

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

LETICIA LAGO SEBASTIÃO

**ENTRE O JORNALISMO E O ENTRETENIMENTO: UMA ANÁLISE DO
PROGRAMA GLOBO ESPORTE**

VOLTA REDONDA

2019

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**ENTRE O JORNALISMO E O ENTRETENIMENTO: UMA ANÁLISE DO
PROGRAMA GLOBO ESPORTE**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Jornalismo do
UniFOA como requisito à obtenção do título
de bacharel em Jornalismo.

Aluna:

Letícia Lago Sebastião

Orientadora:

Professora Mestra Rebeca Baltazar Chaves

VOLTA REDONDA

2019



Fundação Oswaldo Aranha



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado ENTRE O JORNALISMO ESPORTIVO E O ENTRETENIMENTO: UMA ANÁLISE DO PROGRAMA GLOBO ESPORTE elaborado por Leticia Lago Sebastião apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovado em 05 de novembro de 2019.

Banca Avaliadora:

Professora Orientadora
Rebeca Baltazar Chaves, Mestre – UniFOA

Professora Avaliadora
Claudia Maria Gil Silva, Doutora – UniFOA

Professor Avaliador
Eduardo Jorge Nascimento Oliveira, Doutor – UniFOA

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais, meu marido e meu filho que em todo tempo estiveram ao meu lado e não me deixaram desistir. A minha orientadora que acreditou em mim e nas minhas ideias.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, porque sem ele nada faria sentido na minha trajetória. Agradeço aos meus pais, Soraia e Valdir, que não mediram esforços para que meu sonho se tornasse realidade, acreditaram em mim, e investiram. Obrigada por todos os créditos que me dão e por confiarem que eu posso ser o orgulho de vocês. Ao meu marido João Antônio, que também esteve comigo em todos os momentos, me deu forças quando desistir era a única palavra que passava pela minha cabeça. Aguentou meus momentos de choro, secou minhas lágrimas e caminhou comigo todos os dias, enfrentando momentos bons e ruins. Sem dúvidas, ele me ajudou em tudo, do início ao fim. E ao meu filho, Benício, que chegou nesse mundo no momento mais importante da minha vida acadêmica e me transformou por inteiro. Por ele, eu me fiz mais forte e nasceu em mim uma pessoa que eu não conhecia. Agradeço também, a minha orientadora, Rebeca Baltazar, que é muito mais que uma professora para mim. Sem ela, com certeza esse trabalho não seria o mesmo. Muito obrigada por acreditar em mim e aceitar fazer parte dessa história. Agradeço aos meus amigos de faculdade, que também se fizeram presentes nessa caminhada de quatro anos. Filipi Meireles, que foi meu ombro amigo para tantos momentos, fossem eles acadêmicos ou não. Daniela Romanelli, minha parceira de todas as horas, melhor ouvinte, sem dúvidas. Igor Altomare, que foi amigo, irmão, professor particular, segurança pessoal e muito mais. A minha amiga e professora, Waleska Pires, que me ajudou demais todos esses anos, que me impulsionou a estudar quando eu só queria farrear. Ao meu grupo de sala de aula, de muitos

rolês, de trabalhos e de vida, Rafella Basílio, Vanessa Paula, Daniella Romaneli e Filipi Meireles. Agradeço também aqueles que vem desde a infância, minha melhor amiga, irmã e comadre Vitória Barra, e ao meu grupo favorito da vida, Lucas Fonseca, Vitória Barra, Carolina de Lima, Beatriz Lima, Pedro Henrique Maia, Leonardo Verly e Caio Samuel. Esses, que mesmo de longe, fazem parte da minha vida, dividem as melhores risadas comigo e as melhores histórias também. Todos foram e são de imensa importância em minha vida. Agradeço demais à República Tudo Pela Dona que fez parte de mais da metade dessa história. Luiza Guedes, Luísa Fiedler, Fernanda Freitas e Beatriz Lima, obrigada e obrigada! Com elas, eu cresci muito como pessoa e estudante, afinal, incentivo não faltou para que eu chegasse até aqui. Enfim, a todos que fazem parte do meu dia a dia e correram comigo durante esses longos quatro anos, muito obrigada!

“Não são nossos talentos que mostram aquilo que realmente somos, mas sim as nossas escolhas”.

