

## **A importância do esporte na programação da Rede Globo de Televisão Um estudo sobre gêneros e seus processos de hibridização<sup>1</sup>**

**Autora:** Ana Carolina Rocha Pessôa Temer

Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás – FACOMB/UFG

### **Resumo**

Este artigo é parte de um estudo amplo sobre gêneros na televisão, que está centrado na questão da hibridação entre o jornalismo e o entretenimento. O artigo faz uma análise da presença do esporte na programação da Rede Globo de Televisão, analisando os gêneros televisivos e gêneros jornalísticos que estão presentes quando o assunto o esporte está envolvido ou é o ponto central. A análise destaca também a relação dessas transmissões, que se incluem no gênero entretenimento com o telejornalismo, sua relação com o modelo de televisão adotado no Brasil e como o esporte contribui para a representação do Brasil.

### **Palavras-chave**

Televisão – esporte - futebol – gêneros televisivos – gêneros jornalísticos

### **Introdução**

O esporte é um ingrediente fundamental para a televisão brasileira. Em termos quantitativos, está presente diariamente nos telejornais nacionais, mas a sua presença extrapola estes espaços, com transmissões ao vivo e programas especializados. Essa relação é particularmente destacada na programação da Rede Globo de Televisão, emissora que durante muitos anos esteve na posição de líder incontestável da audiência, e que hoje está em uma encarniçada batalha para manter a sua posição de líder, em uma luta na qual a presença do esporte é também uma estratégia de grande importância.

O futebol é, dentre todas as modalidades, a que mais se destaca, tanto nos telejornais especializados em esportes quanto nos telejornais generalistas, o que por sua vez reforça a grande variedade de transmissões ao vivo dos jogos (no mínimo duas a cada semana) e todos os seus acessórios: boletins ao vivo sobre a venda de ingressos, chegada dos jogadores ao estádio, torcidas, treinamentos e o que mais a criatividade das equipes de reportagem conseguir inventar. No entanto, a presença de outros esportes vem crescendo com vários campeonatos e modalidades transmitidas ao vivo, em processos que resgatam a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

tradição da televisão de instantaneidade, de transmitir os eventos no momento em que eles acontecem.

A cobertura do material esportivo, tanto nos telejornais quanto em formatos jornalísticos que permeiam outros gêneros, entre eles as transmissões ao vivo, envolve uma mistura de entretenimento e jornalismo. De fato, os departamentos esportivos, hoje comuns nas empresas de rádio e televisão, surgiram a partir de “separações” dos departamentos de telejornalismo, como uma resposta lógica à importância e ao espaço obtido pelo esporte.

Desta forma, ainda que nem todos os jogos e campeonatos e eventos esportivos isolados sejam formatos jornalísticos puros, sua relação com o jornalismo é fundamental para a melhor compreensão destes produtos. Vale destacar também que, ainda que estes produtos isoladamente nem sempre tenham uma grande audiência ou possam ser comercializados por altos valores, eles representam uma boa possibilidade de lucro para as emissoras de televisão, que cada vez mais investem seus recursos nestas transmissões.

Neste artigo, além de buscar a importância do esporte para a televisão brasileira, busca-se também compreender melhor a complexidade dos diversos gêneros envolvidos nestas transmissões. Neste sentido, este artigo pretende discutir um gênero televisual, o telejornalismo, como um dos gêneros mais consolidados da televisão, sua articulação com outros gêneros televisivos particularmente voltados para o entretenimento e para a difusão do esporte, mas também a sua articulação interna a partir do uso dos gêneros jornalísticos no que diz respeito a esse assunto específico.

Para atingir esse objetivo foi realizada observações continuadas sobre a televisão brasileira, sua história e seu desenvolvimento, suas bases econômicas e políticas, sua programação passada e atual e, a partir das decisões tomadas pela emissora até o momento atual, apontar em linhas gerais os caminhos e as tendências que estão se delineando na programação pela Rede Globo de Televisão.

A análise foi realizada por meio de um levantamento sistemático da programação da emissora no mês de maio – ou mais exatamente, do dia 02 ao dia 30 de maio, totalizando quatro semanas, e uma leitura crítica dos conteúdos dos programas/transmissões sobre esporte, ou seja, aqueles inseridos no Gênero Entretenimento e o conjunto do material sobre esporte inserido nos telejornais, sobre o qual foi realizada uma segunda análise na qual se buscava um diagnóstico sobre os Gêneros Jornalísticos mais comumente ligados ao assunto. É importante destacar que, no que diz respeito ao Esporte na Televisão, a relação entre os

gêneros televisivos e gêneros jornalísticos (telejornalísticos) é fundamental para compreender o desenvolvimento do assunto no telejornalismo.

### **A televisão generalista e sua programação: um modelo em crise**

Para entender a televisão de sinal aberto no Brasil em uma perspectiva histórica alguns aspectos devemos considerar que no Brasil a televisão foi fundamental para a construção da identidade nacional, consolidando-se como elemento básico para a formação de um laço social<sup>2</sup>. Os altos índices de audiência das emissoras generalistas, mesmo com as novas opções de televisão segmentadas, apontam que para o brasileiro a televisão é uma companheira fiel, uma espécie de continuidade de sua própria vida, uma oportunidade de sentir-se parte do contexto maior, um espaço no qual estão (ou são mostradas) as coisas importantes da vida.

