



A comédia em destaque no Telejornalismo Esportivo da Rede Globo: Por Tadeu Schmidt e Tiago Leifert¹

Tatianne Santos MELO²

Adler Berbert OLIVEIRA³

Universidade Federal de Sergipe - UFS

Resumo

No Brasil, os esportes, principalmente o futebol, ocupam um espaço fundamental no dia-a-dia da população. A Rede Globo de Televisão, maior emissora do país, possui uma grande parte da sua grade de programação direcionada para a cobertura esportiva. Nos últimos anos, porém, houve uma transformação na forma de fazer esse jornalismo, deixando-o em uma linha tênue entre o informativo e o entretenimento. Para afirmar tal tendência, este artigo analisou a editoria de esportes do telejornal *Bom Dia Brasil* (de forma breve), o quadro *Gols do Fantástico* do *Fantástico*, o *Globo Esporte São Paulo* e o *Central da Copa*.

Palavras-chave: Rede Globo; cobertura esportiva; entretenimento.

Introdução

Ao longo dos últimos anos, a Rede Globo de Televisão optou por uma abordagem divertida do conteúdo dos programas esportivos. A reformulação do Padrão Globo de Jornalismo Esportivo contou com reformas na linguagem, na edição, na locução, até na narrativa, em suma na apresentação em geral, deixando os programas mais dinâmicos.

Dois jornalistas, especificamente, se fazem intrinsecamente importantes nessas reformas: Tiago Leifert, no *Globo Esporte São Paulo* e no *Central da Copa*, e Tadeu Schmidt, no *Fantástico* e anteriormente no *Bom Dia Brasil*. Eles conduzem os eventos

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo da Intercom Junior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 5º Semestre do Curso Comunicação Social/ Jornalismo da UFS; E-mail: tatinhaa_live@hotmail.com

³ Estudante do 5º Semestre do Curso Comunicação Social/ Jornalismo da UFS; E-mail: adlerberbert@hotmail.com



esportivos, especialmente os futebolísticos, como verdadeiros espetáculos nos seus respectivos programas. Os dois trouxeram à emissora uma visão nova, resultando não só na fomentação da audiência dos programas, como também na renovação do público.

O presente artigo visa explicar sobre as mudanças no paradigma da cobertura esportiva da Globo. Mostrar as mudanças: como o entretenimento está sendo valorizado em detrimento da cobertura real do fato e até que ponto é válida essa transformação. Para tal explanação, nos baseamos em livros da temática esportiva e televisiva, arquivos da internet e artigos publicados em anais de congressos. Além disso, assistimos algumas edições ou trechos dos programas estudados (quadro de esportes do *Bom Dia Brasil* na época de Tadeu Schmidt, o quadro *Gols do Fantástico* do *Fantástico*, *Globo Esporte São Paulo* e *Central da Copa*) tecendo observações.

Telejornalismo Esportivo e entretenimento

A televisão é, hoje em dia, o meio de comunicação mais usado pelo povo brasileiro. Os telespectadores encontram nela uma forma de entretenimento que abrange desde notícias, novelas, filmes e esportes.

Entretenimento é palavra de origem provavelmente latina e vem *inter* (entre) e *tenere* (ter). Atente-se ao fato de que, segundo o *Aurélio*, o verbo entreter tem o sentido de “deter, fazer demorar ou esperar com promessas ou conversas vãs, etc., para desviar a atenção; para distrair”. Dos dez sentidos apontados pelo dicionário, a maioria deles tangencia o campo de “iludir, enganar”, como se vê no exemplo citado: “É obra medíocre, mas a sua leitura a entretém” (...) o entretenimento é mesmo divertido, fácil, sensacional, irracional, previsível e subversivo. É um espetáculo para as massas (...) (TRIGO, 2003, p.10)

Cansados das notícias, em meio ao abundante fluxo informativo que caracteriza as sociedades atuais, das editoriais de política, economia e polícia que na maioria das vezes trazem em voga informações tristes e aterrorizantes, os telespectadores buscam nos esportes uma válvula de escape. A notícia esportiva se enquadra como mais um fator de fuga e entretenimento. Barbeiro & Rangel (2006) afirmam que o jornalismo esportivo tem suas especificidades, pois se confunde, sempre, com puro entretenimento. Todavia, o hibridismo entre jornalismo e entretenimento requer um limite e a atividade jornalística esportiva exige uma produção de seus conteúdos regida por processos técnicos jornalísticos, assim como as outras categorias do meio.



