



Linguagem e Mídia: o Caso do Globo Esporte¹

Lucas Torres de Oliveira AFFONSO²

Eduardo REFKALEFSKY³

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Este artigo se dedica a analisar os principais recursos utilizados pela TV Globo na cobertura das transmissões esportivas. Seu objetivo principal é discutir sobre as novas formas de relato e descrição do jornalismo esportivo, com foco voltado a uma análise do *Globo Esporte* (GE), discorrendo sobre as mudanças em seu grau de formalidade, sobre a linguagem utilizada e sobre os critérios que definem o que é ou não notícia, passando ainda pela distinção de o que é jornalismo e o que é entretenimento.

Palavras-chave: futebol; entretenimento; jornalismo esportivo; Globo Esporte.

Introdução

A intenção deste artigo é fazer uma análise, sem pretensão de ser definitiva, sobre o jornalismo esportivo e suas modificações ao longo do tempo, com foco dirigido ao *Globo Esporte*. Seu objetivo é estimular o debate sobre uma área em constante transformação e que se faz presente na vida de nossa sociedade, cada vez mais cercada pelas diversas mídias e seus conteúdos em profusão.

Nos últimos anos, temos acompanhado diversas mudanças nos programas esportivos da TV Globo. As modificações podem ser verificadas não só nos estúdios (espaço físico de onde as atrações são apresentadas), mas também no âmbito da linguagem jornalística utilizada, no vestuário dos apresentadores, e nos recursos utilizados para edição e narrativa das matérias.

O futebol, esporte mais popular do país, é o destaque dos programas esportivos da TV Globo. O *Globo Esporte*, um dos mais tradicionais da televisão brasileira e cuja

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação 2º semestre do curso de Comunicação Social da ECO-UFRJ, email: lucas_torres_bjc@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da ECO-UFRJ, email: ref@ufrj.br



atração principal são os acontecimentos futebolísticos, foi criado há mais de 40 anos, e se mantém vivo até hoje. Desde a sua estreia, em 1978, o programa sofreu diversas mudanças no modo de fazer jornalismo e na apresentação das reportagens. As transformações acompanham não só desenvolvimento tecnológico que proporciona novos recursos para as reportagens, mas também as transformações nas exigências do público advindas de sua renovação ao longo do tempo.

Bezerra (2008, p.80) afirma que essas mudanças nos paradigmas do jornalismo, iniciadas no fim do século XX e abrangendo o terceiro milênio, tem como causa o fator econômico, fonte propulsora de fenômenos sociais, culturais, políticos e também comunicacionais do mundo globalizado.

Com isso, há, atualmente, uma discussão em voga no meio acadêmico. Pergunta-se, com frequência, sobre as fronteiras que dividem o que é jornalismo e o que é apenas entretenimento.

Futebol: um espetáculo planejado pela televisão

Primeiramente, há de se considerar que o futebol é, de fato, um espetáculo. Não à toa, Fiori Gigliotti, radialista e locutor esportivo, iniciava as transmissões das partidas de futebol com uma frase que se tornou um bordão: "Abrem-se as cortinas e começa o espetáculo". Outra frase largamente utilizada para se referir ao futebol trata o esporte como "o maior espetáculo da Terra".

Na transmissão televisiva desse espetáculo, nada é feito por acaso. Tudo é estrategicamente planejado e organizado até chegar ao espectador.

Nas transmissões esportivas vemos placas, faixas e painéis, estrategicamente colocados no ângulo de visão da TV. As camisetas dos atletas esportivos também têm espaços reservados para o nome dos patrocinadores. Tudo é pensado como forma de espetáculo e faz parte da indústria que o esporte movimenta. (BEZERRA, 2006, p.78)

Além disso, desde o início das transmissões dos jogos há apelo pra emoção e a espetacularização. Na hora das escalações, por exemplo, a Globo utiliza recursos de arte para cativar o espectador. A disposição dos jogadores em campo é descrita ao som de uma versão do hino do clube aliada a um pequeno vídeo do jogador beijando a camisa, cumprimentando a torcida ou simplesmente sorrindo, apresentando-se a quem assiste aos jogos em casa. Uma cerimônia que não aconteceria se o torcedor comparecesse ao



estádio.

