



A Espetacularização do Esporte e o Entretenimento no Jornalismo Esportivo: uma análise do Globo Esporte (TV)¹

Carlos Henrique de Souza Padeiro²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Os processos de espetacularização do esporte, a partir das imagens da televisão, e de absorção do jornalismo pela indústria do entretenimento têm intensificado a exploração do esporte como produto de consumo e de divertimento dentro da pauta esportiva. Esse artigo traz uma análise, com base na pauta, de três edições do Globo Esporte, para demonstrar que o programa é parte de uma engrenagem para promover eventos que compõem a ampla teia de negócios da Rede Globo no departamento de Esporte. A prática esportiva não é abordada em todas as suas dimensões, e a obsessão pelo divertido, em busca dos melhores índices de audiência, fragiliza o papel do jornalismo no desenvolvimento do esporte nacional.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação e Esporte; Entretenimento; Espetacularização; Globo Esporte; Jornalismo Esportivo.

1. Introdução

Nos últimos anos, é perceptível que os programas de esporte na televisão tornaram-se ainda mais³ um produto de entretenimento. É um processo resultante da espetacularização do esporte, potencializada pelo fortalecimento dos recursos visuais na televisão (e posteriormente na Internet), e da absorção do jornalismo pela indústria do entretenimento.

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais, do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP; e-mail: carlospadeiro@usp.br

³ O cuidado de ressaltar o “ainda mais” justifica-se pelo fato de a relação entre jornalismo esportivo e entretenimento ser próxima desde os primórdios. No final da década de 1920, antes mesmo de o futebol ter sido profissionalizado no Brasil, os impressos já começaram a adotar uma linguagem mais torcedora. Mário Filho (seguido futuramente por seu irmão Nelson Rodrigues) despontou como “intérprete de um futebol visto sob o ponto de vista da paixão, comprometido com a narrativa menos tecnicista” (Toledo, 2000, p. 177). Na década de 1930, a programação esportiva, majoritariamente voltada para o futebol, despontava como um atrativo para conquistar o público no rádio. Começaram a surgir jornalistas e/ou radialistas que inovavam e apostavam na criatividade. São personagens que transformaram a transmissão e a programação da editoria de Esporte em entretenimento. Ari Barroso (radialista, compositor, músico e locutor esportivo) é um dos expoentes neste grupo.



No final do século XX, o esporte se transforma em mercadoria globalizada. Multinacionais, não só do ramo esportivo (Nike, Adidas etc.) como de outros setores (financeiro, automobilística, de bebidas etc.) se apropriam de atletas, equipes, modalidades e torneios para expandirem seus negócios. Os próprios clubes e atletas transpõem as fronteiras de seus países para virarem entidades multinacionais, arrecadoras de cifras inimagináveis no meio esportivo há três décadas. Surge uma nova relação do esporte com a sociedade, como explica a professora da Unicamp Vera Regina Toledo Camargo, em sua Tese de Doutorado “Telejornalismo e Esporte Espetáculo”:

O esporte no século XX passa por uma transformação importante. É assimilado pelas massas e apreciado como espetáculo, através das imagens veiculadas pela televisão. É um fenômeno produzido com as mais altas tecnologias, criando a beleza do gesto técnico, buscando a imagem espetacular e tornando-se também um grande negócio, econômico e ideológico. Ao associar-se com as relações mercadológicas e a espetacularização das imagens, ganha requintes de um show de entretenimento (CAMARGO, 1998, p. 131).

Os meios de comunicação acompanham todo esse processo. Se o rádio contribuía, a partir da década de 1930, para a massificação dos esportes, principalmente o futebol, a televisão foi além, pondera o professor da ECA-USP Arlindo Machado, mencionando Benjamin Rader e o livro *In Its Own Image* (1984):

“A televisão mudou substancialmente a prática dos esportes, participando ela própria da organização e administração dos eventos, transformando competições em espetáculos audiovisuais, privilegiando o esporte profissional em detrimento do atletismo amador e convertendo atletas em astros do *show business*” (MACHADO, 2012, p. 7-8).

A televisão e o esporte mercantilizado se retroalimentam: um necessita do outro para sobreviver. A missão da imprensa deixa de ser a de trabalhar o esporte como um todo para levá-lo ao público como mercadoria de consumo. O esporte é desviado de sua função educacional e do seu poder de promoção de bem-estar físico e mental, enquanto se enaltecem o sucesso, a vitória e as imagens impactantes que a prática esportiva proporciona e são atraentes para a audiência.