J. K. Rowling

RESUMO

O jornalismo esportivo é uma prática que surgiu no século XIX e tem passado por mudanças advindas de novos recursos tecnológicos e de um público cada vez mais amplo. Conseqüentemente essas mudanças de cenário acarretaram alterações quanto aos seus processos, conteúdos e linguagens. O presente trabalho busca compreender o espaço do jornalismo esportivo entre jornalismo e entretenimento na emissora Rede Globo a partir de uma análise do programa Globo Esporte. Acredita-se que a utilização de recursos de infotimento é mais presente do que as tradicionais técnicas jornalísticas e isso repercute em um cenário de reformulação do fazer jornalismo esportivo. Embora exista uma discussão latente sobre a função do jornalismo esportivo e suas potencialidades enquanto promotor de cidadania e saúde cabe uma avaliação criteriosa acerca de seu atual posicionamento, aparentemente mais relacionado a questões mercadológicas do que sociais. Para alcançar os objetivos desta pesquisa, foi realizada a transcrição de um dia de programa e a partir disso foram apontados os recursos de infotimento e jornalísticos mais evidentes para uma avaliação de qual se faz mais presente ao longo do programa. Foi possível concluir que, de fato, atualmente existe a opção de utilização de mais recursos relacionados ao entretenimento do que ao jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo Esportivo; Infotimento/Entretenimento; Globo Esporte;

ABSTRACT

Sports journalism is a practice that emerged in the nineteenth century and has undergone advanced changes in new technological resources and an increasingly broad audience. As a result, these scenario changes are changed as to their processes, content and languages. This paper aims to understand the sports journalism space between journalism and entertainment in Rede Globo broadcaster from an analysis of Globo Esporte program. It is believed that the use of information resources is more a entertainment than traditional journalism techniques and this has a repercussion in a changing scenario of sports journalism. Although there is a recent discussion about the role of sports journalism and its potentials, as a promoter of citizenship and health, a critical assessment of its current position, apparently related to marketing rather than social issues, is critical. In order to achieve the objectives of this research, a program day was transcribed and from there the most evident information and journalism resources were pointed to an evaluation of who is most present throughout the program. It could be concluded that, in fact, there is currently an option to use more entertainment-related resources than journalism.

Keywords: Sports Journalism; Infotainment/Entertainment; Globe Sports;

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 JORNALISMO ESPORTIVO E REDE GLOBO	15
2.1 Aspectos históricos do Jornalismo Esportivo	15
2.2 Rede Globo	22
2.3 O Globo Esporte.....	23
2.4 Princípios Editoriais do Grupo Globo	26
3 JORNALISMO, ESPORTE E INFOTENIMENTO	28
3.1 Características do jornalismo esportivo e sua função social	28
3.2 Indústria Cultural	32
3.3 O infotenimento e o esporte	34
3.4 O padrão globo de jornalismo esportivo	37
4 ANÁLISE	39
4.1 Matéria 1	40
4.2 Matéria 2	45
4.3 Matéria 3	47
4.4 Matéria 4	48
4.5 Matéria 5	50
5 CONCLUSÃO	56
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	57

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Referente a explicação dos elementos da análise.....	27
---	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- bancada do Globo Esporte em 1978.....	22
Figura 2: Novo modelo do Globo Esporte com apresentação de Thiago Leifert.....	23
Figura 3: Cenário Interativo do Globo Esporte.....	25

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo esportivo surgiu no século XIX e passou por diversas mudanças até os dias atuais. Dentre essas mudanças estão o tipo de conteúdo veiculado e as adaptações aos meios de comunicação que surgiram ao longo das décadas. O que antes era restrito a poucas notas nos jornais impressos, passou a conquistar seu espaço no rádio, na TV e nas plataformas digitais.

Com o avanço da tecnologia, as inovações se fizeram presentes nas alterações e atualizações na prática do fazer jornalismo esportivo. Atualmente a editoria que já havia sido considerada como menos importante é uma das que mais movimentam os setores comunicacionais.

O jornalismo esportivo televisivo mais tradicional que utilizava bancada e leitura de *teleprompter* com uma linguagem simples e objetiva em meados da década de 1970 deu espaço a um cenário mais descontraído, que utiliza de recursos de uma área mais recente, advinda a partir da Indústria Cultural, que é o infotenimento – um neologismo de entre informação e entretenimento.

Na maior emissora de televisão do país, a Rede Globo, existe uma divisão declarada entre Jornalismo, Esporte e Entretenimento. A partir desta situação este trabalho de conclusão de curso se propõe a verificar em que posição o esporte se encontra entre o jornalismo e o entretenimento, questionando se atualmente o ‘jornalismo esportivo’ utiliza mais recursos de entretenimento ou, de fato, do jornalismo padrão.