No momento do gol, mais esperado pelo torcedor, a narração dos locutores esportivos sempre funciona como um modo de valorizar o momento mais importante da partida. É quando as marcas que patrocinam o espetáculo são mais evidentes, quando o torcedor mais exhibe suas emoções, deixando aflorar sua interioridade, e se identifica com os jogadores que estão em campo. Outra versão do hino do clube toca, enquanto a repetição do lance é executada sob diversos ângulos e velocidades.

O fato pode ser modificado com uma carga elevada de drama na entonação da voz, emoção exagerada da narração, música, diversas metáforas na construção do relato, tecnologia avançada de câmeras que pegam lance a lance, entre outros artifícios. (BEZERRA, 2008, p.84)

As matérias produzidas para o *Globo Esporte* sobre as partidas ocorridas recentemente ou não; sobre um caso específico de reportagem que trate apenas de um jogador; ou que se refira a uma análise do padrão tático, dentre outras especificidades de um time, incluindo retrospectos de confrontos com outras equipes, costumam apresentar trechos das narrações tais como foram descritas nas transmissões no momento em que aconteceram.

A repetição desse material faz parte de uma estratégia para induzir o telespectador a lembrar suas emoções e despertá-las, mantendo-o entretido com o programa, que conquista credibilidade por se tornar a própria memória do torcedor, lembrando-o de acontecimentos dos quais não se recordava.

Outros recursos também são usados para adquirir a credibilidade. Segundo Bezerra (2006, p.85), “Para ilustrar o imaginário do torcedor e conquistar a sua audiência, narradores utilizam formas criativas, inventam bordões e buscam no próprio povo, expressões que podem facilitar a identificação com o que estão falando.”.

Em maior escala, sabe-se que o futebol é criador de identidades e que há entre cada torcida a ideia de constituição de uma nação, conceito definido em dicionários como reunião de indivíduos que têm os mesmos costumes e que obedecem à mesma lei, como pertencimento a um conjunto peculiar.

O torcedor tem a sensação de que não está só, de que tem algo em comum com os outros espectadores que tomam partido, a favor do mesmo esportista ou da mesma equipe que ele, e, nestas condições, não se envergonha de manifestar em voz alta seus sentimentos e opiniões. (BEZERRA, 2008, p.70)



Sobre o conceito de Nação, Anderson (1989, p.14) afirma que se trata de uma comunidade imaginada, limitada e soberana, o que, de fato, aplica-se às torcidas de futebol. “A comunidade é imaginada porque nem nas menores nações seus membros conhecem seus compatriotas. Há apenas a imagem de comunhão desse conjunto na mente de cada um.”.

Nesse contexto, a figura do repórter se concretiza como o responsável por descrever os lances nas reportagens, teoricamente de maneira imparcial. Entretanto, a própria seleção dos lances para as matérias já envolve uma edição que segue um ponto de vista do editor sobre o que importa e é interessante ou não.

Mesmo seguindo edição e descrição convenientes a seus interesses e opiniões, repórter e locutor, além de terem legitimidade para descrever as situações, também adquirem a credibilidade da emissora em que trabalham.

A credibilidade é algo que se conquista ao longo do tempo pela capacidade de ser crível, dependendo, portanto, de um reconhecimento do público. Charaudeau (2006, p.86) afirma que a informação midiática visa a gozar da maior credibilidade possível com o maior número de receptores. Para o autor, a credibilidade estaria ligada a uma racionalidade afastada do espetáculo na transmissão da informação. Pelo fato de o jornalismo esportivo lidar com a produção de emoções – o que se pode perceber como tendência a predominar no *Globo Esporte* –, Charaudeau expõe uma contradição do processo.

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

Dessa forma, as aparições de locutores e repórteres nos programas esportivos, relatando o que de mais relevante aconteceu, tornaram-se indispensáveis ao telespectador, como observa Bezerra (2008, p.85). “A imagem já não basta, é preciso ser acompanhada de um contador da história, relatando o fato que está ocorrendo naquele momento: O jogo.”

