoas têm hoje essa percepção de que o entretenimento também é uma maneira muito correta de se trabalhar o noticiário esportivo.³⁰

Figura 3: Reformulação de 2008 – a volta da bancada no Globo Esporte, apresentado por Glenda Kozlowski e Tino Marcos.



Fonte: portal Memória Globo.

Entretanto, o modelo parecia não dar certo: segundo Bezerra (2009), o Globo Esporte sofreu uma queda brusca na audiência. Uma possível explicação para a perda de público pode ser atribuída ao comportamento e à expectativa dos torcedores. Por ter que se dirigir a várias “nações” de torcedores, as matérias tiveram um encurtamento significativo causado pelo excesso de assuntos a serem abordados. Além disso, pode-se supor que os telespectadores de estados como Rio de Janeiro e São Paulo se interessem principalmente pelas matérias relacionadas a seus clubes e, em menor escala, por reportagens de seus maiores rivais regionais. Assim, uma matéria sobre um treino do Goiás, ou do Atlético-PR, por exemplo, não teria tanto apelo para essas regiões. Em entrevista concedida ao autor deste trabalho, o atual apresentador do Globo Esporte carioca, Alex Escobar, confirma que a variedade de assuntos gerou “uma dificuldade de comunicação” e, por isso, esse é um modelo insustentável.

O futebol tem que ser regionalizado, a gente entendeu isso rápido. Hoje são vários Globo Esporte pelo Brasil, cada um com sua linguagem, dando mais ênfase ao que interessa. Porque o futebol é mais regional. Você no Rio de Janeiro não tem tanto interesse em saber como está o Corinthians, que em São Paulo é o principal

³⁰ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/esporte/programas-esportivos/globo-esporte/esporte-como-entretenimento-e-interatividade.htm>. Acesso em 13 de julho de 2015.

interesse – como talvez eles não estejam interessados no Flamengo. Não adianta querer nacionalizar não, porque dá errado.³¹

5.3. A volta das edições regionais e o estilo de Tiago Leifert

Em 2009, o Globo Esporte passou por outra reformulação, que trouxe de volta as edições regionais do programa. O estúdio, mais uma vez, foi modificado: um espaço amplo, sem bancada e com telas espalhadas, que permitiam o deslocamento dos apresentadores, deixando a apresentação mais livre e espontânea. A transformação mais radical ocorreu no GE/SP, por meio do apresentador e também editor-chefe Tiago Leifert, que adotou uma linguagem extremamente marcada por informalidade e um estilo peculiar que serviu de parâmetro não só para outras edições, mas também para programas concorrentes.

A trajetória de Tiago Leifert na TV brasileira começou em 2004, na reportagem e na apresentação de programas da TV Vanguarda – afiliada da Rede Globo no interior de São Paulo, adquirida pelo ex-diretor da emissora Boni –, após sua formação em Jornalismo e Psicologia pela Universidade de Miami, nos Estados Unidos. Em seguida, cursou Formação Executiva em Cinema e Televisão, na Fundação Getúlio Vargas (FGV), em São Paulo. Nesse período, foi selecionado para o cargo de repórter do canal a cabo SporTV e chegou a participar da cobertura de eventos esportivos na TV Globo. No entanto, afirma que teve dificuldades de adaptação, por ter uma visão do esporte como entretenimento e espetáculo, opinião, segundo ele, análoga ao estilo norte-americano de transmissão.

As pessoas não pensavam daquele jeito. Tudo o que eu fazia era cortado, toda brincadeira que eu fazia, levava bronca. Eu tomei relatório uma vez porque eu falei “cara”, durante o *ProRad* (programa dedicado às transmissões do festival de esportes radicais com o mesmo nome), no meu primeiro evento na Globo.³²

Leifert afirma que os programas precisavam se aproximar da linguagem do torcedor e conta que chegou a enviar um e-mail com sugestões para o Globo Esporte, nessa época. “A gente dava a notícia do rebaixamento e do título com a mesma entonação. Faltava sal, desligar o teleprompter, mudar o cenário para uma coisa mais física, colocar o comentarista no estúdio.”³³ As sugestões, a princípio, foram ignoradas.

³¹ Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 14 de maio de 2015.

³² Entrevista disponível em http://www.youtube.com/watch?v=_sNEn_Fjwc0. Acesso em: 20 de maio de 2015.

³³ Idem.

Mas em 2008, quando foi chamado para comandar a reformulação do programa, aplicou-as nos pilotos que serviram de teste para o novo formato, que estreou no dia 12 de janeiro de 2009.

O jornalista conta que, no novo GE/SP, ensaio e combinação prévios foram substituídos por improviso e espontaneidade, visando a um programa mais leve, apresentado com humor. Leifert inovou com brincadeiras entre os repórteres e jogadores – antes, inimagináveis e, muitas vezes, revelando ao vivo piadas de bastidores – além de matérias com propostas predominantemente voltadas ao entretenimento, como um campeonato de videogame contra jogadores dentro do programa. As mudanças, levadas em tons diferenciados a outras edições regionais, resultaram em aumento da audiência, possivelmente explicado pela conquista de um público mais jovem e que buscava entretenimento somado à informação.

A fórmula não só teve boa aceitação, mas também foi expandida a um novo programa, o *Central da Copa*, que estreou em 2010 para a repercussão dos jogos da Copa do Mundo. As últimas edições do programa foram apresentadas por Tiago Leifert e Alex Escobar. Leifert ainda ganhou o posto de apresentador do reality show musical *The Voice Brasil*, transitando entre o jornalismo e o entretenimento desde então.

Figura 4: Tiago Leifert à frente do Globo Esporte de São Paulo, em 2009.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=2E8TzaKDAMk>.

No Rio de Janeiro, a edição regional do Globo Esporte de 2009 aderiu às mudanças estruturais. Mas seguia apresentado nos moldes tradicionais, por Glenda Kozlowski, ainda com texto previamente elaborado e lido no teleprompter. Em 2011, o

estúdio, mais uma vez, foi reformulado tanto no Rio quanto em São Paulo, e passou a ser único para todos os programas esportivos da emissora. Com espaço aumentado, um único telão, centralizado, mostra o nome do programa, e também pode ser utilizado para a exibição de tabelas, com controle do apresentador, por meio do recurso *Touch Screen*. Um pequeno banco compõe o cenário, que conta, ainda, com luzes de fundo que reforçam a identidade visual do programa.

A transformação estilística adotada em São Paulo foi expandida de forma mais significativa no Rio em 2010, quando Alex Escobar assumiu a apresentação do programa. Formado em Letras, a carreira de Escobar teve caminho inusitado até a chegada ao jornalismo esportivo. De comissário de bordo da Varig e da Transair, na década de 1990, passou a locutor da rádio JB FM, no Rio de Janeiro, e comentarista do programa esportivo Rock Bola, na Rádio Cidade, que se propunha a uma discussão bem-humorada sobre futebol, de 2002 a 2005. O convite para trabalhar na televisão veio em 2003, quando se tornou comentarista nas transmissões e em programas do canal SporTV. A estreia na TV Globo aconteceu em 2008, quando Escobar assumiu o bloco de esportes do telejornal *Bom dia Brasil*. Em 2014, Escobar também passou a fazer parte do time de narradores da Globo para a Copa do Mundo, transmitindo também algumas partidas do Campeonato Brasileiro.

De acordo com o Memória Globo, “Alex Escobar foi o escolhido para apresentar o Globo Esporte e desenvolver junto com a equipe uma maneira mais coloquial e espontânea de conduzir o programa.”³⁴ Assim como em São Paulo, o novo apresentador adotou uma linguagem mais informal, assumindo um tom de conversa com o público e com menos auxílio do teleprompter para anunciar as matérias, desenvolvendo um estilo próprio. Alex Escobar destaca que não existe um padrão rígido de como fazer o programa.

Tiago Leifert abriu um caminho sim lá, foi o primeiro a fazer um Globo Esporte diferente do que vinha sendo feito. Talvez tenha aberto um caminho para a gente fazer diferente também. Mas a gente nunca fez como ele faz. Acho que o acerto da Globo foi dar a possibilidade de cada apresentador de cada Globo Esporte fazer com a convicção e a cara dele, para que fique natural. Não existe um padrão de Globo Esporte hoje tão bem definido. O padrão é que o apresentador coloque a cara dele no Globo Esporte e seja natural.³⁵

³⁴ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/perfis/talentos/alex-escobar/trajetoria.htm>. Acesso em: 13 de julho de 2015.

³⁵ Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 14 de maio de 2015.