Diante desse cenário, a proposta é analisar o Globo Esporte. A constatação de que o esporte passa a ser apreciado como espetáculo através das imagens veiculadas



pela televisão justifica a opção pelo telejornalismo especializado em Esporte como objeto de pesquisa. Trabalha-se com a hipótese de que o programa é parte de uma engrenagem para promover eventos que compõem a ampla teia de negócios da Rede Globo no departamento de Esporte. O principal telejornal esportivo diário (de segunda a sábado) da maior emissora de televisão do país exibe majoritariamente um conteúdo para divertir e entreter as pessoas, em detrimento de algumas das funções primordiais ao jornalismo, como orientar, educar, fiscalizar, denunciar e criticar.

2. Globo Esporte

No ar ininterruptamente desde 1978, o Globo Esporte passou, em 2009, por uma mudança editorial e de formato. Tiago Leifert, jornalista que comandou o Vanguarda Mix, programa de entretenimento da TV Vanguarda (filial da Globo na região do Vale do Paraíba/SP), antes de se consolidar como repórter esportivo no canal fechado Sportv e depois na Globo, tornou-se editor-chefe e apresentador do programa. Para citar algumas novidades, Leifert promoveu concursos de beleza com atletas e torcedoras, criou músicas utilizando o nome de jogadores (“Funk do Val Baiano”⁴, por exemplo), incorporou ao programa um comentarista para falar ao vivo sobre futebol (normalmente é o ex-jogador Caio Ribeiro), passou a receber convidados (jogou videogame com Neymar⁵ e outros esportistas no estúdio) etc. Ou seja, deixou de ser um telejornal tradicional, com bancada e *teleprompter*, e ganhou uma roupagem de programa de entretenimento. O âncora tem a liberdade de improvisar e de fazer comentários sobre a aparência (o jeito de se vestir, o corte de cabelo etc.) e aspectos da vida pessoal de atletas e de seus colegas de programa, de se divertir com situações inusitadas que ocorrem nas competições. Em determinados momentos, o Globo Esporte se assemelha mais a uma atração de humor ou a um programa de auditório do que de jornalismo esportivo.

A repercussão e os índices de audiência da edição paulista do Globo Esporte (de 2009 para 2010, foi o único programa da Globo que registrou crescimento em ibope⁶)

⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=vXMxGDUNPE> - acesso realizado em abril de 2015.

⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=QyoJiHHpe5Q> – acesso realizado em abril de 2015.

⁶ Em fevereiro de 2012, o colunista Ricardo Feltrin, do UOL, publicou que o *Globo Esporte* começou a perder audiência a partir de 2010. “Na comparação entre janeiro de 2012 com janeiro do ano passado, na Grande São Paulo, o programa já perdeu cerca de 20% de ibope. Na média anual 2010/2011, a queda foi de 3,45%”, escreveu o jornalista. A *Folha de S.Paulo* informou em setembro de 2012 que o programa acumulava a pior média de audiência de sua história, com 10,1 pontos. Tiago Leifert contestou os dados.



fizeram com que a emissora difundisse o novo modelo para outras praças, como no Rio de Janeiro, com o apresentador Alex Escobar (ex-comentarista do Sportv e atual jornalista da Globo). A aptidão de Leifert também o levou a apresentar outras produções de entretenimento na Rede Globo, desvinculadas do esporte, como o *The Voice Brasil*, reality show de músicos.

Essas novas características, implantadas por Leifert, ensejaram o seguinte debate: o Globo Esporte é um produto jornalístico ou de entretenimento? Nos créditos finais, consta que o diretor responsável é Ali Kamel, que assumiu em 2012 a Direção-Geral de Jornalismo e Esporte da Rede Globo.

Como o Globo Esporte é regionalizado (as afiliadas da Rede Globo produzem conteúdo para suas respectivas praças), essa pesquisa terá como foco a edição paulista, que começa às 12h50 e termina às 13h20, exibindo entre 23 e 24 minutos de conteúdo. São três blocos, e os intervalos comerciais duram, no total, entre seis e sete minutos.