Sobre isso, Lage (1999, p.45) afirma que o público deixou de interpretar por si próprio os acontecimentos do jogo, justamente pela figura dos repórteres e locutores.



Já no esporte, agressividade e impulso de posse (a competição) estão regulamentados. O público a que se destinam noticiário e reportagem esportiva sofre processo de *disfunção narcotizante*, isto é, dispensa-se interpretar cada lance à espera da palavra do narrador ou comentarista. E, ao mesmo tempo, assume *atitude ativa*, isto é, projeta-se no atleta ou na equipe e se identifica com seus favoritos como se estivesse diretamente envolvido na disputa. (LAGE, 1999, p.45)

Desta forma, o futebol é um produto de uma indústria que movimenta milhões de reais, na qual a emissora investe ao comprar a posse de seus direitos com o intuito de tirar o máximo proveito. Sendo assim, as modificações no padrão Globo de Jornalismo Esportivo fazem parte de uma estratégia que visa à atração de um público maior e ao aumento da audiência da empresa. A criação de uma identidade nova e radicalmente modificada do *Globo Esporte* é consequência dessa reformulação no jornalismo.

A notícia forjada de acordo com o inusitado

Nos últimos anos, a definição do que é ou não notícia passou a depender não do dever de informar o que é relevante, e sim pelo que é interessante ao público, pelo que atinge o maior número de pessoas, o que gera lucro por gerar audiência e ser demanda social.

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, p.2)

Assim, torna-se notícia não o que prioritariamente é utilidade pública, mas o que pode gerar maior repercussão e audiência de acordo com uma abordagem sensacionalista, que tenda ao espetáculo e à produção de emoções em quem assiste. No caso do esporte, que, como apontam Barbeiro e Rangel (2006, p. 13), é confundido com entretenimento, já existe uma predisposição para a espetacularização: a manipulação de algo que é “paixão nacional”, ou seja, em que já há emoções envolvidas.

Nascimento (2009, p.54) explica que a narração é a forma redacional predominante na linguagem jornalística. Embora o relato jornalístico tenha como característica a objetividade aliada a uma “base científica” (NASCIMENTO, 2009, p.54), nota-se atualmente o predomínio do relato baseado em uma narrativa com



elementos como lugares em que a história se passa e personagens bem definidos, criando um terreno propício à dramatização da notícia. “Ainda que o relato jornalístico procure se calcar em bases ‘científicas’ e objetivas na busca pela informação, há que se considerar que a estruturação narrativa também lhe é inerente, o que equivale a dizer que seu potencial ficcional também o é.” (Id., *ibid.*).

Nesse sentido, percebe-se que o *Globo Esporte* atualmente também parece ter adotado essa dramatização como recurso principal nas reportagens exibidas. Ater-se aos fatos somente tornou-se difícil, pois não atrai o público. Assim, as matérias centrais do programa sempre procuram algo inusitado, como alguém nas arquibancadas com uma história curiosa sobre a qual alguma relação possa ser forjada com os jogos de futebol; lances “espetaculares” ou “inacreditáveis”; um jogador que tenha se destacado por ter protagonizado algum lance incomum; por penteados, uniformes inesperados, e até mesmo por histórias de funcionários de clubes que possam render um bom drama.

A edição carioca do *Globo Esporte* do dia 30 de Abril de 2012, por exemplo, cujo acontecimento central foi a conquista da Taça Rio pelo Botafogo FR, teve a gandula Fernanda Maia como convidada. A funcionária do Botafogo FR foi o destaque do programa por ter feito seu trabalho de maneira correta – repor a bola em campo com maior agilidade possível. Porém, como a reposição da gandula acabou originando o primeiro gol do time na partida final, o que constituiu um lance inesperado, Fernanda Maia esteve no estúdio ao lado do apresentador Alex Escobar e ainda foi tema de algumas reportagens da emissora.⁴

No caso acima, percebe-se a criação de uma narrativa semelhante a um roteiro de novela, quando passa a ser notícia o cotidiano de uma funcionária de um clube de futebol. Isso mostra a aproximação da notícia com um gênero de ficção, que garante um apelo mais leve e descontraído às reportagens, que em vez de exibirem fatos objetivos, têm foco dirigido a uma situação peculiar que se torna relevante por gerar interesse no maior número de pessoas.