5.3.1. A linguagem informal e o entretenimento como metas

Uma das estratégias adotadas no GE para transmitir naturalidade foi abandonar o uso do teleprompter. Ao romper com o modelo largamente utilizado nos telejornais, o programa abriu mão do ensaio e da precisão das cabeças que chamam as reportagens para estimular a encenação de uma conversa com os telespectadores, como descreve Alex Escobar:

A questão do teleprompter (TP), de ler um texto ou não ler, tem gente que faz isso muito bem. Eu sempre cito o Tadeu Schmidt, que no Fantástico usa o TP, não fala nada de improviso, e não parece ler. Isso eu já não tenho. Quando estou lendo o TP, acho que denuncia. Procuro fazer o máximo que posso de improviso. Mas não é tudo, acabo lendo as notas que têm termos jurídicos, ou muita informação indispensável, mas no geral procuro fazer a coisa mais improvisada mesmo.³⁶

Sem o texto previamente planejado, para que o programa não estoure o tempo previsto, o editor-chefe estipula um tempo máximo em que o apresentador deverá chamar cada reportagem. Alex Escobar afirma que, muitas vezes, usa o teleprompter apenas como um apoio, colocando apenas as palavras-chave, ou modificando os textos escritos pela equipe de editores. “Os meninos (editores de texto) escrevem uma cabeça normal. Às vezes eu nem modifico (no script do programa) o que eles escrevem. Eu falo o que está escrito do meu jeito, da forma que vier na cabeça.”³⁷

Nos últimos anos, além da mudança da linguagem na apresentação, o Globo Esporte passou a inovar nas narrativas exibidas nas reportagens, apostando em recursos mais modernos, em comparação ao modelo predecessor, na estética e na forma de contar uma história. Observa-se, nos moldes atuais do programa, a preocupação em engajar o telespectador, por meio na aposta em ângulos inusitados na forma de retratar os jogos de futebol, além de um texto mais próximo da conversa com quem assiste à atração. Grande parte dos VTs ganhou músicas de fundo, que garantem à notícia traços específicos, como o humor, a leveza, o dinamismo e a dramaticidade, como se pretende demonstrar na última parte deste trabalho. A escolha das imagens obedece a critérios específicos, como explicou Tiago Leifert, em palestra, em 2009.

Entre uma imagem do Henrique, do São Paulo, com camisa e uma sem camisa, eu vou sempre pedir que o editor coloque uma sem camisa. Porque para o goleiro, tanto faz, como tanto fez. Mas para a irmã desse cara, talvez o Henrique sem camisa seja bom. O Real

³⁶ Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 14 de maio de 2015.

³⁷ Idem.

Madrid tem o Cristiano Ronaldo. Só que a nossa mãe e a nossa avó, talvez prefiram o Mourinho. Então, eu vou dar uma valorizada, falar da roupa dele. [...] A notícia vai estar lá, mas a gente vai dar uma floreada para conversar com essas camadas.³⁸

Por ser exibido entre o horário destinado aos telejornais locais da emissora e o *Jornal Hoje*, ambos com público abrangente, o Globo Esporte também passou a vislumbrar a atenção desses espectadores, que não necessariamente acompanham os acontecimentos esportivos. Nesse sentido, percebe-se que o atual desafio do programa é conseguir atrair, pela criatividade, quem não gosta de esporte, mas também seguir agradando seu nicho cativo – os amantes do futebol. É o que confirma Alex Escobar:

Se você parar para ver tudo o que a gente faz aqui, as informações estão todas lá. Não falta. Mas a gente não se satisfaz só com a informação em si. A gente quer contar aquilo de uma maneira legal, que entretenha. Que prenda a atenção de quem quer que seja. Porque a gente entra depois do RJTV³⁹, tá lá a dona de casa, a senhorinha, gente que não assiste a jogo de futebol. A gente não quer que eles mudem de canal, né?⁴⁰

Outro desafio para o programa é a concorrência com as plataformas digitais, que disponibilizam os lances, as polêmicas e os resultados de forma instantânea após as partidas. Anteriormente, devido às limitações técnicas e pelo alcance restrito da Internet a poucos setores da sociedade, os relatos dos jogos adquiriam certo tom de ineditismo, ou seja, as reportagens eram aguardadas como principal forma de visualizar os acontecimentos de um jogo de futebol. Assim, passou a ser necessário ir além de uma simples descrição dos treinos e dos jogos, para incentivar que até mesmo o mais informado telespectador espere até 12h50 do dia seguinte ao acontecimento para ligar a televisão em busca de um olhar diferenciado.

Se a gente entrar numa de fazer um programa boleiro, careta, quadrado, só com os gols, acho que os caras já viram isso. Acho que a pessoa que vê o Globo Esporte até inconscientemente ela vê pra ver uma outra abordagem do que ela já viu. Acredito que, numa segunda-feira, por exemplo, muita gente já viu o que a gente vai mostrar. E vê para ver de outro jeito.⁴¹

Assim, o programa assume o entretenimento como um dos seus principais compromissos na transmissão da informação. Para Escobar, o GE deixou de ser um

³⁸ Entrevista disponível em http://www.youtube.com/watch?v=_sNEn_Fjwc0. Acesso em: 20 de maio de 2015.

³⁹ Telejornal local exibido no Rio de Janeiro, de 12h às 12h50, antecedendo o Globo Esporte.

⁴⁰ Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 14 de maio de 2015.

⁴¹ Idem.

telejornal, ao longo de sua evolução, e passou a ser um programa de televisão com jornalismo e entretenimento.

O esporte aqui na Globo tem sido encarado como entretenimento e jornalismo. E é importante entender que entreter não é só fazer graça. Houve uma confusão no início, as pessoas batiam na gente dizendo “está todo mundo muito engraçadinho”. Mas é só uma implicância. Porque se você for ver, com atenção, com critério imparcial, vai perceber que a gente não fica fazendo graça o tempo todo. Entreter é emocionar, contar uma boa história de uma forma interessante e mais íntima, também.⁴²

5.3.2. O apresentador “desce do pedestal”

De fato, ao assumir o comando da edição carioca, Alex Escobar trouxe consigo elementos que contribuíram para a construção de uma imagem familiar ao telespectador carioca. Além do sotaque, o apresentador também incorpora elementos como jogo de cintura, simpatia e camaradagem – características que se encaixam no perfil do carioca, afeito à identificação do que se convencionou chamar de “carioquice”. Na edição regional, Escobar também passou a apostar na descontração para chamar as reportagens, além de adotar uma linguagem marcada por marcas de oralidade (AFFONSO & SANTOS, 2012). Essas estratégias aproximam o telespectador do programa e contribuem para uma leitura mais informal e distante de um telejornal convencional.

Nesse ponto, em “O Monopólio da Fala”, Muniz Sodré afirma que a televisão simula um contato direto e pessoal com o espectador. Um dos elementos necessários para consolidar essa relação é a figura dos apresentadores – símbolos de identificação que, para atingirem o público, devem encarnar virtudes que sejam compatíveis às expectativas do telespectador, com o tom coloquial e familiar na apresentação de notícias. “Por apresentador ou animador, entende-se o indivíduo encarregado de introduzir ou 'pontuar' um programa ou então – com mais frequência no caso do animador – de criar um clima especial para o programa.” (SODRÉ, 1984, p.60).

No atual modelo de Globo Esporte, o apresentador tem a liberdade de inovar para entreter. Alguns casos podem ilustrar esse panorama. Na edição paulista do dia 4 de maio de 2015, por exemplo, Tiago Leifert apresentou o programa ao lado de alguns dos jogadores do Santos, um dia após a conquista do Campeonato Paulista pela equipe. Na campanha, o atacante Robinho havia composto um funk para provocar o rival Palmeiras e, em seguida, outra letra para se redimir. Aproveitando-se da presença dos

⁴² Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 14 de maio de 2015.

atletas, Tiago Leifert surpreendeu os convidados. Pegou do bolso um papel e transformou-se em MC Laifinho, cantando uma letra composta por ele mesmo para destacar a campanha vitoriosa e os principais acontecimentos da competição. A brincadeira também serviu como um pedido de desculpas à torcida do Santos, pelo fato de a emissora ter optado por transmitir uma partida do Corinthians em um sábado e ter exibido um filme do Homem Aranha, no horário tradicional das transmissões de domingo, quando o Santos também disputava as quartas de final.