A partir da hipótese de que o intuito do Globo Esporte é ser um programa de entretenimento voltado para a promoção de grandes eventos esportivos, sendo o futebol o carro-chefe, a proposta é analisar três programas: o primeiro deles a ser exibido num dia de transmissão ao vivo do futebol, ou seja, uma quarta-feira, já que a Rede Globo rotineiramente transmite jogos nas noites de quarta e nas tardes de domingo (dia em que não há Globo Esporte); o segundo programa será numa quinta-feira, dia seguinte ao evento esportivo transmitido ao vivo, para avaliar sua repercussão; por último, um programa em dia 'neutro', quando não há jogo, pré-jogo e nem pós-jogo, portanto, uma sexta-feira. Outra condição é que seja apresentado por Tiago Leifert. Os dias escolhidos foram 4, 5 e 6 de março de 2015, semana que marcou o retorno de Leifert ao Globo Esporte – em janeiro e fevereiro, o programa contou com outros apresentadores.

3. Análise dos programas

A análise quantitativa foi realizada por meio da pauta. De um total de 4.105 segundos de conteúdo (pouco mais de 68 minutos), 80% foram destinados ao futebol e 20% a outras modalidades, aproximadamente. Veja na tabela a seguir:



Globo Esporte	Futebol	Outras modalidades	Total
Programa 1 (4/3/2015)	1213" (89,91%)	136" (10,09%)	1349"
Programa 2 (5/3/2015)	1414" (100%)	Zero	1414"
Programa 3 (6/3/2015)	610" (46,1%)	711" ⁷ (52,9%) ⁷	1343"
Todos os programas	3247" (79,1%)	847" (20,6%) ⁸	4105"

Dentro dos 4.105 segundos, apenas uma reportagem, de 145 segundos, não tratou de um assunto relacionado a algum grande evento patrocinado pela Rede Globo. Foi uma matéria sobre o retorno de Muller, atacante da seleção brasileira nas décadas de 1980 e 1990, ao futebol, num time da quarta divisão do Campeonato Paulista. A matéria se sustenta pelo fator inusitado (Muller tem 49 anos).

Todo o restante, composto por reportagens, entrevistas exclusivas, notas curtas, análises e comentários de Leifert ou Caio Ribeiro, está de alguma forma conectado a algum produto onde há investimento financeiro e interesse mercadológico da maior empresa de comunicação do país.

3.1. Programa 1

No programa de 4 de março de 2015, data em que a Globo transmitiria às 22h a partida de futebol entre San Lorenzo e Corinthians, direto da Argentina, pela Copa Libertadores da América, e acompanharia de perto Vitória da Conquista/BA x Palmeiras, pela Copa do Brasil (certamente seria o jogo transmitido pela emissora se não houvesse o do Corinthians), o enfoque no tema futebol representou quase 90% de todo o programa. Os dois clubes paulistas, destaques do dia nos campeonatos que são produtos da emissora, absorveram praticamente 75% do tempo.

⁷ A soma não chega a 100%, pois durante 22 segundos Leifert fala sobre o Dia das Mulheres, sem se referir ao esporte.

⁸ Idem.



A primeira reportagem (duração de 3min e 12s) foi sobre o treino do Corinthians em Buenos Aires, na véspera do confronto com o San Lorenzo. O repórter Mauro Naves relata a provável escalação do time paulista e repercute dois assuntos: o fato de o jogo ser disputado sem torcida, devido a uma punição imposta pela Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol) ao San Lorenzo, e a turbulência no voo que levou a delegação corintiana à Argentina. Cinco jogadores do Corinthians e o técnico Tite são entrevistados. A matéria não ouve torcedores argentinos, prejudicados pela impossibilidade de ir ao estádio. Também não traz declarações de representantes do San Lorenzo, nem aponta características técnicas e táticas da equipe campeã da Libertadores em 2014. Ser o time para o qual o papa Francisco torce é a principal referência feita ao adversário dos brasileiros. Outro mote descontraído adotado pelo repórter foi repercutir o medo que o técnico Tite tem de avião, ou seja, uma curiosidade nada relacionada ao esporte. O treinador corintiano é, inclusive, a grande atração do dia. Tiago Leifert anuncia, para a sequência do programa, uma entrevista exclusiva com Tite, a quem enaltece como “o grande personagem do futebol paulista” no momento.