Entretanto, a narrativa nem sempre acontece de forma linear e cronológica nas reportagens do programa. Muitas vezes, as matérias começam por fatos que aconteceram no fim do jogo e que, por terem um caráter curioso que possa ser utilizado para humor ou dramaticidade, servem de ponto de partida para o relato.

⁴ Vídeo disponível em: <<http://globo.tv/globo.com/rede-globo/globo-esporte/v/fernanda-maia-gandula-destaque-na-final-da-taca-rio-participa-do-globo-esporte/1925983/>>. Acesso em: 8 de maio de 2012.



Além disso, a edição das reportagens apresenta outros recursos típicos de obras ficcionais: a música é um deles. As matérias relatando jogos que aconteceram ou o dia a dia de um clube são editadas com diversos trechos de música ao fundo. A edição das imagens também se dá em sincronia com as músicas, como em um trabalho cinematográfico, dependendo da emoção e o sentido que o editor deseja garantir à matéria.

Desta forma, ao se assistir às reportagens de destaque do programa, tem-se a sensação de se estar assistindo a um videoclipe, já que há manipulação de músicas em harmonia com as imagens. Assim, se a música escolhida para um trecho da reportagem tiver batidas rápidas, denotando algo eletrizante, as imagens também terão cortes bruscos para que o telespectador seja contextualizado, de uma maneira conveniente ao que o repórter deseja na situação.

O repórter é, portanto, mais do que um agente inteligente, tal como descreve a atual teoria da inteligência artificial. Além de processar dados com autonomia, habilidade e reatividade, modela para si mesmo a realidade, com base no que constrói sua matéria. (LAGE, 2001, p.28)

Analisando a reportagem sobre o jogo Fluminense x Botafogo⁵, exibida no dia 7 de maio de 2012, é nítido esse trabalho de edição. O jogo já começa sendo relatado com imagens em preto e branco de idosos no estádio e uma música instrumental. É feita uma relação entre os torcedores e o jogo clássico, apelidado de “clássico vovô”. Para garantir um tom eletrizante à partida, os editores utilizam trechos de rock e música eletrônica enquanto as imagens são cortadas e montadas. Os acontecimentos do jogo são relatados ou descritos pelo repórter, ao mesmo tempo. Nos momentos de gol, é acrescentada a narração do locutor esportivo Luis Roberto (ocorrida na transmissão da partida) no momento em que a jogada aconteceu, somada a uma versão do hino do clube executada como música de fundo das imagens, para transmitir a carga emocional do lance aos torcedores que assistem ao programa.

A contextualização da situação em que o jogo se passa, a descrição dos torcedores, dos uniformes, penteados dentre outros aspectos subjetivos na reportagem se assemelha à técnica do nariz de cera, abolido dos jornais escritos em substituição pelo

⁵ Vídeo disponível em: <<http://globoTV.globo.com/rede-globo/globo-esporte-tj/v/de-virada-fluminense-goleia-botafogo-por-4-a-1-no-primeiro-jogo-da-final-do-carioca-2012/1936311/>>. Acesso em: 8 de maio de 2012.



lead e pelo princípio da pirâmide invertida, modelo “em que a hierarquização dos fatos partia do mais importante para o secundário.” (REFKALEFSKY, 1997, p.14).

Em uma analogia, pode-se dizer que a modernização do jornal escrito levou à implantação da objetividade no texto por meio do *lead* (também chamado de lide), enquanto no *Globo Esporte*, ao contrário, a modernização direcionou a uma subjetividade que lembra a do nariz de cera.