Quadro 1: Tiago Leifert vira MC Laifinho e escreve letra de funk para o Santos

Alô, torcida do meu Peixe/ Já cansada de vencer / Se liga aqui na Globo/ Que tem filme pra você./ O roteiro é repetido/No final o Santos ganha./ O herói é o Robinho, não é o Homem-Aranha./ Salve professor Marcelo/ Esse cara é *daora*/ Deve tá na coletiva, agradecendo até agora./ Parabéns para o Valdivia/ Jogador sensacional/ Mas não o do Palmeiras , é o do Internacional./ Sou MC Leifinho, sou moleque rimador./ Deu a louca no Dudu, ele bateu no professor./ É o novo Edmundo, craque da camisa 7/Vai tomar um gancho até 2017./ O que falar do Lucas Lima./ Meia habilidoso./ Mais bonito que o Beckham e muito mais estiloso./ Tem Ricardo Oliveira, o craque do campeonato/ Meteu 11 caixas e ganhou novo contrato./ E o goleiro Vladimir, que entrou numa fogueira./ Ele pegou o fogo e acendeu a churrasqueira./ Agora é só comemorar, mas antes tenho um recado./ Só um pensamento para a gente ficar focado./ Alô, alô, diretoria, não esquece do dinheiro./ Nós já *ganhô* o Paulista e *quer* ganhar o Brasileiro!/
(Nota: O texto original contém uma palavra que parece ser "ganhô" e "quer", que são gírias comuns no funk brasileiro.)

Fonte: Portal GloboTV.⁴³

No bloco seguinte, o programa apresentou um clipe de encerramento do campeonato, uma tradição da edição paulista. Desta vez, o clipe trouxe a reação das famílias dos jogadores ao assistirem à final entre Santos e Palmeiras, no domingo, mesclando os lances e momentos dramáticos das partidas com as reações de alegria, tristeza e apreensão dos familiares, utilizando, ainda, os depoimentos emocionados dos filhos e das esposas dos atletas. Como em uma narrativa de cinema, a conquista do título ganhou contornos epopeicos. Após o fim do VT, na volta ao estúdio, os jogadores apareceram desabando em prantos. Sentado no degrau do estúdio com os atletas e

⁴³ Disponível em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/globo-esporte-sp/t/edicoes/v/conheca-o-funk-do-santos-campeao-feito-por-mc-laifinho/4154165/>. Acesso em 13 de julho de 2015.

contagiado pela emoção, Tiago Leifert encerrou o programa com lágrimas nos olhos e voz embargada.

O envolvimento demonstrado pelo apresentador nos dois casos é a expressão de que, assumidamente, o esporte passou a ser tratado como emoção na cobertura da emissora. Anteriormente, a postura mais contida do apresentador era uma preocupação do programa, algo que Tiago Leifert deliberadamente modificou.

O esporte é legal porque ele diverte, ninguém assiste ao jogo do Corinthians para se informar, assiste para se divertir, para torcer, xingar o juiz. O jornalismo no Globo Esporte estava muito pesado, eu brinco que a gente estava numa *rave* usando smoking. Hoje eu acho que é muito mais entretenimento do que informação, ele tem um peso maior no programa. (LEIFERT apud BEZERRA, 2009, p.9).

Na edição carioca, o apresentador Alex Escobar comanda, às terças-feiras, o quadro *Cafezinho com Escobar*. Na atração, o apresentador vai às ruas do Rio de Janeiro para ouvir a opinião dos torcedores a respeito do desempenho dos times no fim de semana e também sobre os atletas. Para isso, uma mesa típica dos botequins é armada nas praças e calçadas cariocas e o apresentador leva, nas mãos, uma garrafa térmica com café para convidar os transeuntes para uma conversa.

Uma novidade introduzida recentemente no quadro é o *Samba do Cafezinho*. Um grupo de pagode acompanha o apresentador e, juntos, todos compõem um samba para resumir a rodada dos campeonatos. A cada semana, varia apenas a letra, mas o ritmo continua o mesmo, o que gera um desafio e uma expectativa de encaixar uma nova rima baseada na rodada anterior. Atualmente, o programa vem apostando na interatividade e convida os telespectadores a enviarem vídeos com suas versões das músicas, que também são exibidas no quadro. Um tutorial preparado por Alex Escobar e pela banda ensina como fazer as versões da música característica do quadro⁴⁴. Desse modo, o programa estimula um clima de amizade entre torcedor e apresentador.

Acho que o Globo Esporte do Rio me mostra, me expõe. Não é um personagem, é o jeito que eu sou mesmo. O *Cafezinho* me permite participar de um churrasco, como se estivesse batendo um papo entre amigos. Claro que dou uma debochada do que o cara fala, dou uma cutucada para ver se ele fala mesmo o que está querendo falar. A maior intenção do *Cafezinho* é nos aproximar ainda mais de quem nos assiste. E ouvir as pessoas, fazendo com que elas participem do programa também.⁴⁵

⁴⁴ Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/programas/globo-esporte/noticia/2015/02/quer-mandar-seu-samba-para-o-cafezinho-escobar-te-ensina-como.html>. Acesso em 18 de maio de 2015.

⁴⁵ Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 14 de maio de 2015.

Nesse ponto, ao traçar uma comparação das reformulações no programa, observa-se que há, também no GE/RJ, um esforço para quebrar uma certa aura construída acerca do apresentador – relacionada ao que Muniz Sodré observou como uma restrição à possibilidade de troca, na distinção entre falante e ouvinte imposta pelo modelo televisivo. Principalmente no esporte, o exercício é o de aproximação, tanto pela linguagem quanto pelo conteúdo, efeito que, segundo o autor, é uma das exigências para cativar a audiência.

A interpelação direta efetuada pelo apresentador é o elemento fático mais visível da televisão. A familiaridade instaurada por seu rosto, em atitude de conversa íntima, de bate-papo, naturaliza a apresentação do mundo pelas imagens (vale frisar: apresentar, mostrar ou apontar o mundo é o específico da 'arte' televisiva) e estabelece o *contato* com o telespectador. Este espera sempre que a tevê ultrapasse os efeitos do mero espetáculo ou de pura informação e se invista da atmosfera de simpatia e camaradagem, característica ideal de grupos primários, como a família. (SODRÉ, 1984, p.61).

Criado em Bangu, no subúrbio do Rio, Alex Escobar se diz favorecido por seu lado popular, e afirma que essa característica facilita a comunicação com o público amplo. Escobar ressalta que, agora, o apresentador “desceu do pedestal” e destaca que, muito além da queda da bancada, a ruptura com o modelo anterior também se dá no contato interpessoal. Observa-se o reconhecimento do apresentador como a figura comum, que interage e brinca a partir do esporte.

Muita gente vem falar comigo como se fosse meu amigo, como se me conhecesse há algum tempo. Isso é uma alegria. É uma coisa próxima, não tem mais aquela divisão de antes, em que o apresentador ficava ali numa bancada, como se fosse um imperador, de cima pra baixo, como se fosse uma entidade diferente de quem está assistindo ao programa.⁴⁶

Em uma breve análise, observa-se que as edições do programa, tanto no Rio quanto em São Paulo, obedecem a critérios de noticiabilidade amplamente utilizados como guia no jornalismo. Um deles, de acordo com Traquina (2005), já citado no capítulo anterior, é o valor-notícia do dia noticioso. Como apontam Herótoto Barbeiro e Patrícia Rangel, o jornalismo esportivo tem pautas fixas, reféns da agenda de jogos e treinos (BARBEIRO & RANGEL, 2013, p.26). Assim, a segunda-feira é marcada pela repercussão dos jogos de domingo, assim como acontece às quintas-feiras, em relação às rodadas do dia anterior. Os dias seguintes aos jogos geralmente não têm atividades

⁴⁶ Idem.

nos clubes. Em rádios e em alguns programas esportivos de outros canais, a falta de pautas costuma ser driblada com a divulgação de especulações, criação de polêmicas que acabam não se confirmando.

Observa-se que o Globo Esporte foge a essa regra por meio da criação de quadros mais criativos, com proposta de entreter, “reembalando” os jogos a partir de outros valores-notícia, como o inusitado, o inesperado, a personalização e a dramatização. São outros exemplos dessa abordagem o quadro *GE 10*, um compacto com os lances mais marcantes da rodada, por sua beleza, pela dificuldade ou pela falha grotesca de algum atleta; e o quadro *Inacreditável Futebol Clube*, que convida os jogadores que tenham perdido oportunidades claras de gol a vestirem uma camisa preparada pelo programa, formando um time de que atleta nenhum gostaria de participar. O quadro é marcado por humor, ao criar a expectativa da reação dos atletas e seus depoimentos sobre os lances bizarros. Assim, percebe-se que o programa assumidamente é uma hibridação entre jornalismo e entretenimento.