Como em qualquer produto jornalístico, a seleção da notícia esportiva é um processo norteado pelos critérios de noticiabilidade universais à atividade de produção e transformação de acontecimentos em fatos noticiáveis. Também no noticiário esportivo tem mais chances de se tornar notícia o que é factual, que desperta o interesse do público, que atinge o maior número de pessoas, que seja inusitado ou curioso, que seja novidade e que apresente bons personagens. (SOUSA, 2005)

Li-Chang Silva Sousa (2006) expõe como o jornalismo esportivo surgiu na Televisão Brasileira, na década de 50, e como o jornalismo e entretenimento interagem juntos desde 1973, com a estréia do *Esporte Espetacular* – atração dominical da Rede Globo, estilo revista eletrônica de esportes, sendo um dos mais antigos programas, ainda em exibição, da TV brasileira.

Em 1950 a TV Tupi exibiu uma reportagem sobre um jogo entre Portuguesa de Desportos e São Paulo, considerada a primeira manifestação do jornalismo esportivo na televisão brasileira. Até o início dos anos 70 as experiências em jornalismo esportivo na televisão eram parte dos noticiários gerais. Não havia uma boa estrutura para a cobertura esportiva (...). A chegada do video-tape emprestou mais agilidade e mais possibilidades à cobertura esportiva no meio audiovisual. Inspirado no modelo do programa norte-americano ABC Sports, a Globo colocou no ar em 1973 o programa semanal *Esporte Espetacular*, com uma proposta editorial que se mantém até hoje com algumas alterações proporcionadas, sobretudo pela tecnologia: unir jornalismo e entretenimento no noticiário esportivo (...) (SOUSA, 2006)

Até o início da década de 1970, o esporte era exibido como parte dos noticiários gerais, pois ele não tinha a visibilidade e a importância que tem hoje. Outro fator preponderante é que não havia na TV, ainda, uma estrutura técnica, para cobrir eventos esportivos. Entretanto, após a Copa de 70, a televisão brasileira, com destaque para Globo, começou a ganhar mais agilidade nas coberturas esportivas.

A Copa de 1970, a primeira transmitida ao vivo para grande parte do país, foi o grande marco da editoria de esportes na televisão brasileira. Foi quando, o telespectador brasileiro pôde acompanhar detalhadamente os jogos da Seleção Brasileira, na conquista do tri-campeonato mundial. A partir daí o jornalismo esportivo passou a ser parceiro inseparável da TV no Brasil. Nessa década, foram criados quadros e programas esportivos que sobrevivem até hoje, como os “Gols do Fantástico”, o “Esporte Espetacular” e o “Globo Esporte”, todos da Rede Globo de Televisão. (SILVA, 2010)

O esporte tem participação primorosa nos principais meios de comunicação televisivos do Brasil e em especial da Rede Globo - emissora que detém os direitos de transmissão de quase tudo relacionado ao futebol no Brasil. “O futebol é uma das prin-



cipais armas das emissoras na ‘guerra’ da audiência da TV (...). Por isso, as emissoras investem cada vez mais nas produções esportivas.” (BARBEIRO & RANGEL, 2010, p.31). Além dos campeonatos exibidos no meio e no final de semana, os telespectadores contam também com telejornais voltados apenas para temática esportiva.

Tadeu Schmidt⁴

Tadeu Schmidt iniciou sua carreira em 1997, na sucursal da TV Globo em Brasília. Em 2000, passou a integrar a equipe da editoria de esportes da Globo no Rio de Janeiro. Posteriormente, participou da cobertura de eventos esportivos importantes, como a Fórmula 1, a Copa do Mundo de 2006 e os Jogos Olímpicos de Pequim. E trabalhou também no Globo Esporte e Esporte Espetacular.

No ano de 2005 assumiu o posto de apresentador do bloco de esportes do *Bom Dia Brasil*, criando uma nova forma de apresentar os gols da rodada e as notícias do esporte. Em 2007, foi convidado para desenvolver um novo formato para o tradicional quadro *Gols do Fantástico* do programa *Fantástico*. Depois das Olimpíadas de Pequim, Tadeu deixou o *Bom Dia Brasil* e passou a se dedicar exclusivamente ao *Fantástico*.