Na televisão, apesar de haver mais liberdade de estilo do que no jornal, observamos que existe um esquema básico de ordenação dos dados, composto pelo resumo, contextualização, apresentação do fato principal, detalhamento, avaliação e informações adicionais. Esse formato assemelha-se ao chamado nariz de cera, modalidade em desuso no jornalismo impresso diário. (CAVALCANTI, 1999, p.320)

***Globo Esporte*: reformulação em nome da audiência**

Desde a sua estreia em 1978, o *Globo Esporte* sempre foi apresentado em um estúdio simples, com apenas o apresentador a frente de um fundo com o nome do programa sendo enquadrado na câmera. Léo Batista era o apresentador titular do programa.

Até 2007, o *Globo Esporte* continuava em um estúdio simples, em que o apresentador ficava de pé em frente a uma parede na qual eram exibidos aos telespectadores escudos dos times, fotos de jogadores, dentre outras imagens, além da montagem de um estúdio virtual por meio de *Chroma key*.⁶ O teleprompter apresentava o texto que seria falado e os apresentadores se movimentavam pouco.

Renata Cuppen, atual editora de texto do *Globo Esporte SP*, em entrevista contida em Bezerra (2009, p.4), afirma que a linguagem utilizada era muito dura, e que o uso de apenas uma troca de câmera deixava o apresentador muito estático. É o que se pode conferir na edição carioca de 21 de março de 2007⁷, em que a apresentadora Mylena Ciribelli parece seguir o texto planejado integralmente, com entonação bem marcada por pausas possivelmente planejadas, e sem nenhum improviso, uma característica que se mantinha desde a estreia do programa.

⁶ Técnica utilizada em vídeos nos quais há substituição do fundo original por algum outro vídeo, foto ou cenário virtual.

⁷ Vídeo disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=z4bCQEsT90A>>. Acesso em 9 de maio de 2012



Em 2008, houve uma reformulação no programa, que passou a ser gerado do Rio de Janeiro para todo o Brasil, com notícias de clubes de todas as regiões, em um estúdio com telões, bancada e outros recursos que garantiam maior dinâmica à apresentação de Tino Marcos e Glenda Kozlowski. Entretanto, o modelo parecia não dar certo, visto que, como afirmou Bezerra (2009, p.4), o *Globo Esporte* passou por uma queda na audiência, perdendo para o seriado *Chaves*, do SBT, exibido no mesmo horário. Uma possível razão para isso é que, por ter que se dirigir a várias “nações” de torcedores (que se interessam, principalmente, por notícias de seu time e dos maiores rivais regionais), as matérias tiveram um encurtamento significativo causado pelo excesso de assuntos a serem abordados.

Em 2009, houve mais uma reformulação, que trouxe de volta as edições regionais do programa. O estúdio, mais uma vez, foi modificado. Um espaço amplo, sem bancada e com algumas telas espalhadas, que permitiam grande deslocamento dos apresentadores, deixando a apresentação menos formal. Entretanto, a transformação mais radical veio no *Globo Esporte SP*, por meio do apresentador e também editor Tiago Leifert, que aboliu o uso do teleprompter e adotou uma linguagem marcada por informalidade, planejada no momento de sua execução.

Em entrevista contida em Bezerra (2009, p.6), Leifert defende que o programa precisava modificar a linguagem utilizada, igualando-a com a linguagem do torcedor. O jornalista conta que o ensaio e combinação prévios foram substituídos pela espontaneidade e pelo improviso, visando a um programa mais leve e caracterizado pelo humor. O apresentador também afirma que, antes da reformulação da linguagem do padrão Globo de jornalismo esportivo, foi advertido pela emissora por usar a gíria “cara” para se expressar em um link.

Leifert inovou com uma apresentação bem humorada, com brincadeiras entre os repórteres, jogadores e inclusive matérias com propostas predominantemente voltadas ao entretenimento. A mudança, que foi levada gradualmente a outras edições regionais, resultou em aumento da audiência, possivelmente explicada pela conquista de um público mais jovem e que buscava entretenimento somado a informação.