Tem dia que o Globo Esporte é mais jornalístico, tem dia que ele é mais entretenimento, de acordo com o que a gente tem na mão para falar. Numa segunda-feira, por exemplo, ele é bem jornalístico, porque tem muita informação pra dar, tudo o que aconteceu no Brasil e no mundo no domingo. Na terça-feira, ele tende a ser mais entretenimento, a começar pelo *Cafezinho*.⁴⁷

Esse compromisso afirmado pelo apresentador pôde ser verificado na edição carioca do dia 15 de maio de 2015. Apesar de prometido, não foi exibido no programa o primeiro capítulo da segunda temporada do quadro *Os Contadores* – que se dedica a reunir ex-jogadores e técnicos em uma mesa de bar para relembrar histórias curiosas e engraçadas do futebol. Em vez do quadro de humor e memória, o GE/RJ optou por dar destaque às informações sobre a confusão provocada pela torcida do Boca Juniors, na Copa Libertadores, que arremessou objetos no gramado e utilizou gás de pimenta contra os jogadores do rival River Plate. Depois de uma nota coberta – notícia lida pelo apresentador com imagens de ilustração – expondo os acontecimentos, o programa dedicou parte de seu tempo em uma entrada ao vivo com um repórter direto de Buenos Aires, para atualizar os telespectadores sobre a situação do clube.

⁴⁷ Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 14 de maio de 2015.

6. AS MUDANÇAS DE LINGUAGEM DO GLOBO ESPORTE

Este capítulo pretende fazer uma breve reflexão sobre as matérias do Globo Esporte, em diferentes épocas do programa, para elucidar a mudança de padrão de notas cobertas e na narrativa das reportagens. Para isso, serão feitas transcrições dos conteúdos do programa, primeiramente do ano de 1981 e, em seguida, de edições do GE mais recentes, tanto da edição carioca, quanto da paulista.

6.1. Transcrições de 1981

Iniciando a observação de transcrições do GE, o trecho abaixo é da cabeça de uma matéria, apresentada por Fernando Vanucci, que tratava do jogo Cobreloa 0 x 2 Flamengo, em 23 de novembro de 1981, quando o Flamengo conquistou o título da Copa Libertadores. A data foi escolhida pela disponibilidade de material na internet e, principalmente, por se tratar de um título internacional de um clube brasileiro, ocasião que teria, até os dias de hoje, amplo destaque na cobertura do programa.

Quadro 2: cabeça do título da Libertadores pelo Flamengo no Globo Esporte

A conquista do Flamengo. A letra do hino do clube já antecipa: seria um desgosto profundo, se faltasse o Flamengo no mundo. E o Flamengo agora é campeão sul-americano. 2 a 0 no Cobreloa, do Chile, ontem à noite, em Montevideú, na decisão da Taça Libertadores da América.

Fonte: YouTube.⁴⁸

Quanto à linguagem, percebe-se o predomínio do nível semiformal – com quase nenhuma gíria, abreviação ou marca de oralidade. O programa era apresentado seguindo a norma culta da língua – com regência verbal e concordância verbal e nominal próximas do padrão gramatical. Segundo o linguista José Luiz Fiorin, “A gramática que se ensina nas escolas é, então, a descrição do que se chama norma culta.” (FIORIN, 2000, p. 29). É esse padrão linguístico que costuma prevalecer em textos da mídia em geral, principalmente quando há planejamento prévio dos textos – sem o qual é mais comum haver desvios cometidos na fala espontânea. Como o teleprompter era utilizado

⁴⁸ Disponível em: http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&NR=1&v=fT_Q7PkudK4. Acesso em: 25 de maio de 2015.

para a apresentação, o texto usado pelo apresentador já havia sido escrito justamente para ser falado, era previamente planejado e revisado antes de ir ao ar e chegar ao receptor, por isso, “não apresenta marcas de planejamento e execução. [...] não aparecem hesitações, truncamentos, correções etc.” (FIORIN, 2000, p. 31). Observa-se, ainda, a preocupação do apresentador em impostar a voz – a comunicação não verbal é feita pelas expressões faciais discretas e pela movimentação contida pela bancada.

A reportagem que sucede a cabeça feita por Vanucci apresenta trechos originais da transmissão feita pelo locutor esportivo Luciano do Valle, referentes aos gols marcados no jogo e do momento em que o time ergue a taça. Há uma repetição de cada gol, mas pelo mesmo ângulo, evidenciando a limitação no número de câmeras. Em seguida, há entrevistas com alguns jogadores. Não há descrição ou relato de repórteres, nem músicas na edição. Os cortes são bruscos e evidentes, na montagem da edição, sem outros efeitos largamente utilizados no programa atual.

Ao se observar mais uma edição do GE de 1981, pode-se confirmar essas características linguísticas. Abaixo, apresenta-se a transcrição de uma matéria sobre o título brasileiro do Grêmio, na qual Léo Batista começa a relatar a atuação da equipe no campeonato ainda no estúdio, em um texto falado com pausas e entonação bem marcadas. Sua voz fica em *off*, com o hino do Grêmio como música de fundo, o que caracteriza uma nota coberta. Percebe-se, também, a tentativa de organizar a sequência das imagens com base na estimativa do tempo que o apresentador levaria para ler todo o texto – o que não ocorre da maneira planejada, visto que o apresentador fica em silêncio após a leitura do texto, à espera da imagem do gol do título que anunciara.

Quadro 3: o título brasileiro do Grêmio noticiado pelo Globo Esporte

O futebol brasileiro tem um novo campeão: o Grêmio. Um campeão que superou as suas deficiências e a sua irregularidade – perdeu sete jogos – armando o time durante o campeonato. As mudanças deram resultado. Na defesa, *os jovens Paulo Roberto, Nilmar e Casemiro se juntaram aos experientes Leão e De León*, e o time ganhou o que mais buscava, tranquilidade. Tranquilidade que aumentou com a chegada *de Vilson Taddei*. Foi *Taddei*, com sua *incrível* mobilidade, que armou de vez o meio-campo do Grêmio e deu ainda mais liberdade *para Paulo Isidoro, grande nome* do Grêmio campeão. Com *Taddei*, *Isidoro* pôde jogar como gosta - e sabe: marcando, armando e concluindo. Tanto que acabou como um dos goleadores do Grêmio e mostrou, mais uma

vez, a importância de um artilheiro. E esse artilheiro *foi Baltazar*. *Baltazar* começou mal o campeonato, foi parar na reserva, mas voltou em grande estilo. Com esse time, o Grêmio entrou nas finais com muita aplicação e foi assim que virou o jogo com a Ponte Preta em Campinas, garantindo a vaga na finalíssima, mesmo perdendo para Ponte em Porto Alegre. Na finalíssima contra o São Paulo, essa aplicação foi ainda mais importante. Foi graças a ela que o Grêmio virou o primeiro jogo, em Porto Alegre, e segurou o São Paulo, em São Paulo, até decidir tudo. *E aí o artilheiro Baltazar* apareceu em grande estilo. Fez o gol do título, *um golaço!*

Fonte: YouTube⁴⁹, grifos do autor.

Observa-se, na transcrição, um texto construído em nível de linguagem semiformal e marcado por um afastamento do apresentador do programa por meio da objetividade na observação dos fatos. De acordo com a pesquisadora em mídia e linguagem Patrícia Nascimento, a narração é a forma redacional predominante na prática jornalística (NASCIMENTO, 2009, p.54). Observa-se, no texto lido por Léo Batista, o emprego de verbos que expõem mudanças de situação – como nos trechos que apontam a superação de deficiências, a armação do time e o ganho da tranquilidade.

A finalidade do relato transcrito acima é fazer um retrospecto do campeão Grêmio na competição, dirigindo-se a um público nacional. A referência a jogadores é distanciada, sem uso de artigo definido. Em vez disso, o texto procura atribuir qualidades aos atletas, completando informações, como em “o artilheiro Baltazar”, “os jovens Paulo Roberto, Nilmar e Casemiro” e “aos experientes Leão e De León”. Percebe-se o uso de adjetivos subjetivos, embora em pouca quantidade, destacando o teor argumentativo do texto lido por Léo Batista em “Paulo Isidoro, grande nome do Grêmio”, “Taddei, com sua incrível mobilidade”. Além disso, em “*E aí*” e “*golaço*”, notamos as únicas marcas de oralidade que ajudam a aproximar o texto do espectador.

6.2. Transcrições de 2011

Para elucidar as transformações ao longo do tempo no programa, optou-se por observar, abaixo, a transcrição de um VT exibido na edição carioca do Globo Esporte, no ano de 2011 – uma diferença de 30 anos, em relação aos dois textos apresentados

⁴⁹ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=zgiZr7FkbwQ>. Acesso em: 3 de agosto de 2012.

acima, o que permitirá perceber profundas mudanças tanto na apresentação quanto no texto das matérias. Primeiramente, será transcrita a cabeça da matéria, feita pelo apresentador, após abrir o programa, em 8 de setembro de 2011, que começou com um clipe envolvendo o desempenho dos clubes cariocas.