Bloco de esportes do *Bom Dia Brasil*

O novo modelo da construção de matérias esportivas da Rede Globo adveio em 2005, quando Tadeu Schmidt assumiu o quadro de esportes do telejornal *Bom Dia Brasil*. O jornal matinal, exibido de segunda à sexta, surgiu em janeiro de 1983 contando com cinco blocos nas suas edições. Na maioria das vezes, os últimos blocos são dedicados aos esportes, principalmente nas segundas-feiras e quintas-feiras, quando o esporte tem maior ênfase devido às rodadas do futebol dos fins de semana e quarta-feira.

Com uma linguagem bastante peculiar e cômica, e o dom de transformar o detalhe no fator principal, procurando atrair um olhar novo e curioso das pessoas, Tadeu inovou o quadro de esporte do telejornal, dando destaque aos acontecimentos inusitados da esfera futebolística em que os resultados dos jogos em si, perdem protuberância.

⁴ Dados obtidos em < http://pt.wikipedia.org/wiki/Tadeu_Schmidt>. Acessado em 15 de jul de 2011



Gols do Fantástico

Graças ao sucesso da nova linguagem dada ao abordar o futebol no *Bom Dia Brasil*, Tadeu Schmidt conquistou espaço dentro da Globo e em 2007 foi convidado a desenvolver um novo formato para o tradicional quadro dos *Gols do Fantástico* do programa *Fantástico* – possui formato de uma revista eletrônica e é exibido aos domingos desde 1973 - no intuito de transformar o tema futebol, nem sempre agradável a todos, principalmente a uma grande parcela do público feminino, em uma crônica para ser noticiado como espetáculo.

Chama a atenção, o fato de que o jornalismo está em mutação e no segmento esportivo, encontra-se em estágio avançado de mercantilização das atividades jornalísticas. Aparentemente matéria alguma escapa ao tratamento leve, divertido, espetacular ou sensacionalista. Um exemplo é o quadro “Gols do Fantástico”, da Rede Globo, apresentado pelo jornalista Tadeu Schmidt. Recentemente, o quadro passou por uma reformulação. Sua característica sempre foi uma narração em off feita pelo apresentador Léo Batista e o relato de forma informativa dos principais gols dos campeonatos. Hoje, seu foco principal é buscar informações curiosas, imagens engraçadas e lances divertidos das competições. A linguagem, aliada a muitos recursos visuais, beira o humor. O relato da notícia, a informação em si, é praticamente deixado em segundo plano. Claro que o esporte pede uma narrativa mais leve, solta, mas sem exageros. (BEZERRA, 2008, p.109, apud, SILVA, 2010)

Bezerra apud Silva (2010) cita a narração em *off* do futebol, que ocorria antes da chegada de Tadeu Schmidt no *Fantástico*, através de um texto impessoal, considerado chato por muitos e previsível lido pelo veterano Léo Batista (considerado o mais antigo apresentador de TV do Brasil). O quadro era considerado fastidioso, monótono pela maioria dos telespectadores não aficionados por futebol.

Ao analisar a evolução da nota coberta no telejornalismo esportivo, Silva (2010) relata que a narrativa de Léo Batista era bem detalhada, com pausas curtas em alguns momentos e longas em outros, o que prejudica o ritmo do texto. Outro aspecto notado é o tom de seriedade mostrada pelo locutor dando um aspecto de pouca emoção e monotonia. Ao analisar notas coberta do *Gols do Fantástico* da década de 80 até meados de 2005, o autor constata que Léo Batista não abordava no texto nenhuma característica extra-campo. Explorando somente os gols. O locutor torna o texto objetivo, sem nenhuma atração “a mais” para o telespectador.

Já com a chegada de Tadeu Schmidt, se tem dado ênfase às características extra-campo e não somente aos gols feitos nas partidas. Tadeu narra os gols perdidos, comen-



ta sobre os uniformes dos times - quando se depara com algo insólito - repara nos cabe-
los excêntricos dos jogadores, entre outros detalhes pitorescos.