Em 2011, houve a unificação de todos os programas esportivos da TV Globo no mesmo estúdio, criando uma central de esportes na emissora. Uma tela interativa foi instalada, permitindo que o apresentador manipule a execução das matérias ao vivo, se desejar.



Outro componente indispensável na reformulação do programa é a interatividade. A partir das redes sociais e dos recursos tecnológicos o torcedor parece ter ficado mais próximo do programa, em maior contato com os apresentadores, inclusive produzindo conteúdos para a atração em promoções, por exemplo.

Análise comparativa da linguagem e recursos do GE

Depois da inovação iniciada na edição paulista do *Globo Esporte* (GE/SP), em 2009, e disseminada por outras edições, uma comparação pode ser feita entre as transcrições dos textos apresentados em épocas distintas para elucidar as profundas diferenças entre os programas e evidenciar a mudança no padrão Globo de jornalismo esportivo, não só no que se refere à linguagem, mas também nas estratégias de relato e descrição usados nas reportagens.

O trecho abaixo é uma transcrição da chamada de uma matéria do *Globo Esporte*⁸, que tratava do jogo Cobreloa 0 x 2 Flamengo, ocorrido em 23 de novembro de 1981, quando o Flamengo conquistou o título da Copa Libertadores. Fernando Vanucci era o apresentador do programa no dia.

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

Quanto à linguagem, o programa era apresentado seguindo a norma culta da língua – com regência verbal e concordância verbo-nominal próximos do padrão gramatical. “A gramática que se ensina nas escolas é, então, a descrição do que se chama norma culta.” (FIORIN, 2000, p.29). O nível semiformal da variante culta da língua predominava. Como o teleprompter era utilizado para a apresentação, o texto usado pelo apresentador já havia sido escrito justamente para ser falado, ou seja, era previamente planejado e revisado antes de ir ao ar e chegar ao receptor. Isso pode evitar fugas do texto ensaiado, e, conseqüentemente, desvios na norma culta que são cometidos na fala espontânea. “O texto escrito não apresenta marcas de planejamento e execução. [...] Nele, não aparecem hesitações, truncamentos, correções etc.” (FIORIN, 2000, p.31).

⁸ Vídeo disponível em:<http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&NR=1&v=fT_Q7PkudK4>. Acesso em 8 de maio de 2012.



A matéria que sucede a chamada feita por Vanucci apresenta apenas trechos – originais da transmissão feita pelo locutor esportivo Luciano do Valle – dos dois gols marcados no jogo (sem repetição por outros ângulos) e do momento em que o time ergue a taça. Em seguida, há entrevistas com alguns jogadores. Não há descrição ou relato de repórteres, nem músicas na edição. Os cortes são bruscos e evidentes na montagem da edição, sem *wipes*⁹ e outros efeitos de edição largamente utilizados atualmente. A possível razão disso é o incipiente desenvolvimento tecnológico da época, se comparado ao que as emissoras têm em disponibilidade hoje.

Já em 2011, a edição carioca do *Globo Esporte* do dia 9 de junho¹⁰ trazia como principal assunto o título da Copa do Brasil, conquistado pelo Vasco. O apresentador Alex Escobar chama a matéria sobre a partida final da competição, Coritiba 3 x 2 Vasco, após duas reportagens tratando da comemoração do título por torcedores. Abaixo, a transcrição das palavras de Escobar.

“E agora *vamo* ver o motivo dessa festa toda, *né*. O incrível jogo do Vasco contra o Coritiba, muita pressão, muito aperto, mas o Vasco foi campeão.”

Na fala de Escobar, diferentemente do padrão do programa até 2007, existem marcas que, segundo Marcuschi (2001, p.77), são tipicamente produzidas na fala espontânea, tal como “né”. Além disso, a entonação do apresentador não apresenta pausas bem marcadas, o que possivelmente é causado por um discurso mais solto, predominando o nível informal (caracterizado por formas como “vamo”).