A construção desta relação foi marcada por momentos diversos: na primeira década no país (1950)<sup>3</sup> a televisão teve a marca do aprendizado e do consumo elitizado, a marcou a consolidação da televisão brasileira (1960), o avanço da televisão monopolizada com a liderança quase absoluta da Rede Globo e seus vínculos com o Estado (1970), o surgimento de novas redes e dos processos de democratização do país (1980), a chegada em maior escala da TV codificada e da internet, e as mudanças decorrentes da inclusão de novas parcelas de receptores geral vindos de camadas de menor poder aquisitivo da população (1990) e os novos perfis da televisão já voltados para atender os novos interesses de consumo da chamada classe C (2000), que forçam a TV de sinal aberto a adaptações ao apelo estético, necessidades e desejos desse novo público.

Nesse contexto, a evolução da televisão se dá também em outros sentidos. O próprio aparelho de televisão evolui de objeto-feitiche na primeira década para alcançar o status de eletrodoméstico obrigatório em todos os lares. Mas é na relação com o consumidor que vemos as maiores mudanças, ou seja, não apenas a televisão mudou, mas, sobretudo o modo que vemos a televisão mudou.

### **Gêneros na Comunicação.**

Ainda que nos últimos anos pesquisadores de comunicação tenham se dedicado com maior frequência a questão dos jornalísticos, a questão está longe de se esgotar. De fato, falar em gêneros envolve ir além do jornalismo, uma vez que a sua compreensão envolve

---

<sup>2</sup> O conceito de laço social assumido neste trabalho é o definido por THOMPSON, John B, no livro *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1995.

<sup>3</sup> . O aparelho receptor era acessível apenas para o público urbano e de maior poder aquisitivo e a programação mesclava conteúdos elitizados com sucessos vindos do rádio.

também entender a relação do jornalismo com conteúdos não jornalísticos, com os quais os próprios jornalistas têm dificuldade em dialogar, mas que não apenas interferem no conteúdo do jornalismo, mas como em alguns casos, buscam no jornalismo formatos e conteúdos. Além disso, o termo tem utilidades múltiplas, sendo utilizado em outras aplicações nos estudos sobre a comunicação – como, por exemplo, nos estudos sobre televisão, como fator de classificação dos diferentes conteúdos da programação televisiva (gêneros televisivos), mas também nas ciências sociais para abordagens que envolvem questões ligadas a identidades sexuais.

Neste trabalho entendemos gêneros<sup>4</sup> a partir de suas origens para na definição conforme já utilizada por Platão e Aristóteles para classificar as diferentes possibilidades (ou intencionalidades) dos discursos<sup>5</sup>. Desta forma, apesar de sua utilização inicial estar ligada ao teatro grego, o termo migra para a classificação dos textos escritos<sup>6</sup>, posteriormente migrando ou sendo utilizada no estudo de diferentes atividades da vida humana que exigem diferentes repertórios de gêneros do discurso, entendendo que “... a língua, do ponto de vista de sua práxis, reflete, através do gênero principalmente, os padrões culturais e interacionais da comunidade em que está inserida” (BONINI, 2001, p. 8).

O conceito de gênero jornalístico no Brasil tem sido objeto de atenção a partir de meados do século XX, mas é sua definição e conseqüente utilização não está completamente consolidada. Esta dificuldade ocorre em função da complexidade das relações envolvidas na produção do jornalismo e das produções midiáticas em geral. Além disso, o estudo dos gêneros envolve grande diversidade de conhecimentos dos pesquisadores, o que resulta em diferentes abordagens. No entanto, ainda que não exista uma abordagem consensual, autores que se dedicam a questão entendem que o gênero é algo maior do que forma ou formato, constituindo-se em uma identidade sócio-comunicativa e elemento pré-decodificador da mensagem. Desta forma assumimos neste trabalho que Gênero é um conteúdo ou um conjunto de conteúdos, constituído em função de

---

<sup>4</sup> A palavra *gênero* deriva do latim *genus/generis* (família, espécie).

<sup>5</sup> Para Aristóteles a noção de gênero tem início com a oratória, um modelo de estudo sobre os processos comunicativos cujo desenvolvimento ocorre em função da necessidade do domínio dos modelos discursivos na democracia na Grécia. Sobretudo, o uso do termo fundamenta a distinção entre lírico, épico e dramático, vistos na época como as três formas fundamentais da Literatura. Mais adiante uma segunda classificação faria a opõe da tragédia com a comédia.