Ao logo do seu trabalho no *Fantástico*, Tadeu incluiu algumas atrações no qua-
dro de futebol, como: *Bola Cheia e Bola Murcha*, jogadores amadores de todo o Brasil
enviam imagens das melhores e piores jogadas. A cada semana e mês o público escolhe
o melhor/pior que concorrem no final do ano ao prêmio *Bola Cheia e Bola Murcha*.
Outro sucesso dominical é o pedido musical, concedido ao jogador que marcar três ou
mais gols em uma mesma partida.

Tiago Leifert⁵

Aos 20 anos, Tiago Leifert entrou na faculdade de jornalismo em São Paulo, po-
rém trancou o curso e foi para os Estados Unidos estudar telejornalismo. Na Universi-
dade de Miami, além de Jornalismo fez psicologia e estagiou na rede americana NBC.

Filho de um executivo do departamento comercial da TV Globo, Tiago começou
a trabalhar na Rede Globo apresentando matérias relacionadas à videogame no Esporte
Espetacular e o Pro Rad em 2006. Cobriu os Jogos Pan-americanos do Rio de Janeiro
(2007), a rodada do futebol brasileiro em 2008 e os Jogos Olímpicos de 2008, em Pe-
quim. Anteriormente, havia trabalhado como editor e apresentador do Vanguarda Mix,
programa de entretenimento jovem na TV Vanguarda, retransmissora da Rede Globo
para o Vale do Paraíba.

Em janeiro de 2009, passou a ser o novo editor-chefe e apresentador do Globo
Esporte em São Paulo, o qual ganhou novo formato, caracterizado pela espontaneidade,
dispensando o uso de teleprompter. Tornaram-se marcas registradas do programa os
bordões e os quadros bem humorados, como por exemplo, com os atacantes Pedrão, Nei
Paraíba e Val Baiano, a quem homenageou com um funk ao vivo. E em 2010, apresen-
tou o *Central da Copa* durante a Copa do Mundo na África do Sul e, atualmente, apre-
senta o *Central* em edições extraordinárias, quando ocorrem jogos da Seleção Brasilei-
ra.

Tiago ganhou diversos prêmios devido o seu sucesso, "Revelação" (2009), con-
ferido pela Associação dos Cronistas Esportivos do Estado de São Paulo (ACEESP) e
Melhor Apresentador de Televisão (2009), conferido pela Associação Paulista dos Crí

⁵ Dados obtidos em < http://pt.wikipedia.org/wiki/Tiago_Leifert>. Acessado em 15 de jul de 2011



ticos de Arte e "Prêmio Comunique-se de Jornalista de Esportes/Mídia Eletrônica" (2010).

Globo Esporte São Paulo

A verdadeira inovação na cobertura esportiva da Rede Globo sucedeu-se com o jornalista Tiago Leifert, que em janeiro de 2009 assumiu a chefia e a apresentação do regional *Globo Esporte São Paulo*.

Exibido de segunda a sábado, com duração em média de 20min desde 1978, o *Globo Esporte* é um telejornal esportivo que atualmente conta com uma edição de rede gravada e gerada pela TV Globo Rio de Janeiro para todo Brasil, com nove edições próprias, entre elas o *Globo Esporte, São Paulo*.

Quando Tiago Leifert passou a comandar a edição paulista de o *Globo Esporte*, transformou um programa de mais de 30 anos de tradição. Ao contrário dos apresentadores que passaram pelo telejornal, Tiago aparece no ar de calça jeans, camisa pólo e tênis *all star*.

Tiago faz piadas com tudo, eliminou o teleprompter - aparelho que projeta o texto que o apresentador lê olhando para a câmera - fala com o telespectador como se estivesse com um amigo - ancorado em pseudo-improviso *trash* e no uso de uma linguagem de edição que aproxima a Globo da MTV e do *Pânico na TV*. Tiago mantém um diálogo frequente de modo informal com os produtores que ele chama de “voz da consciência” e com os câmeras. Uma das mudanças mais percebidas foi à inclusão do vídeo game na programação do telejornal, convidando jogadores profissionais de futebol a desafiar o apresentador.