Para isso, foi selecionada uma edição do programa Globo Esporte – do dia 1 de outubro de 2019, a fim de verificar a hipótese de que o entretenimento se faz mais presente nas notícias veiculadas por este programa. O objetivo geral deste trabalho é pontuar as mudanças ocorridas no jornalismo esportivo ao longo da história e verificar quais características jornalísticas e de infotenimento podem ser observadas no programa esportivo Globo Esporte para a partir disso avaliar o posicionamento do mesmo enquanto jornalismo ou infotenimento.

Esta pesquisa justifica-se por ser um tema que envolve novas práticas do fazer jornalístico e busca partir de uma visão mais crítica acerca das potencialidades desta editoria. Acredita-se que o tema não se esgota por aqui, mas pode servir para

uma reflexão das alterações que o jornalismo sofre por causa de diversos fatores como avanços tecnológicos e mercadológicos.

Para alcançar os objetivos previstos, a metodologia de pesquisa baseada em revisão bibliográfica e análise qualitativa contou com a divisão do trabalho em três capítulos. O primeiro traz uma contextualização de aspectos históricos que abordam as primeiras publicações consideradas de jornalismo esportivo no mundo e principalmente no Brasil. Diante disso, traça um avanço da editoria ao longo das décadas e suas adaptações aos meios de comunicação que surgiram principalmente durante o século XX. Uma apresentação da Rede Globo de televisão e do programa selecionado para ser objeto desta pesquisa também estão inseridos neste trecho.

Posteriormente o trabalho aborda o Jornalismo Esportivo, suas características e possíveis funções sociais, como a promoção da saúde e da cidadania. A partir disso, comenta-se sobre a Indústria Cultural e sua influência na produção do produto jornalístico, demonstrando que a notícia passou a ser um produto a venda. Este novo cenário dá impulso ao desenvolvimento do infotenimento que está atrelado ao uso de exageros, espetacularizações e utilização de adjetivos que visam entreter o consumidor deste conteúdo, em detrimento das técnicas jornalísticas mais tradicionais e clássicas, como a utilização do *lead* – que responde as perguntas quem, o que, quando, como, onde, por que, logo no início de qualquer material jornalístico.

Por fim, a análise é apresentada no terceiro capítulo de maneira descritiva e qualitativa a partir do referencial teórico exposto ao longo do capítulo. A transcrição de todas matérias veiculadas no programa Globo Esporte do dia 1 de outubro de 2019 foi realizada a partir da visualização da edição na plataforma GloboPlay. As matérias foram divididas e analisadas mediante características iminentes ao jornalismo tradicional e ao infotenimento.

Concluiu-se que, de fato, a emissora utiliza mais recursos relacionados ao infotenimento do que ao jornalismo tradicional, comprovando a hipótese inicial deste trabalho. Os recursos mais comuns foram a utilização de adjetivos, emissão de juízos de valor e espetacularização das notícias por meio de exageros oriundos de figuras de linguagem como hipérboles.

2 JORNALISMO ESPORTIVO E REDE GLOBO

O primeiro capítulo deste trabalho é destinado a tecer uma retrospectiva acerca dos primórdios do jornalismo esportivo especialmente no Brasil e sua passagem pelos veículos impressos, suas aparições radiofônicas e televisivas, traçando breves contextualizações históricas sobre estes veículos. A fim de descrever o objeto desta pesquisa, também será apresentada a Rede Globo de televisão e o programa esportivo Globo Esporte.

2.1 Aspectos históricos do Jornalismo Esportivo

De acordo com Gonçalves e Camargo (2005), o jornalismo esportivo surgiu na França, em 1854. Suas publicações inicialmente eram pautadas sobre técnicas de esportes como: canoagem, caça, natação, pesca, boxe, entre outros. A revista francesa *Le Sport* contava com crônicas e notas de esportes como turfe e caça – atividades praticadas pelas elites da época.

A primeira área esportiva a receber uma cobertura mais elaborada dos veículos impressos foi o hipismo, em meados do século XIX, na França. A grande imprensa só abriu espaço em 1875, num momento de mudanças sociais e de crescimento de esportes populares, pois, até então, só se registravam notas sobre o boxe, iatismo e esgrima. (FONSECA, 1997 *apud* GONÇALVES & CAMARGO, 2005, p. 6).

Fonseca (1997) destaca outras publicações esportivas pioneiras, dentre as quais o jornal inglês *Sportsman* (1852), o italiano *Gazzetta dello Sport* (1896) e o espanhol *El Mundo Deportivo* (1906). A literatura existente quanto aos precursores do jornalismo esportivo é divergente, mas é possível perceber que seus primórdios remetem, de modo geral, ao final do século XIX e início do século XX, na Europa.