<sup>6</sup> Na literatura inicialmente a distinção limitava-se a clássica separação em entre poesia e prosa Todorov (1990), mas logo a Retórica também apresenta sua classificação, reconhecendo três tipos de discursos: o deliberativo, o judiciário, ou forense, e o epidítico, ou de exibição.

práticas profissionais previsíveis e possibilidades de entendimento para o receptor. Os gêneros também são uma construção marcada pela prática profissional, mas o que determina a sua continuidade é o uso que os receptores atribuem a ele. Desta forma, compreendemos os gêneros como elementos de mediação, uma vez que envolvem tanto as necessidades de padronização da produção pelos emissores, como as expectativas de conteúdo dos receptores.

No mesmo sentido, compreendemos que o conceito aplica-se sempre em relação a um conjunto maior no qual está inserido. Neste estudo especificamente tratamos de gênero em dois sentidos: em relação ao conjunto do material televisivo, ou seja, aos gêneros televisivos conforme definidos por Souza (2004) e aos gêneros jornalísticos definidos por Marques de Melo nos livros *Estudos de Jornalismo Comparado* (1972), e *Jornalismo Opinativo* (1985), e as revisões mais recentes do tema elaboradas 2003, 2007 e 2010, considerando que está última inclui além do informativo, opinativo e interpretativo, o jornalismo utilitário e diversional.

### **A presença histórica do Esporte no jornalismo**

A história do jornalismo esportivo é relativamente recente. As pesquisas apontam como primeiro registro do esporte no jornal *Le Sport*, de 1854 (FONSECA, 1997) que publicava crônicas sobre haras, turfe e caça além de sessões sobre outros esportes como canoagem, natação, pesca, boxe e bilhar. A presença do esporte cresce quando são realizadas as Olimpíadas, muitas vezes com os veículos de comunicação divulgado instruções de como praticar um determinado esporte, e sua importância aumenta na mesma medida em que aumenta a curiosidade do público sobre o assunto. Essa relação também está presente no desenvolvimento do rádio, e quando a televisão surge, a presença do esporte já está consolidada<sup>7</sup>.

No Brasil, as primeiras notícias sobre futebol no Brasil foram divulgadas no *Jornal do Comércio* de São Paulo na edição de 17 de outubro de 1901, e tinham um caráter bastante elitista, como o próprio futebol praticado na época.<sup>8</sup> A partir da das décadas de 1940 e 1950 o rádio começa a transmitir rotineiramente as partidas de futebol.

---

<sup>7</sup> Segundo Camargo (2006) as primeiras transmissões esportivas pela televisão ocorreram na década de 1930 em diversos países: uma transmissão de Beisebol em 1935 nos Estados Unidos, a primeira jogada da disputa de Wimbledon em 1937 além, é claro, da transmissão dos Jogos Olímpicos na Alemanha Nazista.

<sup>8</sup> Camargo cita que a primeira partida foi transmitida oficialmente pelo rádio em novembro de 1927 (Camargo, 2006), enquanto Ortriwano fala em 19 de julho de 1931, mas também há referências em fontes diversas da internet a data de 20 de fevereiro de 1932.

Tanto entre os profissionais do jornalismo como os estudiosos da área de Comunicação, o esporte tem sido historicamente compreendido como uma editoria menor, ou menos importante. Isso ocorre porque na acepção generalizada entre receptores e jornalistas, o esporte não está ligado ao mundo do trabalho, e a sua cobertura, portanto é “menos séria” ou ainda, requer menos preparo ou capacidade intelectual. O reconhecimento do esporte como negócio com alto potencial financeiro tem contribuído para mudar essa visão, mas mesmo no jornalismo da televisão brasileira, na qual a presença do esporte é quantitativamente importante, o preconceito continua<sup>9</sup>.

Ainda que a importância do esporte como elemento para conquistar o receptor, e sua conseqüente maior presença na constituição da programação já seja perceptível no período de acessão e consolidação do rádio (1940/1950), na televisão essa relação torna-se ainda mais estratégica.

A primeira reportagem filmada sobre futebol Na televisão foi realizada em 15 de outubro de 1950, no jogo entre Palmeiras e São Paulo, diretamente do Estádio do Pacaembu, em São Paulo. (CAMARGO, 2006)<sup>10</sup>. Em 1969, quando ocorre a primeira transmissão em rede pela televisão, a presença do futebol na programação já era importante. Nesta década, a Rede Globo de Televisão integra-se em um processo de consolidação do mercado interno, em uma relação que iria beneficiar o Governo Militar e legitimar as mudanças ocorridas na sociedade brasileira. De fato, o governo Militar capitalizou o entusiasmo da população pela vitória da seleção na Copa do México, cujos jogos foram pela transmitidos ao vivo em tempo real.

Em junho de 1970 os brasileiros assistiram, diretamente do México, aos jogos da Copa do Mundo<sup>11</sup>. O transmissão dos jogos entrou para a história como prova de que “nem o esporte escapou da exploração ideológica durante o regime militar. (GUARESCHI e BIZ, 2006, p.79). De fato, a relação televisão, Governo Militar e a Rede Globo de Televisão abriu espaço para a instalação da TV em cores, cuja primeira transmissão oficial ocorre em 31 de Março 1972, consolidando um plano rígido e bem sucedido que incluía a transmissão a cores da copa de 1974. A partir daí, o futebol amplia seu espaço na programação, em um

---

<sup>9</sup> Essa relação foi reafirmada no debate realizado na sessão de abertura da Intercom Centro Oeste, realizada na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, em 6 de junho de 2012, pelo professor José Carlos Marques e o Jornalista Esportivo Renato Peters.