Quadro 4: cabeça do GE/RJ sobre a vitória do Fluminense sobre o Cruzeiro

Olá! Muito boa tarde pra você! É pra se orgulhar mesmo, *né*, é pra *tirar onda* mesmo, todos os times cariocas brigando por título no Brasileirão. Botafogo ontem não só ganhou mais uma vez, mas ganhou com Engenhão lotado, com apoio da torcida e de goleada. *Ma ente* começa falando da vitória do Fluminense fora de casa, vitória expressiva sobre o Cruzeiro. Campeão brasileiro *tá* engrenando, *tá* chegando e já foi a terceira vitória seguida, *hein?!*”

Fonte: portal Globo TV.⁵⁰

No trecho acima, percebe-se a ênfase na informalidade, em um texto possivelmente elaborado no momento de sua execução, sem apoio do teleprompter. Na fala de Escobar, diferentemente do padrão do GE até 2007, existem marcas que, segundo o linguista Luiz Antônio Marcuschi, são tipicamente produzidas na fala espontânea, marcas de oralidade como “né” e “hein” (MARCUSCHI, 2001, p.77) – além de “Ma ente”, em substituição à dicção mais cautelosa para “Mas a gente”. Podem ser notadas também expressões populares, como “tirar onda”. Observa-se também que, desta vez, o apresentador sequer anuncia o resultado do jogo na cabeça. Conforme já expressado anteriormente, essa postura pode levar em conta o fato de que o placar já é conhecido por grande parte do público, devido à disponibilidade de informações na Internet e em outros programas, como o *Fantástico*, no dia anterior. Em vez disso, o dado enfatizado é a sequência de vitórias do Fluminense no Campeonato Brasileiro.

Em seguida, a matéria começa com imagens de Fred e segue com lances da partida, com músicas de fundo e com texto (off) gravado por Escobar.

Quadro 5: VT do GE/RJ sobre a vitória do Fluminense sobre o Cruzeiro

- Escobar: No fim do jogo, *o Fred* foi substituído, passou a braçadeira de capitão *pro Gum*, apontou pra torcida e *rolou aquela sensação* de dever cumprido, *né*. E *o Fred* se

⁵⁰ Disponível em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/globo-esporte-rj/v/globo-esporte-rj-integra-do-dia-08-de-setembro-de-2011/1623799/>. Acesso em 3 ago. 2012.

esforçou: orientou a turma, reclamou, agradeceu, brigou. Com a bola no pé, ele chamou a *responso* também.

- Narração de Luis Roberto do jogo, no lance em que o pênalti é marcado pelo árbitro: Opa! O Fred foi seguro pelo peito.

- Escobar: *Quem foi bater o pênalti? Cê sabe, né?*

- Narração: Fred pra bola, bateu, goooooo!

- Escobar: Depois o *Ciro* também foi derrubado na área

- Narração: Olha, o *Ciro*, ele e o Marquinhos Paraná... bom, a camisa tá enroscada no mínimo ali.

- Escobar: Só que *esse aí* o juiz não deu. E de novo, bola no pé *do Fred*, o segundo gol *também ia ser dele*.

- Narração: Rolou pro Fred, que bolão! Fred... Fábíoo!

- Escobar: Mas foi *do Marquinho*, gol bonito *hein?! E nem tocou na rede, repara aí, ó!*

- Narração: Levantamento pro Marquiiiiinho...na trave e entrou! Gooooool! (corte) O Fábio tenta evitar, mas não consegue!

- Trecho de sonora do técnico Abel Braga: “Fizemos 2 a 0, o jogo tava absolutamente controlado, mas depois passamos sufoco numa jogada que infelizmente erramos”.

- Escobar: É, o Fluminense errou na marcação, mas segurar o *Montillo* é complicado mesmo.

- Narração: “Aí o Montillo, tem chance pro chute, clareou bonito Montillo, joga muuuito! Gooooool!”

- Escobar: O argentino quase fez mais, *hein?!*

- Narração: Digão ficou. Aí o Montillo, de esquerda. E o Diego Cavalieri pra fazer a defesa.

- Escobar: Não deu tempo pro segundo gol *do Montillo*, o jogo acabou antes. Flu 2 a 1 no Cruzeiro, terceira vitória seguida, melhor sequência no Brasileirão até agora. *Fluminense tá vivo, hein?! Já é o sexto colocado*.

- Trecho de sonora de Abel Braga: “Você começa a ter o respeito do campeão brasileiro, e até dia 4, 3 de dezembro, o campeão brasileiro é o Fluminense.”

Fonte: portal Globo TV⁵¹, grifos do autor.

⁵¹ Disponível em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/globo-esporte-rj/v/globo-esporte-rj-integra-do-dia-08-de-setembro-de-2011/1623799/>. Acesso em: 3 de agosto de 2012.

Na transcrição acima, percebe-se como o texto lido pelo apresentador Alex Escobar aproxima a matéria de um gênero narrativo fictício – vale destacar que a narração apresenta um enredo que se divide em apresentação dos agentes da narrativa, uma complicação, o clímax e o desfecho (NASCIMENTO, 2009, p. 47). Por ser um texto destinado ao público do estado do Rio de Janeiro, a matéria se baseia em um ponto de vista em conformidade com o dos torcedores do Fluminense, por isso, o jogador Fred, do Fluminense, é descrito como protagonista da matéria, e o cruzeirense Montillo se torna o antagonista.

Os personagens da partida desenvolvem suas ações ao longo do enredo, apresentado fora de ordem cronológica, com a criação de um conflito – o gol de Montillo – e de um clímax – quando o Cruzeiro esboça uma reação no jogo. A dramaticidade é garantida pelo fundo musical de trechos de rock e música clássica, aliada a trechos da narração de Luis Roberto e de entrevista com Abel Braga. Há a criação de expectativa em quem assiste à matéria, por meio da valorização dramática do protagonista Fred na partida, como no off “E de novo, bola no pé do Fred, o segundo gol também ia ser dele” e o posterior trecho da narração exaltando a defesa do goleiro Fábio, realçando a dificuldade vivida pelo time carioca em ampliar o marcador.

O texto lido por Escobar dialoga com os trechos, como quando o técnico do tricolor carioca aponta para um erro de posicionamento da equipe e o jornalista diz “É, o Fluminense errou na marcação, mas segurar o Montillo é complicado mesmo.” – um comentário que conforma os torcedores pelo gol sofrido e exalta o adversário. O desfecho da trama é marcado pelo comentário de alívio “Não deu tempo pro segundo gol do Montillo, o jogo acabou antes.”, quando o apito final sela a vitória do time carioca e um “final feliz” ao torcedor.

Observa-se na transcrição da matéria um tratamento aproximado e informal do jornalista com os jogadores. O emprego do artigo definido “o” para referência a jogadores das duas equipes, como em “o Fred foi substituído”, “passou a braçadeira de capitão pro Gum” e “o Ciro também foi derrubado”, garante sensação de proximidade dos torcedores com os atletas, demonstra intimidade.

Nota-se, portanto, o objetivo afirmado por Leifert e Escobar de aproximar a linguagem do programa à do torcedor, por meio da escolha de nível de linguagem informal e expressões largamente utilizadas na fala informal (como “chamou a *responsa*”, “rolou aquela sensação de dever cumprido”). Nesse sentido, é perceptível o

esforço de criação de uma interação com o telespectador no relato dos lances, expressa pela pergunta “Quem foi bater o pênalti?” e a resposta imediata “Cê sabe, né?”. Esse artifício dá um tom de conversa com o público durante o relato, o que pode também ser notado por comentários como “Só que esse aí o juiz não deu”, “E nem tocou na rede, repara aí ó!”, “gol bonito *hein?!*”, “o argentino quase fez mais, *hein?!*” e por “Fluminense tá vivo, *hein?!*”.