No início do segundo bloco, exibe-se, durante 3min e 28s, a dramatização de um lance violento ocorrido no jogo entre Vilhena/RO e Ponte Preta, pela Copa do Brasil. A história, que deixou de ser trágica porque não houve sequelas aos atletas envolvidos, é contada por meio de uma edição de imagens da partida (incluindo os gols) e a narração em OFF de Leifert, que proclama “um nocaute impressionante” para chamar a atenção do telespectador. O choque entre o goleiro do Vilhena e um atacante da Ponte Preta, que desmaiou em campo, é narrado de forma descontraída (em determinado momento, Leifert afirma que há ambulância no estádio, mas os funcionários não podem ajudar porque estão jogando *Candy Crush*). A espetacularização das imagens, com cenas de impacto enquadradas em detalhes pelas câmeras, fora objeto de estudo da professora Vera Regina Toledo Camargo. O trecho a seguir sintetiza o conteúdo descrito acima:

O drama humano precisa estar presente para que o público possa solidarizar-se ou apreciar aquelas cenas. Estas situações de sensacionalismo e emoção, através da imagem, também podem ocorrer nos esportes. (...) Como a exploração de imagem sensacionalista vende e atrai mais audiência, em contrapartida, o jornalismo mais sóbrio e investigativo sobre os fatos fica a esmo, pois não é praticado com frequência (CAMARGO, 1998, p. 155-156).



O Palmeiras aparece durante 6min e 36s do segundo bloco. A primeira reportagem mostra o desembarque do time paulista em Vitória da Conquista e a recepção festiva dos torcedores locais perante os jogadores. A notícia trata, superficialmente, da má condição do gramado no estádio Lomanto Junior. Entretanto, não há informações sobre de quem é a responsabilidade pela administração do estádio. A situação poderia ser um gancho para mostrar o descaso com a estrutura para a prática do futebol (ou de outros esportes) na cidade do interior da Bahia; ou quais são os riscos de lesão que os atletas correm quando atuam em um campo esburacado (o médico do Palmeiras poderia ser uma das fontes). Opta-se por destacar o assédio aos jogadores, para promover a partida válida pela Copa do Brasil. Na sequência vem uma entrevista exclusiva com o jogador Robinho, realizada na casa do palmeirense em São Paulo. O protagonista acaba sendo o filho de Robinho, uma criança de 4 anos que dorme no colo do pai enquanto ele responde às perguntas do repórter. Uma notícia de pouco conteúdo esportivo - o próprio Tiago Leifert, ao chamar a matéria, afirma que o cochilo do menino acaba sendo “a melhor parte da reportagem”.

O programa cede 24 segundos ao surfe, quando Leifert informa que o brasileiro Gabriel Medina, campeão mundial em 2014, não competiu porque não havia ondas na etapa da Austrália. O sucesso de Medina, primeiro brasileiro a faturar o Mundial da modalidade, despertou o interesse da emissora em relação ao surfe, atividade bastante popular no País e um atrativo para fechar novos contratos de patrocínio. Como pondera Camargo, “o esporte é inserido na programação de uma emissora de televisão se preencher os seguintes requisitos: possuir um patrocinador forte; um certo apelo popular, ou seja, de fácil assimilação junto ao público; criar uma identidade com o telespectador” (Ibidem, p. 140).

Os Jogos Olímpicos de 2016 ocupam 1min e 52s. A reportagem explica como o Comitê Organizador dos Jogos Rio 2016 tem utilizado a opinião de atletas e ex-atletas brasileiros para construir a Vila Olímpica. São veiculados dados sobre a estrutura do local (número de prédios, apartamentos, camas, cadeiras etc.) que hospedará os competidores. A matéria adota um tom positivo, sem questionamentos à condução das obras e sem se aprofundar em uma abordagem política e econômica em relação ao Rio ser sede da maior competição esportiva do planeta. Há também uma pitada de patriotismo, sobre a expectativa de a população celebrar o triunfo dos brasileiros. É necessário levar-se em conta que a Rede Globo, como parceira do evento e detentora dos direitos de transmissão, precisa promover a Olimpíada.



Por fim, 5min e 47s para o já prometido principal personagem do programa, o técnico Tite. Segundo Leifert, o repórter Mauro Naves elaborou um perfil do treinador, durante entrevista exclusiva realizada no salão de jogos do Centro de Treinamento do Corinthians, enquanto eles jogam sinuca, e na sala de trabalho de Tite, apontado como um profissional “obcecado pelo trabalho”. Além de falar de futebol, o entrevistado revela seus gostos pessoais, como ir ao cinema, sair para jantar e tomar caipirinha. Exceção feita ao cenário da entrevista, no conteúdo não há nada de diferente, já que Tite apenas repete o que está acostumado a declarar em suas rotineiras entrevistas coletivas. Não se inova na pauta e nem no personagem, figura constante na mídia esportiva por comandar o Corinthians, time de futebol que, ao lado do Flamengo, mais gera audiência à Rede Globo.