No Brasil, Ribeiro (2007) e Tubino (2007) concordam que o jornalismo esportivo surgiu em 1856 com uma publicação que era intitulada de 'O Atleta', voltada aos moradores do Rio de Janeiro com o enfoque em aprimoramento físico – ainda bastante distante do modelo que conhecemos hoje de jornalismo esportivo.

Pouco depois, em 1885, circularam *O Sport* e *O Sportsman*. Em 1891, surgiu em São Paulo *A Platea Sportiva*, um suplemento de *A Platea*, criado em 1888. Dez anos depois, em 1898, também em São Paulo, surgiram a revista *O Sport* e o jornal *Gazeta Sportiva* (que não tem nada a ver com o jornal que seria criado futuramente), periódico de distribuição gratuita que circulava somente aos domingos. Em nenhuma das publicações o futebol era prioridade: apenas notícias de turfe, regatas e ciclismo. (RIBEIRO, 2007, p. 26-27).

No final do século XIX, embora o jornalismo esportivo já fizesse parte de algumas publicações, ainda não tinha uma editoria própria. As notícias eram dispostas entre outras como políticas, acontecimentos sociais ou econômicas. Em 10 de abril de 1891, em sua segunda edição, entretanto, o Jornal do Brasil dedicou uma atenção especial para este contexto e passou a publicar uma coluna chamada “Sport” (MELO, 2012).

Cabe destacar que o futebol – a atual paixão nacional – somente teve uma notícia publicada em um jornal esportivo em 1901, no Correio da Manhã, que trouxe informações sobre um jogo que havia sido realizado entre Paysandu Cricket Club e Rio Cricket and Athletic Association (RIBEIRO, 2007).

Messina (2004) acredita que o primeiro jornal a ceder espaço ao caderno esportivo no Brasil foi o jornal *Fanfulla*, a partir de 1893. O mesmo tinha seu noticiário escrito todo em Italiano, e era voltado diretamente ao público de imigrantes que vivia no país. Segundo o site do jornal *Fanfulla*, o periódico foi fundado por Vitaliano Rotelini. Sua linha editorial mudava constantemente e o veículo era a única forma que os imigrantes italianos tinham para se informarem sobre os assuntos de seu país naquela época.

No início sua publicação era semanal sendo veiculado somente aos domingos. Dentre os jornais (estes também na linguagem italiana) que circulavam naquele período, o referido site do *Fanfulla* se destacava por ser o mais tradicional deles. Messina (2004) conta ainda que na época o jornal chamou leitores através de publicações para formarem um time de futebol. A partir de então, nasceu o Palestra Itália, o qual futuramente, durante a Segunda Guerra Mundial, teve seu nome mudado para Palmeiras.

Matilan (2015, p.197) explica que o jornal “passou por diversas modificações de periodicidade, número de páginas e orientação política, sempre com ampla recepção, que lhe garantiu tiragem diária de 15 mil exemplares em 1910”.

Pozzi e Ribeiro (2006, p.129) comentam que na década de 1910 as “publicações como Jockey (1912), Auto-Esporte (1912), Turf (1915) são criadas exclusivamente para atender a um público que começa a se interessar pelos temas esportivos.” Dentre os destaques midiáticos desta época estão a revista Vida

Esportiva (1917) “pois além de ter circulação nacional, continha fotos e charges sobre as principais competições”.

Na década de 1920 é criada “A Gazeta Esportiva”, como encarte do jornal “A Gazeta”, de São Paulo. Era comumente divulgado “esportes como automobilismo, futebol, remo, polo aquático, boxe e tênis, além de promover encontros esportivos regionais e internacionais” (POZZI E RIBEIRO, 2006, p.129)

O início da década de 1930 é marcado pela fundação do Jornal dos Sports, por Argemiro Bulcão, que tinha o jornalista Mário Filho como redator (POZZI E RIBEIRO, 2006). Em outubro de 1936 Mario Filho e Roberto Marinho compraram o Jornal dos Sports, que se destacava dos demais por suas letras nos títulos se entrelaçarem com imagens que representavam atletas e suas modalidade. Outra curiosidade foi a mudança das folhas em preto e branco para a cor de rosa. Diversos esportes estavam presentes nos cadernos do jornal e seguiam uma ordem de apresentação, como o levantamento de disco, levantamento de peso, o tênis, o futebol, o golfe, a natação, o remo, a corrida (atletismo), o boxe e o hipismo. Assim, fica claro que a ideia principal era dar vez para que todas as práticas esportivas tivessem visibilidade (MESSINA, 2004).