Dessa forma, constata-se o uso exacerbado e proposital de marcas de oralidade como “né” e “hein” para essa aproximação, mesmo em um texto previamente planejado antes de ir ao ar. É o que confirma Alex Escobar:

É de propósito. Eles (os editores) escrevem o texto e muitas vezes, na hora em que eu vou gravar, às vezes, soa meio falso, forçado. Se eu sentir que não está natural, eu mudo, faço do meu jeito. Coloco um *hein, que isso*, várias interjeições, que tornam aquilo ali mais falado, menos lido. Acho que a informalidade é isso: é buscar contar uma história mais falada. O off lido no esporte é horrível, acho careta, caído. O texto do esporte não tem que ser engraçado, pretensiosamente bem-humorado – acho chato também. Ele tem que ser natural, é o que eu busco todo dia no meu trabalho. “Eu falaria isso?”, “Eu falaria desse jeito se eu estivesse com os amigos?”. Esse é o modelo que eu busco para o meu trabalho.⁵²

Comparando as duas últimas transcrições de matérias, a de 1981 e a de 2011, constata-se que a estrutura do texto falado por Léo Batista parece ter compromisso com a documentação, uma vez que busca relatar a conquista do Grêmio fazendo uma síntese da campanha da equipe e pode ser facilmente compreendido por leitores sem o auxílio das imagens apresentadas no programa. Já o texto falado por Escobar, ao contrário, aproxima-se de uma narrativa com existência de intriga, expectativa e dramaticidade por mecanismos audiovisuais – a manipulação de imagens e músicas de fundo –, a partir dos quais o editor se aproveita para elaborar o relato e dos quais o leitor do texto necessita para compreender a transcrição e entender como foi a partida.

6.3. Transcrições de 2015

Outra característica explorada pelo programa, desde a reformulação de 2009 que começou em São Paulo, é o uso do humor. Optou-se por observar, abaixo, a transcrição de um VT, da edição paulista de 13 de abril de 2015, que resumia os outros

⁵² Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 14 de maio de 2015.

campeonatos estaduais – especificamente a parte referente à semifinal do Campeonato Carioca, entre Vasco e Flamengo.

Quadro 6: cabeça do VT do GE/SP sobre os campeonatos estaduais

Cabeça - Saindo um pouco do nosso estado de São Paulo, olhando os outros estaduais, *olha só* o jogo no Rio de Janeiro. *Se liga*.

Fonte: portal Globo TV⁵³, grifos do autor.

A partida foi marcada pelas faltas violentas e pelos erros de arbitragem – principalmente pela falta de medidas enérgicas que impedissem a quantidade de lances desse tipo. Por esse motivo, pode-se observar que Tiago Leifert anunciou a reportagem em tom cômico, e com um texto que aguça a curiosidade de quem assiste e dá o aviso de que o jogo foi marcado por cenas inusitadas – o inusitado, vale lembrar, é um dos valores-notícia anunciado por Traquina (2005). Elementos como “olha só” e “se liga”, intrinsecamente coloquiais, garantem a impressão de que o apresentador ambiciona desenvolver uma relação de proximidade com os espectadores, tratando-os como se estivesse em uma conversa informal. A reportagem começa com imagens em velocidade reduzida, com uma música de fundo lenta, de piano, e uma narração também em ritmo devagar.

Quadro 7: matéria do GE/SP sobre a partida entre Flamengo e Vasco

- Leifert: futebol é um esporte de contato. Mas não exatamente da sola da chuteira com o ombro e a bochecha do adversário. *Aí é pra* expulsar – menos na opinião do juiz de Flamengo e Vasco, semifinal do Carioca. João Arruda reinventou as regras do futebol no jogo de ontem.

(imagem do árbitro apitando início de jogo; troca de música de fundo lenta para som agitado de rock, com imagens em diversos ângulos das faltas duras no jogo)

- Leifert: fraturou a clavícula, Gilberto? Não fraturou?! Houve perfuração no pulmão?! Não teve! Então, só amarelo *pro* Jonas, tranquilo. *O Guiñazu* quase mordeu o juiz! Se tivesse mordido, *acho que era* só amarelo, também.

(imagens do árbitro apitando)

⁵³ Disponível em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/globo-esporte-sp/t/edicoes/v/globo-esporte-sp-programa-de-segunda-feira-13042015/4108403/> Acesso em: 25 de maio de 2015.

- Leifert: Wallace chutou Rodrigo dentro da área. Quebrou a perna? Não quebrou? Amarelo. Cirino *no Guiñazu*. Rompeu os ligamentos do joelho? Não rompeu? Rasgou a meia? Amarelo.

(imagens em câmera lenta do jogador do Vasco agredindo o zagueiro do Flamengo, sem bola, ainda com rock como música de fundo)

- Leifert: Dagoberto – língua entre os dentes – acerta as costas *do Bressan!* Quebrou o pescoço *do Bressan?* Não quebrou? Então, segue o jogo.

(imagens do árbitro apitando)

- Leifert: a partida, obviamente, terminou 0 a 0. Não deu tempo de fazer gol entre um *round* e outro.

Fonte: portal Globo TV⁵⁴, grifos do autor.

O texto narrativo começa com afirmações de senso-comum para qualquer telespectador que já tenha assistido a uma partida de futebol e com uma marca argumentativa, “Aí é *pra* expulsar”. O trecho seguinte, “menos na opinião do juiz de Flamengo e Vasco”, é uma forma de romper com a estrutura e dar início a uma sequência de ironias para questionar os critérios do árbitro da partida. Em “João Arruda reinventou as regras do futebol no jogo de ontem”, observa-se uma estrutura semelhante à de uma tese em um texto dissertativo, cuja função é nortear os argumentos seguintes (NASCIMENTO, 2009, p.57).

A partir daí, elegeu-se um personagem principal para a narrativa: o árbitro. Na sequência, repetiu-se a estrutura de uma descrição de algum lance, seguida de uma série de perguntas elaboradas e respondidas pelo próprio apresentador, como se estivesse forjando um diálogo. É o que se percebe em “Wallace chutou Rodrigo dentro da área. Quebrou a perna? Não quebrou?”, e no veredito “Amarelo.” Observa-se, com a narração bem-humorada, que a intenção é simular por meio dos exageros a maneira como o árbitro interpretava as entradas duras e incompatíveis às regras do jogo e, assim, lançar questionamentos a seus critérios. O texto parece defender que os lances deveriam ser punidos com expulsões e não com cartões amarelos, como fez o árbitro. O trecho “Se tivesse mordido, *acho que era só amarelo, também*” é uma prova da crítica à postura do árbitro.

⁵⁴ Disponível em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/globo-esporte-sp/t/edicoes/v/globo-esporte-sp-programa-de-segunda-feira-13042015/4108403/> Acesso em: 25 de maio de 2015.

A opinião dos editores do programa sobre o jogo são expressas, mais uma vez, nas frases que encerram o texto. A palavra “obviamente” tem, inerentemente, um tom opinativo. Ao dizer que “não deu tempo de fazer gol entre um *round* e outro”, associou-se o jogo de futebol a outro esporte, a luta, o que marca mais uma vez uma ironia, com efeito de humor, e uma crítica ao baixo nível técnico da partida. Desse modo, ao observar a construção do VT, percebe-se que, em vez de mostrar as chances de gol e se limitar a um compacto convencional, a estratégia é a de partir de lances curiosos para contar a história do jogo – o que se faz necessário, principalmente, para atrair a audiência do público paulista a um VT sobre dois times cariocas, que, no momento, participavam de um campeonato distinto em relação aos times de São Paulo.

A próxima cabeça a ser analisada é do GE/RJ do dia 27 de abril de 2015, que anunciava a reportagem sobre a primeira partida da final do Campeonato Carioca entre Vasco e Botafogo. Nota-se que, assim como Tiago Leifert fez no trecho discutido acima, o apresentador Alex Escobar também aposta em um tom de conversa para chamar a reportagem. Mais uma vez, o teor informativo da cabeça é baixo, já que não anuncia informações como o placar, por exemplo, mas opta por contextualizar e descrever o clima do jogo, a ser destacado pela reportagem, com o uso de um adjetivo marcadamente subjetivo.

Quadro 8: Cabeça do GE/RJ sobre o primeiro jogo da final do Carioca

Cabeça: no Rio de Janeiro, Vasco e Botafogo também já fizeram também o primeiro jogo da decisão – que foi <i>animado</i> até o último minuto!

Fonte: portal GloboTV⁵⁵, grifo do autor.

A reportagem sobre a partida⁵⁶, feita pelo repórter Edson Viana, segue a tendência da maioria dos VTs sobre jogos, que vêm apostando cada vez mais recursos tecnológicos. A reportagem apresenta uma das principais aquisições da TV Globo para as transmissões: a chamada câmera 360, tecnologia que possibilita a formação da imagem de uma jogada a partir de diversos ângulos, em um giro de 360 graus. No VT, a finalização que quase resultou no gol do Vasco é mostrada com riqueza de detalhes por meio do recurso; um trecho da transmissão de Luís Roberto, destacando o olhar do

⁵⁵ Disponível em: <http://globoTV.globo.com/rede-globo/globo-esporte/t/ultimos/v/globo-esporte-programa-desta-segunda-feira-27042015-na-integra/4138461/> Acesso em: 23 de maio de 2015.