3.2. Programa 2

O Globo Esporte de 5 de março foi 100% dedicado ao futebol, sendo os principais assuntos a vitória do Corinthians pela Copa Libertadores, o triunfo do Palmeiras pela Copa do Brasil e a convocação da seleção brasileira masculina para dois amistosos. A repercussão sobre o jogo do Corinthians na Argentina, exibido ao vivo na noite anterior pela emissora, ocupou quase 40% do programa. A reportagem de Mauro Naves, que participou da transmissão do jogo, traz como mote os sons que se tornam perceptíveis em um estádio vazio (sem torcida). Além dos lances principais da partida, a matéria mostra o ruído de uma dividida entre atletas, a comunicação do técnico Tite com a sua equipe, a conversa entre os jogadores em campo. São entrevistados Tite e o jogador Elias, autor do único gol do duelo. Não há espaço para a opinião dos adversários argentinos. No bloco seguinte, em diálogo com Tiago Leifert no estúdio, o comentarista Caio Ribeiro analisa o jogo técnica e taticamente. Um dos lances reprisados é uma falta violenta sofrida por um jogador brasileiro, que teve de ser substituído.

Na sequência, a dupla Leifert e Ribeiro repercutem notícias mais curtas, como a demissão do treinador do Santos, veiculada ao vivo pelo repórter direto do Centro de Treinamento do clube alvinegro, e os gols da vitória do Internacional sobre o Emelec, do Equador, também pela Copa Libertadores. Uma repórter entra ao vivo da Redação para trazer as notícias do São Paulo, envolvido na Copa Libertadores e no clássico de domingo contra o Corinthians, pelo Campeonato Paulista, jogo que seria transmitido ao vivo pela Globo. São veiculadas sonoras do jogador Luis Fabiano, gravadas durante



evento promovido pela multinacional que patrocina o atleta são-paulino. Trata-se da cobertura factual do futebol, presente também nos concorrentes, pois domina a pauta da imprensa esportiva.

A reportagem sobre a convocação da seleção brasileira para dois amistosos a serem transmitidos pela Globo no fim de março resgata os gols de Jairzinho durante a Copa do Mundo de 1970, quando ocorreu a conquista do tricampeonato mundial. O gancho para registrar brevemente o sucesso do ex-atacante na seleção está no fato de ele ter sido convidado para compor a comissão técnica do Brasil nas duas partidas amistosas. Na sequência, a matéria mostra os gols de brasileiros em seus clubes na Europa (Neymar pelo Barcelona e David Luiz pelo Paris Saint-Germain) e informa que, pela primeira vez na história, um atleta que atua em um time chinês é convocado para defender o Brasil. Depois são revelados os 23 jogadores escolhidos pelo técnico Dunga, com sonoras do treinador para justificar suas opções. No estúdio, o comentarista Caio avalia a lista.

O último bloco é preenchido pela vitória do Palmeiras, com uma reportagem que mostra, além dos gols e melhores lances da partida, as peculiaridades do estádio em Vitória da Conquista, como a ausência de banco de reservas, substituído por cadeiras de plástico, a acomodação de torcedores em barrancos ao lado do campo para assistir ao jogo e a péssima condição do gramado. Nas sonoras quatro atletas e o técnico do Palmeiras falam sobre o gramado e sobre a vitória, e nenhum jogador do time baiano é entrevistado.

3.3 Programa 3

O terceiro Globo Esporte analisado foi veiculado em 6 de março de 2015, uma sexta-feira, data “neutra” por não haver transmissão ao vivo de futebol e por não ser um dia pré ou pós-jogo, como estabelecido nos procedimentos metodológicos. Diferentemente dos dois programas anteriores, neste houve um equilíbrio entre o futebol (aproximadamente 46% do tempo) e as demais modalidades (53% do tempo).

O primeiro assunto abordado são os bastidores da demissão do técnico do Santos Futebol Clube, ocorrida no dia anterior. Leifert define a notícia como uma “história legal de tempos modernos” porque envolve o aplicativo *WhatsApp*, utilizado por alguns jogadores para comemorar internamente a saída do profissional da comissão técnica. As informações são passadas ao vivo pelo repórter, direto do Centro de Treinamento do Santos, e é exibida uma sonora do jogador Robinho procurando minimizar a polêmica.