A matéria que sucede a chamada feita por Escobar já começa com imagens disponíveis fora de ordem cronológica. É exibido um trecho de um dos gols do Vasco, com música de fundo e narração de Luis Roberto. Em seguida com a mesma música de fundo, a imagem de comemoração do título pelos jogadores precede a um repórter entrevistando um jogador vascaíno que comemorava com a torcida. Logo depois, Alex Escobar relata *em off*¹¹ o jogo, recorrendo a imagens e entrevistas de outros jogos, como se fizesse um *flash-back*¹², ao contar uma história. Assim, com imagens da torcida, do jogo, com trechos da transmissão ao vivo, entrevistas, gritos de torcidas, e sob uma música que garante uma dramaticidade ao relato (que é transferida ao jogo), a matéria se desenvolve até chegar ao seu “final feliz”.

⁹ Técnica de transição de cenas usadas na edição de vídeo em que uma imagem é substituída por outra por meio de variados desenhos.

¹⁰ Vídeo disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=JhAisD11hG4>>. Acesso em 8 de maio de 2012.

¹¹ Descrição feita pela voz de alguém que não aparece em imagem.

¹² Técnica narrativa que tem por característica o fato de voltar no tempo.

Entretenimento como bandeira central do GE

Tiago Leifert, em entrevista contida em Bezerra (2009, p.8), destaca que o entretenimento passou a ser, de fato, o principal objetivo do programa. Segundo o editor-chefe da edição de São Paulo, a informação é algo apresentado junto ao entretenimento. O editor-chefe e apresentador afirma que *Globo Esporte* não é um programa de jornalismo esportivo. Na mesma entrevista, a editora de texto Renata Cuppen reafirma o compromisso do programa em se tornar prioritariamente um programa de televisão, mas que contenha jornalismo em seu conteúdo.

O programa hoje tem jornalismo, mas a gente está tentando que ele seja um programa de televisão em primeiro lugar. A gente não quer que ele seja um programa só de jornalismo, a informação tem que estar lá, mas ela pode chegar ao telespectador de uma forma legal, não precisa ter aquela cara de jornalismo formal em que o apresentador não expressa opinião. Ele pode ser divertido, pode ser um programa de televisão, de entretenimento, por que não?" (CUPPEN, 2009)¹³

Desta forma, a afirmação dos editores confirma a tendência ao entretenimento, o que já havia sido notado pela inserção de partidas de videogames entre convidados no *Globo Esporte SP*. Nacionalmente, pode-se dizer que o *Globo Esporte* se transforma em um programa de auditório virtual, visto que a interatividade, por meio de *youtube*, *twitter*, e outras redes sociais, faz do público produtor de conteúdos que podem ou não ser selecionados para compor o programa por meio da produção de conteúdos (opiniões *online*, promoções, músicas para jogadores ou clubes etc.), dependendo da aprovação dos responsáveis pelo GE.

No *Globo Esporte RJ*, há presença de quadros planejados para a interação entre o apresentador Alex Escobar e o público e, a partir disso, gerar conteúdo. É o caso do quadro “Cafezinho com Escobar”, em que o apresentador sai às ruas com uma garrafa térmica que contém suco ou café, arma uma mesa em localidades variadas, e discute sobre futebol com os transeuntes. Em uma conversa informal, o torcedor acaba sendo o ponto principal da matéria.

O objetivo de divertir, entreter, enquanto apresenta notícias é marca registrada do novo modelo. Um exemplo disso é a edição paulista apresentada em 11 de janeiro de

¹³ Trecho contido em Bezerra (2009, p.9)



2011¹⁴. Tiago Leifert prometera cortar um dos braços se Ronaldinho Gaúcho se transferisse para o Brasil. Como o fato aconteceu, Leifert simulou cortar seu próprio braço em um espetáculo que exibia cenas de filmes de terror, trilha de suspense, e que terminava com um braço de plástico banhado a tinta vermelha, no chão do estúdio.

Outro exemplo de entretenimento puro é o programa exibido em São Paulo em 1º de abril de 2011¹⁵, dia da mentira. Nesse dia, Leifert apresentou o programa como um telejornal, vestido formalmente e sentado em uma bancada à frente de um fundo com as cores do programa, lembrando os moldes mais formais do antigo *Globo Esporte*. O apresentador usava trocadilhos para surpreender o telespectador, trazendo notícias fictícias, em um compromisso apenas com o humor e o divertimento.