O *Globo Esporte São Paulo* usa e abusa da informalidade ao se referir a técnicos e jogadores e utilizam vários recursos audiovisuais na produção das matérias. “Editar uma reportagem para TV é como contar uma história, e, portanto, precisa de uma sequência lógica. Pelas características a essa história contada exige boa combinação de imagens e sons.” (BARBEIRO & RANGEL, 2006, p.42). As reportagens do telejornal são cobertas por músicas e a edição muitas vezes lembra a de videoclipes, com cortes rápidos ou a do *Pânico*, com a inserção de imagens de arquivo para ilustrar alguma citação ou situação, com fins meramente humorísticos. O “Troféu Nei Paraíba”, a campanha “Fica Pedrão” e o especial “Globo Esporte de Ouro” retratam bem isso.



De forma cômica, com a utilização de imagens de torcedores chorando e até mesmo do presidente Barack Obama. Todos ficaram perplexos com o anúncio da transferência do atacante do Barueri e artilheiro do Campeonato Paulista de 2009, Pedrão, para o futebol árabe, e “imploram” que ele permanecesse no Brasil, através da campanha “Fica Pedrão”. A campanha bem-humorada do *Globo Esporte São Paulo* tomou contornos reais ao ponto dos torcedores do atacante criarem o blog – www.ficapedrao.blogspot.com - para pedir a permanência do atleta.

Em um dos momentos mais inusitados do programa e até mesmo Tiago Leifert pensou que seria demitido, o apresentador escreveu uma letra de funk para o então jogador do Barueri, Val Baiano e cantou ao vivo junto com o funkeiro Fernandinho BeatBox, tendo como justificativa que dia de quarta é tranquilo e não há muitas notícias há serem transmitidas.

O tom irreverente e dinâmico espantou a então rigidez do programa, conquistando um público mais jovem. Na procura pela audiência, o *Globo Esporte São Paulo* criou um personagem "real" Nei Paraíba, como o *Pânico* fez com Zina – torcedor fiel do Corinthians que ficou conhecido com a celebre frase “Ronaldo, brilha muito no Corinthians”. Nei aparecia no programa quase todos os dias. No Campeonato Paulista, sua "beleza” (na realidade Nei não possui uma beleza que soe como exemplo) serviu de inspiração para a eleição do jogador mais belo da competição, o “Troféu Nei Paraíba”.

Uma tendência no jornalismo contemporâneo que encontra na televisão importância e expressividade ímpares, a valorização do personagem no relato de uma notícia esportiva também é um fator não apenas de reforço da noticiabilidade como de identidade editorial. Ou seja, o noticiário esportivo em televisão se pauta cada vez mais pelos personagens que protagonizam as histórias noticiáveis, sejam eles celebridades ou anônimos. (SOUSA, 2005)

Em alusão ao *Globo de Ouro* - programa musical produzido e apresentado pela Rede Globo entre 1972 e 1990 que levava ao telespectador os maiores sucessos musicais do momento – o *Globo Esporte São Paulo* produziu no final de 2010 o “Globo Esporte de Ouro” uma retrospectiva que mostrou várias personalidades do cenário esportivo como Paulo Henrique Ganso, Arnaldo Cesar Coelho, Rafael Nadal, Shaquille O’Neal, Caio Ribeiro e Richarlyson em momentos de atuação musical.

Jornalismo esportivo é uma coisa sem vida, sem emoção, sem paixão, isto está na matéria do exame de doping, em uma briga de torcida. Mas o esporte é legal porque ele diverte, ninguém assiste ao jogo do Corinthians para se informar, assiste para se divertir, para torcer, xin-



gar 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, 2009, apud Rangel, 2010).

Antes de aplicar o novo estilo, a linguagem do Globo Esporte era muito dura, apenas uma troca de câmera, o que deixava o apresentador muito estático com o *chroma key* - técnica de efeito visual que consiste em colocar uma imagem sobre uma outra através do anulamento de uma cor padrão ao fundo, servindo de cenário. Já no modelo atual, a bancada deu vez à mobilidade do apresentador e a linguagem imobilizada pelo teleprompter foi substituída pelo improvisado e o bom humor, sem script. Sem dúvidas, o *Globo Esporte São Paulo* ficou mais leve, com menos aspecto de telejornal e mais próximo a uma conversa informal entre Tiago Leifert, produção, câmeras e o telespectador.