⁵⁶ Idem.

goleiro botafoguense para a bola na trajetória do gol, também é explorado. A narração original é utilizada, ainda, em momentos de tensão da partida, como uma chance de gol do atacante Rodrigo Pimpão, dissecada por computação gráfica mostrando o espaço que o atleta tinha na execução da jogada, além de calcular a velocidade de 115 quilômetros por hora do chute. O recurso também é usado para analisar outras jogadas ofensivas do Botafogo.

A reportagem conta a história do clássico decisivo fora de ordem cronológica: começa mostrando a empolgação da torcida vascaína com a vitória no fim do jogo, passa por entrevistas com o atacante Rafael Silva, autor do gol vascaíno, e com o técnico do Botafogo, René Simões, que destacou a beleza do futebol. Em seguida, uma chance clara de gol do Botafogo é mostrada, com uma música de fundo que transmite tensão. Na sequência, há uma transformação com uma música de fundo leve, quando o repórter destaca o figurino inusitado de alguns torcedores para relacionar à quantidade de chapéus na partida – lances em que o jogador alça a bola sobre a cabeça do adversário e a retoma antes de cair no chão. A reportagem segue com a mesma estratégia, alternando momentos de tensão com lances inusitados. O VT, inclusive, usa um efeito de vídeo semelhante ao de filmes antigos para voltar no tempo e mostrar que uma jogada de gol feita pelo Botafogo, no jogo anterior, foi semelhante à jogada feita contra o Vasco, com a diferença de que, desta vez, a bola acertou o travessão. Logo depois, a reportagem, enfim, chega ao gol do atacante Rafael Silva, em diversos ângulos, repercutido com entrevistas com o técnico do time adversário e com o próprio atacante. O VT termina com entrevistas com torcedores rivais, lado a lado, e cria a expectativa para o segundo jogo da final do Campeonato Carioca, entre as duas equipes.

Tais características permitem a afirmação de que as narrativas e o formato que as reportagens do Globo Esporte ganham na edição estão próximos do cinema e de seus *trailers* instigantes. Em entrevista concedida ao autor⁵⁷, Alex Escobar contou que o estilo das reportagens causou estranhamento a um grupo de estudantes portugueses da Universidade de Coimbra, durante uma palestra, e que foi justamente essa a impressão de parte da audiência. “Foi engraçado, a primeira ideia deles foi ‘Vocês estão fazendo um filme. Isso não é um VT jornalístico.’ E, para nós, isso foi um elogio, uma honra”. Por outro lado, Escobar destacou que os estudantes concordaram com a equipe do programa quanto ao teor informativo das reportagens. Essa impressão satisfaz o

⁵⁷ Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 14 de maio de 2015.

compromisso do programa em mesclar o jornalismo com a linguagem do entretenimento.

Os nossos editores de imagem são cinematográficos. Entendem muito de trilha sonora, sempre acertam na escolha para cada situação. E a gente quer falar para todas as idades, todos os níveis sociais, mulheres, homens. Então, você acaba tendo várias novelinhas dentro do Globo Esporte. Às vezes, muito emocionantes, às vezes você vai contar uma história engraçada. Às vezes não é nem emocionante, nem engraçado, mas a gente procura usar as melhores imagens pra mostrar os gols.⁵⁸

Nesse contexto, vale lembrar que Patrick Charaudeau, eminente pesquisador francês de ciências da linguagem, em seu livro “O discurso das mídias”, destaca a existência de duas vias contraditórias na transmissão da informação midiática – aplicáveis à abordagem do Globo Esporte.

Assim, o contrato de informação midiática é, em seu fundamento, marcado pela contradição: finalidade de fazer saber, que deve buscar um grau zero de espetacularização da informação, para satisfazer o princípio de seriedade ao produzir efeitos de credibilidade; finalidade de fazer sentir, que deve fazer escolhas estratégicas apropriadas à encenação da informação para satisfazer o princípio de emoção ao produzir efeitos de dramatização (CHARAUDEAU, 2006, p.92).

A visada do “fazer sentir”, explicitada por Charaudeau, está ligada a uma sigla que norteia a edição das reportagens do Globo Esporte: MEF – o tripé formado por Magia, Encantamento e Fantasia. Por isso, no caso das reportagens de grandes jogos de futebol, como clássicos ou finais, os editores de imagem chegam a levar cinco horas para finalizar um VT. A busca é a de explorar ao máximo a riqueza de detalhes que um evento esportivo oferece, utilizando os elementos de forma criativa, mas sem exageros, como enfatiza Escobar.

Magia, encantamento e fantasia. São três elementos que não precisam estar em todos os VTs, mas que a gente busca, se possível. Sou contra forçar a barra, porque, às vezes, você entra numa de tudo ter MEF, e o jogo não teve nada. Foi 2 a 0 time A em cima do B, o juiz não caiu, ninguém escorregou, os gols foram normais. Não dá para entrar numa onda de falar assim “Esse aí foi o jogo do bigode, olha só. Tinha o Fulano de bigode, o Cicrano de bigode”. Aí você está buscando de algum jeito, alguma coisa engraçada para falar. Se não tiver, não tem, vamos mostrar os gols. Mas se tivermos como usar MEF, vamos mergulhar nisso.⁵⁹

⁵⁸ Idem

⁵⁹ Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 14 de maio de 2015.

7. CONCLUSÃO

O breve estudo do Globo Esporte, proposto por este trabalho, possibilitou a percepção de que a cobertura esportiva da TV Globo passou por profundas mudanças ao longo do tempo, o que se pôde verificar com base nas entrevistas com integrantes do programa, em diferentes eras. Atualmente, percebe-se que os esportes – principalmente os eventos de futebol – vêm sendo anunciados aos telespectadores quase como uma atividade de lazer, em uma condição contemplativa em relação às imagens – cada vez mais precisas para a análise dos lances, para que não restem dúvidas aos torcedores, a quem se pretende fornecer cada vez mais detalhes. Nesse sentido, a proposta da emissora – exposta no slogan “Futebol na Globo: aqui é emoção” – assume o ideal de explorar ao máximo o caráter passional dos esportes, ligado também ao prazer de torcer e ver as conquistas de seleções e times.

Nesse sentido, o Globo Esporte procurou adotar essa proposta durante sua evolução, mostrada neste trabalho, principalmente a partir de suas últimas reformulações. Conforme enfatizado nas análises tanto das estruturas da atração, quanto das reportagens e cabeças, essa estratégia pode ser percebida por diversos fatores. Um dos mais visíveis está nas edições dos materiais apresentados – conforme afirmou o apresentador do GE/RJ, Alex Escobar, a preocupação estética é tanta que uma reportagem com duração média de cinco minutos chega a levar cinco horas para passar pela montagem e pela finalização nas ilhas de edição.

O tempo elevado para a edição das reportagens está inteiramente ligado ao investimento em novas possibilidades de transições e efeitos especiais, em trilhas sonoras, em recursos tecnológicos do departamento de Arte – tais como tira-teimas, analisadores táticos e outros recursos que esmiúçam o funcionamento das jogadas por meio de computação gráfica. Todos esses elementos se unem para que os detalhes possam ser destacados com riqueza, para que o amante dos esportes possa obter o máximo de informações e dados sobre as partidas. Outra característica dessa abordagem é o predomínio do relato baseado em elementos ficcionais da narrativa, como personagens bem definidos e criação de clímax, constituindo um terreno propício à dramatização da notícia.

Além disso, como este trabalho se propôs a mostrar, o Globo Esporte também transformou profundamente sua linguagem. As edições nacional, carioca e paulista, citadas com mais profundidade nas reflexões expostas, passaram a abolir um certo formalismo herdado do departamento de jornalismo da emissora – antes, marcado por um afastamento do público para satisfazer aos princípios de credibilidade por meio das tentativas de objetividade e isenção. Observou-se que a editoria de esportes esteve à frente nessa ruptura, ao abrir mão de textos totalmente planejados para os apresentadores lerem e substituí-los por cabeças com mais liberdade e menor compromisso formal. Essa transformação causou estranhamento no início, quando Tiago Leifert adotou esses critérios na reformulação do GE/SP, em 2009, e foi motivo para críticas – principalmente pela veia cômica característica do apresentador. Entretanto, pode-se perceber que esse modelo do GE, com apresentadores progressivamente abandonando as bancadas, com mais mobilidade e coloquialidade vem sendo gradativamente expandidos a outros telejornais da emissora – tanto que, este ano, o *Jornal Nacional* passou por uma reformulação que abrangeu essas estratégias.