<sup>10</sup> A Wikipédia cita a data de 28 de setembro de 1948.

<sup>11</sup> A televisão brasileira não tinha ainda era em “preto & branco”, embora a televisão a cores já existisse. Atualmente gravações coloridas dos jogos, vistos pelos brasileiros em preto e branco na época, já estão acessíveis.

processo que abre espaço para transmissão ao vivo de outros esportes e para uma programação esportiva especializada.

### **Diagnóstico Atual**

A análise da programação aponta que, em continuidade a um modelo historicamente consolidado, a televisão brasileira – e em particular a Rede Globo de Televisão – dedica a maior parte do seu espaço para o entretenimento. A emissora continua a centrar a sua programação nas novelas, seu principal produto inclusive no mercado externo, mas nota-se mudanças significativas nos programas ao vivo, no aumento da presença *realitys*, tanto como programas quanto em “quadros” ou partes de outros programas. Da mesma forma, merece registro as mudanças no jornalismo da emissora, que tem buscado atender mais as questões locais e temas de interesse da população de maior renda, inclusive com a maior inserção de temas ligados a violência e a polícia<sup>12</sup>. Do total dedicado ao entretenimento, o esporte ocupa no período estudado em média 3 horas e 50 minutos por semana, o que representa um crescimento significativo em relação à primeira década deste século<sup>13</sup>

Considerado os aspectos objetivos da programação, o Esporte como assunto principal ou secundário esteve presente nos programas/conteúdos de todos os telejornais veiculados nacionalmente<sup>14</sup>, além da exibição diária do **Globo Esporte**. No domingo também o **Auto-Esporte**, um programa sobre automóveis que cita competições esportivas motorizadas, O Esporte Espetacular, a transmissão ao vivo de Futebol no período da tarde (em geral, às 16 horas), eventuais coberturas dos jogos no **Fantástico**, e já no final da noite, o TFU-UFC **Em Busca de Campeões**, programa dedicado a uma versão atualizada de luta livre. Durante a semana, além dos programas jornalísticos já citados, a programação inclui a transmissão noturna (por volta das 22 horas) de um jogo de Futebol na quarta feira, de um Boletim as quintas feiras e sábados, (sempre depois da meia noite) do TFU, e nas sextas feiras, do Corujão do Esporte, programa de debates que também vai ao ar após a meia-noite.

Além da programação regular, no período estudado foram realizadas a transmissão de duas corridas de Fórmula 1 - Dia 13/05, as 9:00, **Fórmula 1 – HD** e no dia 27/05, as 9:03 o

---

<sup>12</sup> A Rede Globo de Televisão usa o termo *Jornalismo Comunitário* para conceituar um jornalismo mais voltado para os problemas do dia-a-dia, com um maior número de boletins locais e entradas ao vivo, com um maior uso das unidades móveis e maior presença do material produzido pelas emissoras afiliadas.

<sup>13</sup> Ver REIMÃO: 2006. p. 133.

<sup>14</sup> Foi intencionalmente excluído deste estudos os telejornais locais, ou praça TV, uma vez que não haveria condições de acompanhar a totalidade das produções das emissoras afiliadas da Rede Globo.

Grande Prêmio de Mônaco<sup>15</sup>, e nos sábados Dia 12/05, às 9 horas, o Treino de Fórmula 1; Dia 20/05 as 10:15 uma partida de Futebol de Areia e outra, as 15:45 do Campeonato Europeu; e no Dia 26/05, às 9 horas Treino de Fórmula 01 e as 10:30 o jogo Brasil Dinamarca.

A análise inicial do conjunto evidencia, como seria previsível, uma maior presença dos conteúdos esportivos nos finais de semana, mas mostra igualmente uma preocupação para que o assunto não seja esquecido nos demais dias. Fica claro que mesmo com a pulverização da audiência decorrente dos novos comportamentos do consumidor (ou talvez em função dela) a televisão tem buscado valorizar aumentando quantitativamente e diversificando as coberturas, dos conteúdos esportivos.