Central da Copa

Com sucesso do *Globo Esporte São Paulo*, a Globo convidou Tiago Leifert para produzir o programa *Central da Copa* (CC), durante a Copa do Mundo FIFA de 2010 na África do Sul. O CC ia ao ar todos os dias pela manhã, com Luís Ernesto Lacombe e pela tarde e noite, ambos sob o comando de Tiago Leifert.

O programa estreou antes do início do jogo de abertura da Copa do Mundo no dia 11 de junho de 2010. A última edição ocorreu exatamente um mês depois, após o jogo final do mundial. Entretanto, devido à grande audiência, a emissora decidiu manter o programa. Mesmo após a final da Copa, o CC entra no ar, todas às vezes em que ocorrem jogos do Brasil.

De acordo com Reis & Gurgel (2010), uma particularidade forte do CC é o favorecimento do entretenimento durante uma cobertura esportiva, em detrimento do jornalismo. Além da apresentação de Lacombe, Tiago Leifert, e dos comentários do ex-jogador Caio Ribeiro, o programa possuía um formato dinâmico com presença de plateia, em alguns dias, composta por torcedores brasileiros (homens e mulheres) e estrangeiros. A torcedora argentina Marina tornou-se figura hodierna nas edições. Além da presença de artistas globais e cantores famosos.

A participação do público era constante no programa, com palpites, diagnósticos dos jogos do Brasil e das seleções adversárias. Quando o assunto eram os rivais, o alvo

na maioria das vezes era a Argentina, na figura da torcedora Marina. Ela sofria várias gozações, principalmente do apresentador Tiago Leifert.

Reis & Gurgel (2010) afirmam que o formato do programa não é inédito na Televisão.

Apesar de não ser inédito, o formato do programa é uma evolução do debate esportivo no Brasil. Em vez de se ater apenas às especialistas e repórteres já conhecidos do público, CC tentou quebrar a barreira que deixa distante a torcida do conteúdo. A interação do apresentador com a platéia e a interatividade com as redes sociais aproximou o telespectador das notícias sobre o esporte favorito do brasileiro no mundial, contribuindo para fidelização do mesmo com o programa.

Em alguns momentos do programa, a análise esportiva ficava em segundo plano e o foco eram reportagens frias e leves que retratavam assuntos curiosos, não possuindo nenhuma relevância esportiva. Como por exemplo, o movimento nas redes sociais do “Cala boca Galvão” e “Free Caio”. As matérias sobre a beleza dos jogadores e a bola *Jabulani* - que se tornou uma das personagens da Copa - A exibição de imagens de Galvão Bueno dançando durante a transmissão do show de abertura da Copa, entre outros.

O movimento “*Cala Boca Galvão Bueno*” espalhou-se nas redes sociais através de internautas insatisfeitos com os comentários do locutor Galvão Bueno durante os jogos da Copa. A mobilização alcançou proporções internacionais e virou notícias de jornais respeitados como *El País* e *The New York Times*. Tiago Leifert e o próprio Galvão abriram espaço no CC com uso de reportagens e declarações ao vivo para falar sobre o caso.

A onipresença do comentarista Caio Ribeiro, seja às 7h15m, no *Bom dia Brasil*, ou à 1h, na *Central da Copa*, durante a Copa do Mundo, também causou agitação nas redes sociais e deu origem a campanha “Free Caio”, que pedia um descanso para o comentarista, uma “libertação do cativo”. Em tom de brincadeira, após quebrar regras do “cativo”, Caio foi “punido” com uma temporada na casa do Big Brother Brasil (BBB). O programa exibiu hilárias imagens do comportamento do comentarista lavando roupas e dançando a música *Rebolation* com os ex-BBBs Marcelo Dourado, Ana Mara, Joseane e Cadu. Tiago Leifert fez o papel de Pedro Bial, comandando um fictício paredão.

O *Central da Copa* tornou-se um programa de entretenimento que conseguiu atrair a atenção de um público da Copa do Mundo, que não acompanha o futebol sempre. Uma atração que consegue falar de futebol até para quem não gosta do esporte.



Considerações finais

A Rede Globo ao transformar a cobertura de futebol no Brasil em comédia, que muitas das vezes abandona os princípios básicos do bom Jornalismo, não é bem vindo pelos amantes dos esportes e jornalistas mais tradicionais. Há quem sinta falta da verdadeira análise esportiva dos jogos como lances perdidos, jogadas geniais, erros de arbitragem, e prefira a forma objetiva, clara, concreta e seria de Léo Batista apresentando as matérias em uma bancada, do que Tiago Leifert ou Tadeu Schmidt fazendo piadas.