O repórter especula o nome mais cotado para ser o novo treinador do clube, e o apresentador finaliza o tema defendendo a liberdade de opinião dos atletas. No segundo bloco, o repórter Abel Braga aparece ao vivo no treino do São Paulo para relatar as novidades da equipe dois dias antes do clássico de domingo contra o Corinthians. Leifert complementa prometendo para sábado a cobertura completa da preparação dos times para o duelo de domingo.

A primeira matéria que foge do tema futebol é sobre basquete. Trata-se de uma história bastante interessante sobre o ala-armador Neto, do Palmeiras, que durante a infância utilizava abóboras para realizar um treino de força. Ele conta que era muito magro e achava a bola de basquete pesada. Como a mãe fazia doces de abóbora, teve a ideia de utilizar o legume, que pesa cerca de 2 kg, para repetir o movimento do arremesso e ganhar força nos braços. Um profissional da comissão técnica do Palmeiras explica que Neto improvisou um trabalho específico para ganhar força, porque a abóbora tem aproximadamente o mesmo peso de uma *Medicine Ball* e o triplo do peso de uma bola de basquete, o ideal para este tipo de aprimoramento. A reportagem mostra meninos jogando basquete e simulando o treino com a abóbora, inspirados na trajetória de um atleta profissional. É uma mensagem educativa de como o esporte pode estimular ideias criativas e ser uma atividade benéfica para o desenvolvimento da criança.

O quadro “Laboratório do Globo Esporte” também é sobre o basquete. O jornalista Guilherme Roseguini, especialista em abordar o fato esportivo com dados e argumentos científicos, esclarece por que as mulheres raramente conseguem enterrar uma bola na cesta, diferentemente dos homens. Números e infográficos 3D explicam as vantagens físicas dos homens, como o fato de a envergadura masculina ser 6% maior do que a altura, enquanto a feminina é 3% (um homem com 1,80m de altura atinge 1,91m de envergadura, enquanto uma mulher com a mesma altura tem 1,85m), e a potência dos membros inferiores no homem ser entre 15% e 20% maior do que na mulher. A entrevista com um doutor em treinamento esportivo complementa a explicação técnica. Por fim, Roseguini conversa no estúdio com uma atleta da seleção brasileira que realiza um treino específico para ganhar impulso, porque tem como meta enterrar a bola na cesta. A matéria está completa, com dados técnicos e científicos, entrevista com especialista, um dado histórico (sobre a primeira mulher a enterrar em um Mundial de basquete) e o relato de uma personagem.

As duas matérias sobre basquete estão muito bem produzidas. São histórias diferentes, que escapam das pautas rotineiras e oferecem conhecimento ao



telespectador. Ambas têm como gancho o Jogo das Estrelas do Novo Basquete Brasil e da Liga de Basquete Feminino (respectivamente, o principal torneio masculino e feminino da modalidade no país). São produtos cujos direitos de transmissão pertencem à Rede Globo, que, embora não exibiria ao vivo o evento no sábado, traria a cobertura no programa Esporte Espetacular, no domingo (8 de março), conforme divulgou Tiago Leifert. Além disso, os jogos seriam transmitidos pelo Sportv, canal fechado da Globosat.

Na sequência, duas reportagens sobre nomes badalados na história do futebol nacional e internacional. A primeira mostra o retorno aos gramados de Muller, aos 49 anos. O atacante, que defendeu a seleção brasileira em três Copas do Mundo, foi contratado pelo Fernandópolis para disputar a quarta divisão do Campeonato Paulista. Durante o seu primeiro treino, Muller concede entrevista para falar sobre as suas condições físicas. O presidente do Fernandópolis ressalta o fortalecimento da imagem do pequeno clube do interior de São Paulo (apoio de empresas, aumento do número de sócios-torcedores), e o treinador explica a estratégia para explorar uma das virtudes do atacante, a finalização. O fato incomum de um famoso jogador de futebol retomar a carreira aos 49 anos justifica a notícia, pois não há interesse comercial da Globo na quarta divisão do Estadual de São Paulo. Pode-se criticar a ausência de imagens de arquivo (gols pela seleção brasileira, por exemplo) e de mais informações sobre a vida de Muller. Não se esclarece o motivo que o levou a voltar a jogar após anos de aposentadoria – recentemente, foi noticiado que ele enfrentou problemas financeiros.