No entanto, como este trabalho se dispôs a discutir, comprovou-se que as transformações, mais do que apenas textuais, estão a serviço de uma transformação mais profunda: a adoção do jornalismo com bases em uma linguagem do entretenimento. Assim, o programa passou a ter o ideal de informar e de divertir enquanto apresenta notícias – o que se verificou pertinente quando o assunto é o esporte, que sempre foi encarado como um assunto com abertura para a leveza.

Observou-se, ainda, que a reformulação do Globo Esporte passou a dar margem, justamente, à falta de um padrão bem definido de apresentação, permitindo que os apresentadores de cada edição dessem sua cara à atração – com quadros e ideias analisados neste trabalho. Assim, devido à personificação e ao protagonismo verificados, é provável que uma suposta troca de comando na apresentação das atrações também modifique tais características – mas dentro de uma abordagem mais leve, informal e coloquial. Além disso, chegou-se à conclusão de que essas mudanças se relacionam ao objetivo de ampliar o público do programa para além dos aficionados por esportes – em suma, um Globo Esporte para quem não gosta de esportes, como diz Tiago Leifert.

Vale destacar que essas conclusões preliminares, às quais este trabalho chegou, estão longe de esgotar o tema. Ao contrário, espera-se que a discussão inspire novas

análises sobre o telejornalismo – principalmente em um momento de dinamismo no formato das atrações, devido à necessidade de a televisão se reinventar para se manter atraente aos mais diversos públicos, em uma era em que novos dispositivos de informação, gradativamente, tornam-se mais acessíveis à população. Desse modo, ressalta-se a impossibilidade deste trabalho dar conta de todas as questões que envolvem o tema. Logo, espera-se que o trabalho tenha contribuído com reflexões atuais e que possa servir de inspiração e ponto de partida para novas discussões, como as modificações de linguagem e estruturas nos telejornais, em geral, a abertura dos programas à interatividade e aos materiais colaborativos e a multimodalidade na construção das reportagens, por exemplo.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFFONSO, L.T.; SANTOS, L.W. “Níveis de linguagem e mídia esportiva”. Anais do II Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo. Brasília: Ass. Bras. de pesquisadores em jornalismo, 2012. v1. p.1-15.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. “Os gêneros na programação da TV brasileira.” In: _____. *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira*. São Paulo: Summus, 2004.

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

BECKER, Beatriz. “Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais”. MATRIZES, Brasil, v. 5, n. 2, 2012. Disponível em <http://200.144.189.42/ojs/index.php/MATRIZES/article/view/8147/7520>. Acessado em 02 fev. 2015.

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. “Globo Esporte São Paulo: Ousadia e Experimentalismo no Telejornal Esportivo”. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM: Curitiba, 4 a 7 de setembro de 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0543-1.pdf>. Acesso em 20 abr 2015.

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. “O Futebol Midiático: uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos”. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade Cásper Líbero, São Paulo. 2008.

BORDIEU, Pierre. “Os Jogos Olímpicos”. In: _____. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CASTRO, Ruy. *O Vermelho e o Negro: pequena grande história do Flamengo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. “Os dispositivos da encenação”. In: _____. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Contexto, 2003.

COUTINHO, Iluska. “Telejornalismo no Brasil: um panorama marcado por personagens na tela de TV”. In: RIBEIRO, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor e ROXO, Marco (orgs). *Televisão, História e Gêneros*. Rio de Janeiro: Multifoco, 2014.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro : Contraponto, 2008.

DEJAVITE, Fábila A. “A Notícia light e o jornalismo de Infotainment”. Trabalho apresentado no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM (NP - Jornalismo), realizado em Santos, SP, entre 29 de agosto e 2 de setembro de 2007.

Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>. Acesso em 14 de abril de 2015.

DEJAVITE, Fábila A. “Mais do que economia e negócios: o jornalismo de infotimento no jornal Gazeta Mercantil”. Revista IMES - Comunicação, v. 3, n. 6, jan/jul 2003. Disponível em http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/563/403. Acesso em 27 abril 2015.

FRANZINI, Fabio. “A futura paixão nacional: chega o futebol”. In: PRIORE, Mary e MELO, Victor Andrade de (orgs.). *História do esporte no Brasil*. São Paulo: Unesp, 2009.

GEHRINGER, Max. *A Grande História dos Mundiais - 1950, 1954, 1958*. Editora E-Galáxia, 2014. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=zTnUAgAAQB AJ&pg=PP37&lpg=PP37&d#v=onepage&q&f=false>. Acessado em: 10 de junho de 2014.

GIULLIANOTI, Richard. “O preço da vitória: as finanças do futebol e a revolução da TV”. In:_____. *Sociologia do futebol: relações entre a televisão e o futebol*. São Paulo: Nova Alexandria, 2002.

GUEDES, Simone. “Futebol e identidade nacional: reflexões sobre o Brasil”. In: PRIORE, Mary e MELO, Victor Andrade de (orgs.). *História do esporte no Brasil*. São Paulo: Unesp, 2009.

GUERRA, Márcio de Oliveira. “Você, Ouvinte, é a Nossa Meta”. 2000. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação - Universidade Federal do Rio de Janeiro.

KELLNER, Douglas. “A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo”. In: Líbero. Revista Acadêmica de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero. Ano VI, vol.6, nº11, p.4-15, 2004.

LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. 6.ed. São Paulo: Ática, 2006.

LAGE, Nilson. “Ser repórter”. In:_____. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MATTOS, Sérgio. “As fases do desenvolvimento da TV no Brasil”. In:_____. *História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política*. Petrópolis: Vozes, 2002.

MORAIS, M. A. “Os processos anafóricos no gênero relato esportivo”. Dissertação (Mestrado em Língua Portuguesa) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. *Técnicas de redação em jornalismo: o texto da notícia*, volume 2. São Paulo: Saraiva, 2009.

PADEIRO, C. H. S. “A espetacularização do esporte e o infotimento no jornalismo esportivo: o Globo Esporte (TV) e o UOL Esporte durante a Copa do Mundo de 2014”. Revista Alterjor , v. 2, p. 143-158, 2014.

PADEIRO, C. H. S. “O Entretenimento na construção do Jornalismo Esportivo no Brasil”. In: VI Coneco - Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, 2013, Rio de Janeiro. ANAIS do VI Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação, 2013.

RESENDE, Fernando. “O jornalismo e a enunciação: perspectivas para um narrador-jornalista”. Revista Contracampo , v 12. Rio de Janeiro: UFF, 2005.

RESENDE, Fernando. “O jornalismo e suas narrativas: as brechas do discurso e as possibilidades de encontro”. RevistaGaláxia. São Paulo, nº18, p.31-43, dez.2009.

REZENDE, Guilherme Jorge. “Gêneros no telejornalismo”. In: MARQUES DE MELO, José. *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Paulo: Metodista, 2010.

REZENDE, Guilherme. “Retrospectiva do telejornalismo brasileiro”. In:_____. *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*. São Paulo: Summus, 2000.

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

FILHO, Mario. *O negro no futebol brasileiro*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1964.

SANTOS, Ricardo. “Tensões na consolidação do futebol nacional”. In: PRIORE, Mary e MELO, Victor Andrade de (orgs.). *História do esporte no Brasil*. São Paulo: Unesp, 2009.

SILVEIRA, Nathália. “Jornalismo Esportivo: conceitos e práticas”. (Bacharelado em Jornalismo) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

SODRÉ, Muniz. “A experiência narrativa”. In:_____. *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Vozes, 2009.

SODRÉ, Muniz. “A forma da notícia”. In:_____. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Vozes, 1996.

SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1984.

SOUSA, Li-Chang Shuen C.S. “Cobertura esportiva na televisão: critérios de noticiabilidade na interface entre Jornalismo e Entretenimento”. 2005. Disponível em: http://sbpjor.kamotini.ghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/ind_li_chang_sousa.pdf. Acesso em 19 de maio de 2015.

TAVARES, Diego Silva. “Entretenimento Esportivo: os conflitos entre informação e entretenimento no atual jornalismo esportivo”. Monografia (Graduação em

Comunicação Social/ Jornalismo) – Escola de Comunicação, UFRJ, Rio de Janeiro, 2013.

TEIXEIRA, Tattiana. “Informar e entreter”. Estudos em Jornalismo e Mídia. Ano V, n. 1, p. 195 – 197, jan./jun. 2008.

TRAQUINA, Nelson. “Ser ou não ser notícia?” In:_____. *Teorias do Jornalismo Volume II: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.