A Globo começou a investir em programas mais leves e bem humorados, tentando chamar a atenção dos espectadores e atrair um público novo, os jovens, devido ao fato de que as informações passadas pelos antigos formatos eram maçantes. As mudanças ocorreram, sobretudo por causa da queda nos índices de audiência, o *Globo Esporte São Paulo* é um exemplo claro. Em 2008, o programa estava perdendo no Ibope para o seriado mexicano *Chaves*, transmitido no mesmo horário, no canal SBT.

Criticado por muitos jornalistas da velha guarda e adorado pelos jovens e pelas mulheres, Tiago Leifert e Tadeu Schmidt revolucionaram a transmissão televisiva. Realizando seus trabalhos de um modo particular, combinando despojamento, simpatia e espontaneidade em uma certa medida, nos seus respectivos programas.

Além do *Globo Esporte São Paulo*, do quadro de esportes do *Bom Dia Brasil*, do quadro *Gols do Fantástico* do Fantástico e da *Central da Copa*, o novo modelo foi amplamente aplicado aos outros programas esportivos da emissora, no *Globo Esporte Nacional* e suas edições regionais e no *Esporte Espetacular*, que por sua vez, para provar a aplicação do novo modelo, inventou o “João Sorrisão”, um boneco de plástico inflável. O programa promete entregar um exemplar do boneco a cada jogador que comemore um gol imitando o seu jeito de balançar (para os lados, para frente e para trás). Em semanas, dezenas de jogadores comemoraram seus gols imitando o “João Sorrisão”, um verdadeiro sucesso de marketing.

O que está em pauta é o esporte, assunto que não deve ser encarado com tanta seriedade como a política, economia, polícia e saúde. Porém, acima de tudo são programas jornalísticos. E não é oportuno, em alguns momentos, que um pretoso concurso de beleza entre jogadores de futebol valha mais a pena do que escancarar o submundo do futebol e os escândalos na FIFA, envolvendo até o Presidente da CBF, Ricardo Tei-



xeira (assunto deixado de lado, sobretudo devido à parceria comercial da Globo com a CBF).

Referências Bibliográficas

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi / **Entretenimento - Uma Crítica Aberta**, São Paulo: Senac, 2003.

BARBEIRO, H; RANGEL, P. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

SOUSA, Li-Chang Shuen C.S. **Cobertura esportiva na televisão: critérios de noticiabilidade na interface entre Jornalismo e Entretenimento**. 2005. Disponível em:

<http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/ind_li_chang_sousa.pdf>

SOUSA, LI-Chang Shuen Cristina Silva. **Noticiário esportivo no Brasil: uma resenha histórica**. Artigo. Pernambuco: UFP, 2006.

SILVA, Alexandre Alves. **De Léo Batista a Tadeu Schmidt: a evolução da nota coberta no telejornalismo esportivo**. 2010.

Disponível em: <<http://paginas.ufrgs.br/alcar/noticias-dos-nucleos/artigos/DE%20LEO%20BATISTA%20A%20TADEU%20SCHMIDT.pdf>>

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **Globo Esporte São Paulo: Ousadia e Experimentalismo no Telejornal Esportivo**; In: Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM: Curitiba, 4 a 7 de setembro de 2009.

MARTINS, Simone. **Peculiaridades do Telejornalismo Esportivo: Um olhar sobre o Bom Dia Brasil**; 2008.

REIS, Carolina; GURGEL Anderson. **Central da Copa – a informação e o entretenimento na cobertura de um espetáculo esportivo**; In: Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – INTERCOM: São Paulo, 12 a 14 de maio de 2011.

A Parcialidade na Mídia Esportiva: uma análise sobre o Programa Jogo Aberto da TV Bandeirantes. Disponível em:



< <http://pt.scribd.com/doc/49494835/A-PARCIALIDADE-NA-MIDIA-ESPORTIVA-uma-analise-sobre-o-Programa-Jogo-Aberto-da-TV-Bandeirantes-que-possivelmente-prioriza-noticias-dos-times-da-Cidad>>