Considerações Finais

É notório o ganho de importância da função de divertir e entreter para passar informação no novo GE. Sempre há a procura de algo que seja curioso, engraçado nos acontecimentos futebolísticos, e que se torna notícia. A utilização de recursos de edição transforma o relato e a descrição em obra cinematográfica, visando ao aumento de audiência e à conquista de um público mais jovem, que busca diversão principalmente.

Vale ressaltar que a emoção que já é natural do esporte é modificada e reforçada pelos recursos de edição – em que são adicionados trechos das narrações dos locutores esportivos, técnicas de corte e músicas, selecionadas de acordo com a carga emocional que o editor deseje passar aos espectadores. Também pretendendo quebrar a rigidez de um programa que já foi um telejornal esportivo, houve transformações não só nos estúdios, mas também na linguagem utilizada pelos jornalistas – que aproxima o programa a uma conversa – e no modo de se vestir dos apresentadores.

Tratado como o “medalhão” da casa, Léo Batista continua apresentando a edição nacional aos sábados – os apresentadores da semana dizem estender “um tapete vermelho para a apresentação marcante de Léo Batista” –, porém o apresentador não se adapta ao novo modelo regado de informalidade e piadas. Apesar de mais informal, a apresentação de Batista ainda lembra a do antigo padrão do *Globo Esporte*, uma vez que

¹⁴ Vídeo disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=SwUnPTQ0H2c&feature=endscreen>>. Acesso em 9 de maio de 2012

¹⁵ Vídeo disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=bmw1HrbQA80>>. Acesso em 9 de maio de 2012



a própria entonação do apresentador já remonta à época em que o programa era um telejornal.

Assumidamente o entretenimento tem mais peso que a informação no novo formato. Muitas vezes o próprio apresentador se torna notícia, como acontece diversas vezes com Alex Escobar e Tiago Leifert. Predomina o ideal de ser engraçado sobre o de informar. Com uma linguagem mais simples e universal, o programa visa a conquistar mais audiência. Não se trata de uma linguagem mais pobre ou errada, pois “A variação e a mudança são inerentes às línguas do mundo” (FIORIN, 2000, p.27). Entretanto, há de se saber dosar informação e diversão, pois como afirma Charaudeau (2006, p.92), o apelo emocional representa um risco à credibilidade, conquistada durante mais de 40 anos de um programa tradicional, apelidado de “velho companheiro da hora do almoço”.

Analisar criticamente os meios de comunicação é de suma importância em uma realidade em que há profusão de conteúdos midiáticos circulando pela sociedade. Por isso, o objetivo deste artigo foi propor uma análise das modificações sofridas no jornalismo esportivo, mais especificamente no *Globo Esporte*, visando ao estabelecimento de um debate que está distante de seu término, justamente por se concentrar em uma área – da comunicação – de mudanças constantes.

Referências bibliográficas

ANDERSON, Benedict. **Nação e consciência nacional**. São Paulo: Ática, 1989.

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

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

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.

CAVALCANTI, Fabiane Gonçalves. **Organização textual da notícia: uma análise da TV e do jornal**. Dissertação (Mestrado em Língua Portuguesa) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 1999.



CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

FIORIN, José Luiz. Os Aldrovandos Cantagalos e o preconceito linguístico. In: SILVA, F. ; MOURA, H, (org.). *O direito à fala: a questão do preconceito linguístico*. Florianópolis: Insular, 2000. p. 23-37.

LAGE, Nilson. **A linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 1999.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MARCUSCHI, L.A. **Da fala para a escrita: atividades de retextualização**. São Paulo: Cortez, 2001.

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

REFKALEFSKY, Eduardo. **A gênese do jornalismo polêmico de Hélio Fernandes**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997.

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/admjour/arquivos/ind_li_chang_sousa.pdf. Acesso em 10/05/2012.