Poletto et al (2015) acreditam que em seguida, após a expansão do jornalismo esportivo nos cadernos de jornais, o mesmo apareceu em transmissões de rádios. Existem registros de que a primeira transmissão de rádio aconteceu em 7 de abril de 1922, em comemoração da Independência do Brasil. O autor conta ainda, que somente nove anos após a inauguração da primeira rádio no país, é que ocorreu a primeira narração esportiva. O locutor foi Nicolau Tuma, considerado o criador da narração de futebol, conhecida nos dias atuais como, “narração em cima do lance” (POLLETO, 2015, p. 2).

A primeira transmissão esportiva no rádio coube a Nicolau Tuma, da Rádio Sociedade Educativa Paulista, ao transmitir o jogo entre as seleções de São Paulo e do Paraná pelo VII Campeonato Brasileiro de Futebol no ano de 1931 (POZZI E RIBEIRO, 2006, p. 128).

Tuma ficou famoso por ser também o criador do termo “radialista”. Contudo, a narração feita por Nicolau, não foi transmitida para todo o país. Somente no ano de 1938, dezesseis anos depois da inauguração da primeira rádio, é que foi realizada a primeira transmissão nacional de uma partida de futebol pelo rádio.

Meneguel e Oliveira (2012) explicam que a inovação radiofônica, embora tenha consolidado de certa forma o esporte, por meio de suas transmissões, não possuía nisso sua função primordial. A influência do rádio foi tão forte na época, a ponto de “criar modas, inovar estilos e inventar práticas cotidianas”. É importante salientar, que após o surgimento desse novo meio de comunicação, o veículo se tornou um aliado inseparável do cotidiano das pessoas, levando da informação ao entretenimento.

Pozzi E Ribeiro (2006, p. 128) apontam que na década de 1950 “o rádio se consolida como força midiática, com cerca de 477 emissoras e 500 mil aparelhos receptores” e a partir disso “locutores esportivos como Geraldo José Almeida, Oduvaldo Cozzi, Pedro Luís, Jorge Curi e Paulo Planet Borges se destacam como divulgadores dos grandes *matches* nacionais”.

Os torcedores levavam o radinho aos estádios para acompanharem as narrações, este artefato de comunicação possibilitou a criação de um universo muito interessante em relação ao futebol, muitas gírias e jargões do jornalismo esportivo ascenderam nesta época, porque o radialista esportivo tinha a função básica de criar a imagem da disputa para aqueles que estavam distantes do campo de jogo. O imaginário era acionado, e, deste modo, posso afirmar sem nenhuma pretensão que as ideologias, identificações e simbologias no esporte tiveram seu nascimento com essas ações. (CAMARGO, 2001, p. 90).

Entretanto, cabe destacar que nesta década a TV também já trazia marcos importantes para o jornalismo esportivo, como por exemplo, a Rede Record que foi a “pioneira em transmissão esportiva interestadual pela televisão, com o jogo Brasil e Inglaterra realizado no Maracanã-RJ no ano de 1956”. Além disso, “programas esportivos como o “Mesa Redonda”, de Geraldo José de Almeida e Raul Tabajara, se tornam sucesso na televisão” (POZZI E RIBEIRO, 2006, P. 128)

A título de contextualização, cabe salientar que a televisão surgiu como um complemento ao aparelho de rádio sendo emitido por meio de ondas chamadas TSF durante a década de 1930 (REMPEL; 2015, p. 28). Segundo François Jost (2010 *apud* REMPEL, 2015), o veículo televisivo aparece por volta da metade do século XX, tendo como inventor John Baird, o qual, no ano de 1925, fez a primeira apresentação de uma imagem televisiva, ocorrida na Inglaterra.

François (2010) comenta que, nessa época, as emissões televisivas podiam, inclusive, ser captadas pelos equipamentos de rádio. Devido a isso, nota-se que o

novo veículo se aproxima de uma fala televisada. Contudo, esse contexto de projeção se assemelha de outro meio: o cinema (JOST, 2010).

De acordo com Sacramento e Roxo (2010), Assis Chateaubriand foi peça fundamental para a implantação da televisão no Brasil. Empresário e dono do grupo Diários e Emissoras Associados, Assis fazia parte de um influente grupo comunicacional do país. Nesse mesmo ano, foi criada a TV Tupi, que teve como primeiro e grande sucesso o programa “TV na Taba”, mediado por Homero Silva (REMPEL, 2016). O programa reunia humor, musicais, esportes, orquestras, além de esclarecer ao receptor o que era a televisão. O primeiro telejornal foi transmitido em 19 de setembro de 1951, chamado “Imagens do dia”. Na mesma época foi exibida a primeira telenovela brasileira, nomeada “Sua vida me pertence”. Destacase que o teleteatro foi fator fundamental para o desenvolvimento do veículo, pois possibilitou a TV conhecer características próprias de sua linguagem. O primeiro teleteatro de destaque chamava “Grande Teatro Tupi” datado em 1951 (SILVA, 2014).