Analisando a unidade da matéria jornalística, e não o tempo total do conjunto de matérias jornalísticas, a análise destes conteúdos aponta que o conjunto de atividades que compõem a cobertura esportiva vai muito além da transmissão dos eventos. Trata-se de uma ação continuada ou permanente, já que os eventos esportivos, campeonatos e um grande conjunto de ações direta ou indiretamente ligadas a eles são temas recorrentes no programas telejornalismo da emissora, mesmo aqueles que não se dedicam exclusivamente aos conteúdos esportivos. De fato, considerando a média referente apenas os telejornais nacionais da Rede Globo (**Bom Dia Brasil, Jornal Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo**)<sup>16</sup> – da no período estudado, o índice obtido foi de 12% em relação ao conjunto do conteúdo, o que evidencia a manutenção de uma média anterior.<sup>17</sup> No entanto, este total exclui o **Globo Esporte** e o **Corujão do Esporte**, ambos os formatos jornalísticos dedicados unicamente ao tema, e programas híbridos, como o **Fantástico**. Na análise dos gêneros deste segmento, há uma dominância quase total do informativo, 87%, mas há uma forte tendência ao hibridismo, uma vez que em muitos casos pequenos comentários estão mesclados a informação. Quando consideramos todo o conjunto do material jornalístico, incluindo os programas de esportes, também predomina o informativo, mas o percentual do material informativo cresce significativamente, totalizando 32%. Na somatória dos dois conjuntos, analisando unicamente o formato, a reportagem é amplamente dominante, pouco mais de 82%, o que inclui mesmo as notícias sobre vitórias ou derrotas. As notas eventuais

<sup>15</sup> Em ambos os domingos citados, a Fórmula 1/Grande Prêmio de Mônaco, usou o horário que seria do Auto Esporte, que conseqüentemente não foi ao ar.

<sup>16</sup> Analisando a unidade da matéria jornalística, e não o tempo total do conjunto de matérias jornalísticas.

<sup>17</sup> Segundo Temer (2002) a presença do assunto esporte nos telejornais nacionais da Rede Globo (**Bom Dia Brasil, Jornal Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo**) oscilava entre 6% e 13% do total dos conteúdos desses telejornais.

dizem respeito quase sempre aos esportes de menor expressão ou que despertam menor interesse do público. No gênero opinativo, o formato mais presente é o comentário. Curiosamente, embora o conjunto do jornalismo esportivo tenda a ter uma linguagem “divertida” e se definir pela leveza de abordagem temática, o gênero diversional não está muito presente, alcançando menos apenas 9,8% do total do conteúdo.

É importante acrescentar que, dependendo da importância do evento e dos interesses comerciais envolvidos, a cobertura inclui também boletins e *stand-ups* que não são formalmente previstos na programação. É interessante frisar que todas as disputas transmitidas pela emissora tiveram grande presença nos telejornais, que além de destacar a importância do evento, também não se furtavam de dar detalhes sobre a transmissão. De fato, a análise aponta que a transmissão do evento determina não apenas o número de “chamadas” e inserções distribuídas em horários estratégicos, mas também o grau de importância atribuído a ele pelo jornalismo, não sendo raras reportagens, boletins, ou mesmo programas que se encerram com o convite para que o telespectador acompanhe o jogo ou o evento, ou veja/reveja os melhores momentos em outros programas da casa.

Considerando a Categoria Entretenimento, o gênero quantitativamente mais presente é a transmissão ao vivo de partidas e disputas. Neste conjunto destaca-se um claro hibridismo nos conteúdos: transmissões ao vivo usam repórteres e formatos jornalísticos tanto nas chamadas quanto no decorrer das transmissões, e a cobertura jornalística do esporte usa vários recursos de ilustração (em geral informatizados) para “colorir” a informação. Outro aspecto que merece destaque é a hierarquia que envolve essa cobertura, na qual os narradores dos jogos despontam como “estrelas” de maior grandeza, enquanto comentaristas e repórteres ocupam um segundo plano, sendo colocados a distância, em com intervenções que se dão a partir da especulação, do subjetivo, ou explicando aquilo que interfere nos resultados das disputas.

Considerados os telejornais exibidos nacionalmente, aí incluído o Globo Esporte, há uma clara predominância do Gênero Informativo, mas também é significativa a presença do utilitário, com destaque para os serviços (informações sobre partidas, horários etc.). Outros gêneros como o Opinativo (comentário) e Divisional (histórias curiosas). Em relação ao formato a maior presença é da reportagem, o que evidencia a predominância da agenda para a realização da cobertura esportiva. O comentário está presente, assim como a nota. Mas há poucas notícias, ou informações novas. Notadamente procura-se a cada nova edição dos telejornais enfoques “criativos” ou diferenciados, muitas vezes buscando “esquentar”

informações mais ou menos previsíveis, com repetições temáticas que informam que a disputa será difícil, que os competidores estão motivados, e variações sobre o tema. No telejornalismo estudado, nota-se sobre essa questão também dois pontos recorrentes: (a) a narrativa jornalística descontraída ou naturalizada, a linguagem coloquial ao extremo, o que evidencia o esporte como o espaço para o prazer; e (b) a opção pelo tratamento leve, com o uso situações bem humoradas e alegres, e eventualmente de recursos cômicos.

A intenção clara de dar ao esporte um recorte de leveza no jornalismo entra em conflito com a cobertura realizada nos conteúdos voltados para o esporte, mas que são classificados como entretenimento. Enquanto no jornalismo o esporte é leveza<sup>18</sup>, na transmissão do evento tudo é sério, cada jogada é decisiva, cada decisão é fundamental, cada erro pode ser fatal. Tem-se assim a realização da máxima de Barthes de que “*o esporte é este poder de transformar todas as coisas em seu contrário*” (2008. p. 59), uma vez que, quando o assunto é o esporte, o jornalismo (cujo fundamento é a veracidade e o compromisso com a qualidade da informação) busca recursos – ou se transforma - no entretenimento, enquanto o entretenimento (cuja máxima é o lazer e a evasão) se ancora na seriedade e na linguagem formal.