A segunda é sobre a expectativa em relação à estreia de Kaká no emergente futebol dos Estados Unidos. O repórter destaca o entusiasmo da imprensa e dos torcedores para o primeiro jogo do Orlando City pela Liga de Futebol local, torneio transmitido pelo Sportv. O clube é de propriedade de um empresário brasileiro, o que poderia motivar uma investigação sobre a origem das cifras milionárias investidas nos Estados Unidos e qual é o retorno dessa empreitada. Opta-se por repercutir a badalação em torno de Kaká e o espetáculo que se imagina para o futebol no país mais rico do planeta, apesar da pouca tradição dos norte-americanos nesta modalidade. Para finalizar o segundo bloco, o duelo Brasil x Argentina, pela Copa Davis de tênis, ganha um flash ao vivo de 26 segundos sobre o andamento do jogo disputado em Buenos Aires e exibido ao vivo pelo Sportv.

No terceiro bloco, uma reportagem de 4min e 30s, produzida em praias do Rio de Janeiro, Pernambuco e Rio Grande do Norte, conta história de crianças que praticam



o surfe. Como relatado anteriormente, o surfe ampliou seu espaço na grade da Globo devido aos triunfos de Gabriel Medina. Ao anunciar a atração, Tiago Leifert afirma que “o título do Medina no surfe aumentou demais o numero de crianças praticando o esporte e estragando seus cabelos por todo Brasil”. Entretanto, a matéria não comprova o crescimento dos praticantes de surfe. Não há números ou uma pesquisa para sustentar o que diz o apresentador. Um dos entrevistados é um professor da modalidade, que explica que os pais estão apoiando mais os filhos nas aulas por causa do surgimento de um ídolo no surfe, informação insuficiente para tal constatação. O exagero de Leifert é uma estratégia para prender o telespectador, já que a matéria seria veiculada após o intervalo comercial. É um exemplo do que a pesquisadora Camargo avalia como criar “o impacto, através do sensacionalismo da chamada, que enfatiza os apelos emocionais, prendendo a atenção do telespectador (Ibidem, p. 158)”, para depois ampliar a informação do fato. Nesse contexto, a professora da Unicamp afirma que “a mídia impressa busca ser mais interpretativa e menos descritiva, trabalhando com textos que refletem as ações dos fatos” (Ibidem, p. 159), enquanto na televisão brasileira as categorias informação e espetáculo são híbridas “e os programas tanto podem ter os seus formatos em telejornalismo, quanto em entretenimento, ou a combinação entre eles” (Ibidem, p. 157-158). Dessa forma, pode-se intuir que dificilmente um jornal impresso destacaria o crescimento dos adeptos do surfe sem um dado concreto para corroborar essa informação, diferentemente do que ocorreu no Globo Esporte, que fez uso de uma chamada superlativa e sem fundamentação, mas que atende à espetacularização e apela à dimensão emotiva do fato.

Apesar desta falha, há pontos positivos, como o incentivo à prática do surfe em todo o Brasil, um país com mais de 7 mil quilômetros de litoral, como ressalta a repórter Luciana Ávila. A trajetória vitoriosa de Gabriel Medina serve de inspiração aos personagens da reportagem, meninos com menos de 12 anos que revelam suas experiências e conquistas na modalidade. Algumas virtudes do esporte são enaltecidas nas próprias palavras dos atletas mirins, que exaltam o companheirismo, a diversão, o benefício à saúde e a dedicação para triunfarem futuramente como surfistas profissionais.

4. Considerações finais

Uma reportagem agradável e surpreendente, ou mesmo com alguma dose de humor, também compõe o jornalismo. Portanto, a crítica não deve ser direcionada à



forma descontraída como Tiago Leifert conduz o Globo Esporte desde que assumiu o comando do programa. Segundo Luiz Beltrão, o jornalista busca satisfazer a três necessidades do ser humano, sendo uma delas “entreter-se, descansar das preocupações no *humour*, na ficção, na poesia, nas belas letras, na arte” (BELTRÃO, 1992, p. 75).