Ao longo desta década, a televisão brasileira foi se aprimorando e consolidando como grande veículo de comunicação. Porém ainda era um produto de difícil acesso devido ao seu alto custo, e que pertencia somente às pessoas com “status”. Aos poucos, outras emissoras foram surgindo: TV Paulista (14/03/1952), TV Record (27/09/1953) e a TV Tupi do Rio de Janeiro (20/01/1951) (SILVA, 2014, p. 13).

Já na década de 1960 era possível observar que “a transmissão esportiva na televisão se inicia com profissionais advindos do rádio e uma nova forma de linguagem começa a se consolidar” e além disso, o esporte ganha uma projeção considerável, tendo, por exemplo, “a participação 1.442 membros dos meios de comunicação de todo o mundo para a cobertura esportiva dos Jogos Olímpicos de Roma em 1964” (POZZI e RIBEIRO, 2006, p. 129).

Em 1966 a “Grande Resenha Facit” foi a primeira mesa-redonda de futebol na TV Globo, veiculada sempre aos domingos. O *site* Memória Globo relembra que “o programa era composto por comentaristas que discutiam a atuação e o desempenho dos times cariocas, principalmente nos jogos disputados no Maracanã no final de semana”.

O programa foi criado na TV Rio por Walter Clark e Luiz Mendes, em 1963, com o nome de Grande Revista Esportiva. Passou a se chamar Grande Resenha Facit logo depois que ganhou o patrocínio da empresa Facit,

fabricadora de máquinas de escrever. A mesa-redonda foi trazida para a TV Globo em setembro de 1966. Pouco antes da sua estreia, entre os meses de junho e agosto, por ocasião da Copa do Mundo da Inglaterra, foi exibido na emissora o programa Facit com a Seleção. Os integrantes da mesa discutiam os jogos com paixão de torcedor. Os comentários eram sempre inflamados e geravam polêmica (MEMÓRIA GLOBO).

A cobertura esportiva passa a ganhar mais força e espaço a partir da década de 1970, com o lançamento dos primeiros satélites de comunicação e com a TV em cores. A partir desta década, a Fórmula 1 ganha destaque na cobertura midiática e movimentada o mercado de patrocínio automobilístico. Entretanto, ainda haviam restrições tecnológicas que dificultavam transmissões ao vivo (POZZI e RIBEIRO, 2006, p. 129). Em outubro de 1977 surge a “Copa Brasil”, “primeiro noticiário esportivo diário da TV Globo, criado pelo jornalista Hedyl Valle Jr. e com apresentação de Léo Batista” (MEMÓRIA GLOBO).

O noticiário apresentava os principais destaques dos campeonatos estaduais e nacionais de futebol, além de trazer entrevistas com técnicos, jogadores, preparadores físicos e dirigentes e exibir uma seleção com os gols da rodada. Copa Brasil serviu de piloto para o programa Globo Esporte, lançado em agosto de 1978 na mesma faixa de programação (MEMÓRIA GLOBO)

Apenas um ano depois, em 1978, surge o programa Globo Esporte, que segundo o próprio site da emissora “tem a proposta de trazer para perto do telespectador o espetáculo e a emoção do esporte”. O programa ainda está no ar e passou por modificações ao longo dos anos – que serão melhores expostas ao longo deste trabalho.

Pozzi e Ribeiro (2006, p. 129) atribuem à década de 1980 um grande crescimento de “programas diários de rádio e televisão dedicados exclusivamente ao esporte”. Além disso, os domingos passam a ter um espaço reservado para coberturas esportivas. Surge o espetáculo esportivo “impulsionado pelo investimento financeiro das emissoras de televisão, que procuram garantir a cobertura de eventos “exclusivos” em seus canais, tais como Olimpíadas e a Copa do Mundo de Futebol”. Além disso, “os esportes começam a se adaptar às novas realidades de patrocínio, marketing e transmissão”. Neste cenário já existem canais especializados em esportes na TV por assinatura, como a ESPN e “consolida-se o conceito de venda dos direitos de transmissão para as empresas de mídia, que passam a cobrir estes custos com a venda de publicidade”.