### **O esporte e os seus significados na programação televisiva**

As audiências concedidas às disputas esportivas e ao esporte de uma forma geral são o resultado de um esforço midiático de mobilização. A atividade esportiva tem um significado social especial para os brasileiros que vem a sua competência nesta área como uma espécie de vocação natural para o esporte, como uma consequência das condições geo-climáticas do país. Logicamente, essa questão é explorada pela emissoras televisão, que investem na cobertura esportiva como estratégia para aumentar o seu rendimento comercial. Torna-se, assim, que o esporte transmitido pela televisão é mais do que um produto destinado a conquistar um público, uma fatia da audiência; é também uma estratégia para conquistar e fidelizar o anunciante.

Desta forma, não é surpreendente que, como observa Giacomini, exista “clara relação entre o patrocínio dos eventos e a concessão de espaço jornalístico” (1997, p. 173). De fato, anunciar o evento no jornalismo torna-se uma tática eficiente para conquistar o anunciante, que evidentemente percebe as vantagens de vincular seus produtos a um programa que tem um destaque diferenciado dentro da emissora. No entanto, essa não é uma relação simples, e a cada novo evento torna-se mais difícil discernir se essa importância dada pelo jornalismo

---

<sup>18</sup> Com exceção de eventuais críticas a violência em campo ou dos torcedores.

a ela é resultado da sua importância real ou dos interesses comerciais envolvidos. O sistema de retro-alimentação que alimenta a transmissão esportiva e o jornalismo aparentemente traz benefícios para ambos os lados, mas é necessário analisar também que tipo de prejuízo essa relação traz para a divulgação de outros conteúdos jornalísticos.

Neste conjunto, merece destaque o papel social que tem sido atribuído ao esporte no Brasil. Transformados em celebridades, os esportistas frequentam os telejornais com igual desenvoltura do que os políticos nacional sendo, via de regra, apontados como melhores exemplos. Profissionalmente são guerreiros, lutadores entusiasmados, fora do campo são pessoas de família em geral preocupadas em levar benefícios para as comunidades de onde vieram. Eventuais acusações de mau comportamento, no esporte ou na vida privada tem pouco destaque, embora sejam sempre condenados.

### **Aspectos sobre o conteúdo do material sobre o esporte**

A televisão brasileira tem sido durante as quatro últimas décadas o principal meio de informação dos brasileiros. Mesmo acossada pelo crescimento de mídias mais interativas, ela ainda permanece neste posto, mantendo-se como o principal veículo na construção do imaginário popular por meio da utilização de uma linguagem própria e de discursos que narram à realidade e a percepção do mundo.

Mas a relação da televisão brasileira com o seu público é permeada por diversos interesses, no qual desponta a sua própria situação de empresa privada, voltada para o lucro e que sobrevive por oferecer aos anunciantes em potencial a atenção de uma audiência numerosa e com potencial de consumo. Ou seja, a televisão sobrevive na medida em que conquista e mantém um público receptor, o que significa que, para aproximar-se deste público, a mídia utiliza-se de vários artifícios de sedução, entre eles a escolha de enquadramentos, ângulos na produção e temáticas de interesse popular. (TCHUMAN, 1980).

O jornalismo produzido para televisão – ou pela televisão – deve, portanto, ter um ser por princípio esteticamente atraente, centrado em histórias dramatizadas e eventualmente espetacularizadas, em um processo de produção que apela constantemente para o sensacionalismo. Essa relação atende desde a abordagem da política, que atualmente é marcada pela cobertura de eventos que envolvem a corrupção, mas também de a todo um conjunto de assuntos como a polícia, a economia e, é claro, os esportes.

De fato, a cobertura dos eventos esportivos, sejam jogos, corridas, disputas diversas ou mesmo decisões associadas a eles – como foi o caso, para citar um exemplo, da escolhas

das cidades sedes para a Copa no Brasil – adquirem não apenas um tom de sensacionalismo, como muitas vezes são tratados a partir de uma espetacularização que pouco tem em comum com o desenvolvimento real dos fatos, reforçando a percepção do esporte como um ritual e um espetáculo, como um espaço para apreciar a vitória do homem sobre os seus limites – ou o controle das habilidades possíveis do seu corpo.

Esse processo envolve a utilização de uma linguagem marcada pelo exagero – a alegria exagerada, o suspense exagerado, em um processo que envolve uma barreira sutil entre o divertido e o ridículo. Ao mesmo tempo em que investe na dramatização como forma de produzir um grau maior de emoção – ou pelo menos de interesse igualmente exacerbado, o jornalismo esportivo é também uma recriação romanceada e recriada de disputas e partidas, que conquista seu público oferecendo “algo mais” do que o próprio acompanhamento do jogo: oferece bastidores, pretensas informações privilegiadas e, acima de tudo, um contato direto com os atletas que são inacessíveis para os receptores comuns.