O questionamento construído nesse artigo refere-se à falta de equilíbrio: há um excesso de conteúdo vazio e repetitivo submetido à promoção de grandes eventos parceiros da Rede Globo, sendo o futebol o carro-chefe, e pouco de atribuição ao esporte como atividade educacional e de importante valor social e cultural. O Globo Esporte explora o esporte apenas como divertimento e ignora denúncias de corrupção e problemas de infraestrutura no futebol e em outras modalidades, não trata de questões políticas e econômicas, para citar alguns assuntos preteridos em seu roteiro. Essas deficiências mantêm atuais as críticas feitas há três décadas pelo jornalista e escritor Artur da Távola, na obra “Comunicação é Mito: televisão em leitura crítica”:

Na medida em que a imprensa televisiva e radiofônica, menos reflexivas pela própria natureza dos meios eletrônicos, urgentes, peçados de imagens, instantâneos, abandonam, elas também, a dimensão crítica para permanecer apenas com a emotiva, relatando mais o nosso estado de espírito de seres necessitados de vitórias que o fato ou a análise da forma e da luta por obtê-la, (...) contribui para nada mudar, e é – sem saber – conservadora (TAVOLA, 1985, p. 287-288).

O equívoco está em transformar a diversão em valor supremo, fato que tem se tornado habitual na grande imprensa esportiva. Um caso emblemático da banalização do esporte foi a polêmica na qual Leifert se envolveu por ter dito “agora vamos falar de esporte de verdade”, após uma matéria sobre o doping do ciclista Lance Armstrong e antes de retomar o tema futebol. O episódio, ocorrido em janeiro de 2013, revoltou os adeptos do ciclismo. Leifert alegou que foi mal interpretado, pois se referia a Armstrong, e não ao ciclismo⁹.

A produção de notícias e o debate de ideias abordam assuntos de interesse geral a partir de recortes prévios, priorizando a personificação, a dramatização e a espetacularização da informação. As fronteiras entre os domínios da informação de interesse público e do entretenimento se diluem, e o prejuízo aparece na ausência de

⁹ Para mais informações sobre o caso, recomendo a leitura do artigo “De ‘smoking’ na ‘rave’: a polêmica Tiago Leifert – Ciclistas e a incessante busca da audiência na redução do esporte ao binômio Futebol-Entretenimento”, de Ary José Rocco Junior e Wagner Barge Belmonte.



uma visão do esporte em todas as suas dimensões - política, social, educacional e como prática saudável.

O jornalismo esportivo tem como função descrever e analisar um entusiasmante lance ocorrido durante um grande evento esportivo, proporcionando o deleite do torcedor, mas também precisa fiscalizar e investigar irregularidades na aplicação de recursos públicos na construção de uma arena esportiva, por exemplo. O problema é que essa segunda tarefa tem ficado de lado no Globo Esporte. A obsessão pelo divertido, pelo exagero para atrair o telespectador, pelos *faits divers*, em busca dos melhores índices de audiência, fragilizam o papel do jornalismo no desenvolvimento do esporte nacional. Como virou comum dizer após a goleada por 7 a 1 da Alemanha sobre o Brasil na Copa do Mundo de 2014, “gol da Alemanha”.

Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. 2ª edição. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo e Com-Arte, 1992.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. **O Telejornalismo e o Esporte Espetáculo**. Tese de Doutorado. São Bernardo do Campo: UESP, 1998.

MACHADO, Arlindo. **Análise do programa televisivo**. São Paulo: Tese de Livre-Docência, 2012.

ROCCO JUNIOR, Ary José & BELMONTE, Wagner Barge. **De “smoking” na “rave”: a polêmica Tiago Leifert – Ciclistas e a incessante busca da audiência na redução do esporte ao binômio Futebol-Entretenimento**. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Bauru – SP – 3 a 5/7/2013.

SOARES, Edileuza. **A Bola no Ar: o rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo: Summus, 1994.

TÁVOLA, Artur da. **Comunicação é mito: televisão em leitura crítica**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **Lógicas no futebol – dimensões simbólicas de um esporte nacional**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.



Webgrafia

Memória Globo. **Perfis e Depoimentos – Ali Kamel**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-236422,00.html>> Acesso realizado em abril de 2015.

Na Telinha. Tiago Leifert contesta reportagem sobre queda do Ibope do "Globo Esporte". Disponível em: <<http://natelinha.ne10.uol.com.br/noticias/2012/09/08/tiago-leifert-contesta-reportagem-sobre-queda-do-ibope-do-globo-esporte-145718.php>> Acesso realizado em maio de 2015.

UOL. **Após estreia de sucesso, novo Globo Esporte perde Ibope**. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/oops/ultimas-noticias/2012/02/14/apos-estreia-de-sucesso-novo-globo-esporte-perde-ibope.htm>> Acesso realizado em maio de 2015.