É a partir das inovações tecnológicas e profissionalizações dos esportes na década de 1990 que o cenário esportivo passa a se modificar significativamente, segundo Pozzi e Ribeiro (2006, p. 129)

O modelo de TV paga se populariza no mundo, com o aumento significativo da quantidade de canais, o advento do sistema de pay-per-view, no qual se paga pelo direito de se assistir a uma programação específica, e o aparecimento da TV digital, que significa um grande avanço em termos de qualidade de imagem e possibilidades de interatividade com o telespectador.

Devido às novas tecnologias e equipamentos disponíveis para as coberturas e transmissões esportivas, o esporte começou a ser passado com mais emoção e tornou-se o principal conteúdo de interesse para a atração de assinantes às TVs pagas. Como neste tipo de ambiente é possível segmentar o público por nichos de interesse e mercado, isso fomentou os canais a movimentarem o mercado de compra de direitos de transmissão de diversos campeonatos (POZZI e RIBEIRO, 2006, p. 129).

A partir dos anos 2000 esta realidade foi incorporada aos avanços da internet e atualmente as coberturas esportivas estão em todos os tipos de veículos de comunicação: impressos e portais de notícias, rádio, TV e internet, de maneira convergente.

Cabe destacar que com todos esses cenários, a TV no Brasil ainda é o principal veículo de comunicação para os brasileiros. A Pesquisa Brasileira de Mídia¹ (PBM) divulgada pelo Governo Federal em 2017 aponta que a televisão é a mídia “de maior utilização para as pessoas se informarem no Brasil. Praticamente nove de cada dez entrevistados fizeram menção em primeiro ou segundo lugar à TV como o veículo preferido para obter informações”. Além disso, “77% disseram que assistem televisão os sete dias da semana” e que “o consumo médio diário da televisão nos dias de semana indicado foi de três horas e 21 minutos. Aos fins de semana, o tempo médio de consumo do veículo foi maior do que o registrado de segunda a sexta-feira: três horas e 39 minutos” (BRASIL, 2017, p.6).

¹ Levantamento quantitativo domiciliar sobre os hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.

2.2 Rede Globo

De acordo com o site do Grupo Globo, o início da rede se deu no ano de 1925, por Irineu Marinho. Irineu, que fazia parte do Conselho Diretor do jornal *A Noite*, e decidiu deixar o veículo para fundar outro meio de difusão de informação: o jornal O Globo. A escolha do nome O Globo, ocorreu através de voto popular. Seu fundador, Irineu Marinho, morreu 25 dias após a inauguração de sua primeira sede, no Rio de Janeiro. Em consequência disso, Eurycles de Mattos continuou os trabalhos no lugar de Irineu, e seu filho Roberto Marinho esteve presente na empresa como secretário. Cinco anos depois, Roberto assumiu o posto de presidente do jornal e assumiu as transformações que levaram ao crescimento do veículo de comunicação.²

O *site* destaca que, o segundo grande marco de Roberto Marinho, foi fundar a Rádio Globo, em dezembro de 1944. O veículo trouxe com uma programação repleta de shows e programas de auditório da ABI (Associação Brasileira de Imprensa) e Teatro Rival. Os assuntos abordados em sua programação eram sobre radioteatro, notícias, esporte e música, e eram veiculados pela Rádio Globo AM.

Após 13 anos de desenvolvimento da rádio Globo surgiu então o primeiro canal televisivo da emissora. O presidente da época, Juscelino Kubitschek, concedeu a autorização que originou a criação do Canal 4, conhecida atualmente como TV Globo. Porém, a emissora só foi inaugurada no dia 26 de abril de 1965, no Rio de Janeiro.³

A criação da Globo movimentou o mercado de televisão no Brasil, fazendo com que vários profissionais, tanto na área jornalística quanto artística, encontrem na Globo a oportunidade para desenvolver suas carreiras e estimular a produção de conteúdo nacional.(GRUPO GLOBO, s/p)⁴

Com o passar dos anos, a emissora se consolidou no mercado televisivo, principalmente no que tange as áreas de jornalismo e entretenimento. Ou seja, oportunizando a inserção de profissionais no âmbito jornalístico e artístico. Vale destacar que, a TV Globo possui apenas cinco emissoras próprias, de domínio da

² Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>

³ Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>

⁴ Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>

Família Roberto Marinho, e 118 afiliadas distribuídas em todo país, concedentes a grupos empresariais que chegam a atingir 5.490 municípios brasileiros.⁵

A programação da rede Globo é composta por diversos jornais, novelas e programas de entretenimento. Cabe destacar para esta pesquisa que em seu próprio *site* existe uma divisão diferenciada entre ‘Jornalismo’, ‘Entretenimento’ e ‘Esporte’, o que nos demonstra que o Esporte é tratado como uma segmentação a parte pela empresa, não sendo enquadrado nem como Jornalismo, nem Entretenimento (MEMORIA GLOBO).