No jornalismo esportivo os esportistas são tratados como heróis, indivíduos que trabalham a partir da superação da própria força e das condições adversas. Essa relação, toma uma dimensão maior quando se trata dos atletas do futebol, paixão dos brasileiros e elemento construtor da própria identidade nacional. Agindo de forma estratégica para fidelizar o público, os telejornais não apenas dão visibilidade aos atletas, mas o fazem inserindo nas informações sobre o esporte e sobre os esportistas grande carga emocional.

Segundo Umberto Eco (*apud* GASTALDO, 2004), a abordagem da mídia na cobertura de esportes ocorre a partir de diferentes níveis de apropriação, que inclui o esporte em si mesmo, ou seja, o jogo efetivamente realizado, e o espetáculo esportivo, que é o esporte elevado ao quadrado. O esporte-espetáculo abre espaço para esporte elevado ao cubo; ou seja, o próprio discurso sobre o esporte assistido. Ou seja, o jogo narrado – seja ao vivo no momento da transmissão, seja nas reportagens sobre ele; tem como base a realidade e uma proposta de fidelidade ao que está se desenvolvendo na disputa, mas é muito mais ágil, dinâmico, emocionante e decisivo do que o jogo real. Essa construção se dá tanto no texto verbal – a narrativa verbal do jogo – como na narrativa visual, que é fragmentada e mostrada de diferentes ângulos – e muitas vezes cortada e editada – de tal forma a convencer o receptor de que se tratou de uma disputa excepcional. Na transmissão desta informação, que é menos realidade e mais espetáculo, “uma parte do mundo se representa diante do mundo que lhe é superior” (DEBORD, 1997, p. 23). Sobre este aspecto é importante acrescentar que o material transmitido pelo telejornalismo sobre o esporte é

mais do que o registro de um momento, um instrumento de criação de uma realidade e uma forma de interpretação de relações sociais.

Além disso, a transmissão esportiva reflete também a forma complexa e eventualmente contraditória de percepção da sociedade industrial moderna sobre a própria vida, uma vez que o esporte é marcado pelo controle – a delimitação do campo, as normas internas, e o próprio controle do tempo – e pelo descontrole não apenas dos resultados, mas também dos atletas, humanos falhos no próprio corpo (cujos limites eventualmente os trai), de suas habilidades (que não se apresentam em sua plenitude em todas as disputas) e das próprio controle/descontrole emocional, sempre colocado em cheque pelas tensões da disputa.

### **A transmissão do material esportivo e os novos vínculos da televisão aberta**

Antes de nos aprofundarmos na importância do esporte no conteúdo da televisão de sinal aberto, faz-se necessário revisar alguns aspectos que vem sendo continuamente demonstrado nos estudos sobre a televisão: a televisão de sinal aberto, sobretudo o modelo de televisão de sinal aberto implantado e adotado no Brasil, é um porta-voz eficiente da cultura mundializada e dos aspectos macroeconômicas que envolvem ao que se chamou de Globalização, ou seja, uma dinâmica de fluxo de capitais e de mercas/mercadorias que transcende as fronteiras nacionais<sup>19</sup>.

O conteúdo da televisão está predominantemente voltado para o entretenimento, com a valorização de conteúdos que produzam no público uma sensação de relaxamento e conversação simulada. Além disso, o consumo midiático é basicamente estético, ou seja, responde a uma construção estética na qual a qualidade das imagens se sobrepõe, ou conquista mais facilmente as audiências, do que os conteúdos. Neste sentido também há uma clara tendência para a hibridização, perceptível não apenas pelo uso abundante de recursos e de profissionais de jornalismo nos conteúdos de entretenimento, mas também pelo uso ampliado da linguagem leve e divertida no jornalismo, pelos recursos de ilustração eletrônica e todo um aparato de sedução que se aproxima do ficcional, incluindo aí

---

<sup>19</sup> Não está na nossa pretensão neste artigo examinar toda a complexidade desta cultura e as perspectivas teórico-epistemológica daqueles que optaram por chamá-la de Indústria Cultural ou dos que a classificam como Indústria de Conteúdos, ou outras denominações. No entanto, considerando os aspectos que envolveram a elaboração desta análise, consideramos que o jornalismo é um processo de produção de conteúdos inserido em um sistema midiático, reconhecendo nessa atividade o papel de alimentador dos processos de interação social e agente ativo na vida da sociedade.

promessas típicas das novelas brasileiras de, na próxima edição (capítulo?) contar um pouco mais da história.

No contexto desta cultura mundializada e dos aspectos já citados nos parágrafos anteriores, há um espaço importante para a valorização do corpo, da beleza física e da competitividade são aspectos importantes para valorização do esporte e conseqüente ampliação da sua importância e sua representatividade na mídia.

Sem dúvida, o espaço do esporte é o espaço dos corpos trabalhados, de uma estética fácil de ser valorada, e a ganhos para a saúde que normalmente são vinculados as práticas esportivas. Essa relação se fortalece com a inserção de interesses comerciais, de patrocinadores que buscam associar seus produtos aos esportes e as competições esportivas. Ainda que estas sejam explicações que muito contribuam para o entendimento da importância do esporte na programação da televisão brasileira de sinal aberto, e em especial da Rede Globo de Televisão, são explicações antigas, que não respondem a todas as questões de um veículo que, confrontado com novas mídias mais interativas, está buscando caminhos para se reinventar.

Procurando ir mais além destas explicações, a análise dos dados apontou aspectos de uma relação pouco clara, mas que já pode ser intuída a partir do conteúdo analisado: a televisão de sinal aberto dá destaque ao esporte não apenas porque esse assunto tem potencial estratégico para prender o seu receptor, ou para ocupar espaços importantes de sua programação; a presença do esporte, particularmente nos telejornais, funciona como uma espécie de grande vitrine de conteúdos possíveis que podem ser acessados pelos receptores nos canais codificados ou em outras mídias.

Essa percepção, a ser comprovada a partir de novos estudos, fundamenta-se nas relações de propriedade cruzadas que hoje caracterizam as mídias nacionais, ou seja, em um interesse que está além dos objetivos imediatos da Rede Globo de Televisão, mas que vai de encontro aos interesses do grande grupo de mídia no qual essa Rede está inserida.

Mas a percepção também se fundamenta na análise de que, embora os jogos/campeonatos e eventos esportivos transmitidos pela própria emissora tenha maior destaque que outros que não são veiculados por ela, boa parte destes conteúdos enfoca jogos ou atividades de menor expressão.

Ainda que o material sobre os eventos de menor repercussão estejam limitados à cobertura jornalística, seria simplista supor que se trata apenas da intenção de fazer um bom jornalismo. A resposta a essa questão, evidentemente, se prende a uma análise cruzada dos

conteúdos da televisão de sinal aberto e as emissoras codificadas com conteúdo esportivo. Os indícios, no entanto, são de que, pelo menos no que diz respeito ao esporte e a cobertura esportiva, o telejornalismo está superando o receito de ter na televisão codificada um concorrente ou um inimigo, e já começa a perceber as (boas) possibilidades de estabelecer alianças estratégicas com novas formas de acessar conteúdos.

## Referências

- BONINI, Adair. Ensino de gêneros textuais: a questão das escolhas teóricas e metodológicas. In: **Trabalhos em Linguística Aplicada**, 37, p. 7-23, 2001.
- BARTHES, Roland. *Del deporte y los hombres*. Buenos Aires: Paidós, 2008.
- CAMARGO, Vera Regina Toledo. **O telejornalismo e o esporte-espetáculo**. São Bernardo do Campo: UMESP, 1998 (Tese Doutorado)
- CAMARGO, Vera, Regina Toledo. O espetáculo midiaticizado. *Comciência – Revista Eletrônica de Jornalismo Científico*. No. 79 - 10/08/2006. Disponível em <http://www.comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=16&id=151>. Acesso em 20 out. 2006.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- GIACOMINI FILHO, Gino (coord.) Merchandising: a face oculta do telejornalismo. **Revista Comunicação e Sociedade**. nº 28, junho, 1997.
- MARQUES DE MELO, José. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo: Pioneira, 1972.
- MARQUES DE MELO, José. **A Opinião no Jornalismo Brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- MARQUES DE MELO, José & ASSIS, Francisco de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2010.
- MELO, Victor Andrade de. Futebol e cinema: paixões planetárias. *Revista Eletrônica de Jornalismo Científico*. No. 79 - 10/08/2006. Disponível em <http://www.comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=16&id=156>. Acesso em 20 de out. 2006.
- Ortriwano, Gisela Swetlana. **Radiojornalismo no Brasil**. Fragmentos de História. Disponível em <http://www.usp.br/revistausp/56/10-gisela.pdf>. Acesso em 31 de maio de 2012.
- REIMÃO, Sandra. **Em Instantes** – notas sobre a programação da televisão da TV brasileira (1965-2000). São Bernardo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.
- SOARES, Edileuza. **A bola no ar** – rádio esportivo em São Paulo. São Paulo: Summus, 1994.
- SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão Brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.
- TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Notícias & serviços nos telejornais da Rede Globo**. Rio de Janeiro: Sotese, 2002.
- GUARESCHI, P.A.; BIZ, O. **Mídia, educação e cidadania**. São Paulo: Vozes, 2006.
- GASTALDO, E. L. Copa do mundo no Brasil: a dimensão histórica de um produto midiático. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n.41, p.115-133, 2004.
- THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1995.
- TCHUMAN, G. *Making news: a study in the construction of reality*. New York: Free Press, 1980.
- FONSECA, O. **O esporte e a crônica esportiva**. In TAMBUCCI, P. L. & OLIVEIRA, J. G. M. & COELHO SOBRINO, J. (orgs.) *Esporte e Jornalismo*. São Paulo: Cepsusp, 1997.