2.3 O Globo Esporte

De acordo com o site Memória Globo, o programa Globo Esporte foi fundado em agosto de 1978. Inicialmente, ele era produzido apenas com matérias sobre torneios estaduais e nacionais de futebol. Contudo, em menos de um ano de exibição, já estava veiculando reportagens sobre outras modalidades, como: natação, basquete, tênis, boxe, motociclismo, entre outras.

Em seu início, o modelo de jornalismo era seguido de maneira bastante tradicional, com o apresentador como âncora, sentado na bancada e lendo o *teleprompter*. O jornalista Léo Batista que iniciou os trabalhos na TV Globo na Copa do Mundo de 1970 foi um dos primeiros apresentadores do programa, junto com o jornalista Fernando Vanucci.

Figura 1: bancada do Globo Esporte em 1978



⁵ Disponível em: <http://historiagrupoglobo.globo.com/hgg/index.htm>

Fonte:Meio e Mensagem. Disponível em

<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2013/08/14/os-35-anos-do-globo-esporte.html>

Ainda segundo o site, o programa mescla entre as fronteiras do jornalismo e do entretenimento. Trocou as pautas longas pelas curtas, e o assunto principal passou a ser “times e atletas, os resultados, os melhores lances de jogos e campeonato, além de procurar o lado inusitado do fato esportivo”.

Globo Esporte tem a proposta de trazer para perto do telespectador o espetáculo e a emoção do esporte, além de acompanhar o cotidiano e o trabalho de atletas, destacar exemplos de esportistas e treinadores que superam as dificuldades do dia a dia e mostrar projetos que utilizam o esporte como ferramenta de inclusão social (MEMÓRIA GLOBO).

A intenção, a partir disso, era atrair desde os apaixonados por esporte até os menos interessados. Com isso, uma nova cara foi dada ao programa que tinha como principal objetivo fazer do jornalismo, entretenimento (MEMÓRIA GLOBO). Oselame (2010) aponta que o apresentador Thiago Leifert, em São Paulo, apresentou um novo modelo de jornalismo esportivo para a televisão. Nesse novo modelo, a bancada, o *teleprompter* e a seriedade na transmissão da notícia, deram espaço para a leveza na apresentação, à distração do público e ao humor. O novo modelo é demonstrado na Figura 2 que expõe uma diferença significativa quando comparada ao modelo da Figura 1, do início do programa esportivo.

Figura 2: novo modelo do Globo Esporte com apresentação de Thiago Leifert



Fonte: Rede Globo. Disponível em <<http://redeglobo.globo.com/sp/tvtribuna/noticia/2015/07/renato-cury-se-despede-de-tiago-leiffert-no-globo-esporte-de-sabado.html>>

Anos depois do surgimento do programa, o cenário foi modificado para, segundo a Memória Globo, levar para o público algo que transmitisse realmente o que eles buscavam, uma linguagem visual e agilidade durante a apresentação do programa. Certamente estas adaptações dialogam com as mudanças possíveis a partir dos avanços tecnológicos e inovações nas transmissões, conforme foi citado no início deste capítulo por Pozzi e Ribeiro (2006). O diretor de arte do então programa, Delfim Fujiwara, era o responsável por aprimorar cada vez mais as cenas que faziam parte das mirabolantes matérias que seriam veiculadas (MEMÓRIA GLOBO).

Quarenta quadros eletrônicos, criados pela Editoria de Arte da Central Globo de Jornalismo, passaram a ser utilizados de acordo com o assunto abordado pelo apresentador. O estúdio ganhou também painéis e iluminação especial. Outra novidade foi a movimentação da logomarca do Globo Esporte, que deixou de ter um lugar fixo na tela, passando a aparecer em diferentes posições (MEMÓRIA GLOBO).

Tais mudanças podem ser visualizadas na Figura 3 que demonstra a dinamicidade do estúdio atual. E com todas as adaptações feitas no decorrer dos anos, o Globo Esporte foi conquistando a atenção dos telespectadores, conforme o esperado. O atual apresentador, Alex Escobar, reforça dizendo que “o esporte é entretenimento, e por isso o desafio é noticiar e divertir” (MEMÓRIA GLOBO).

Figura 3: Cenário Interativo do Globo Esporte



Fonte: Rede Globo. Disponível em <
<http://redeglobo.globo.com/novidades/esportes/noticia/2011/03/apresentadores-do-esporte-da-rede-globo-falam-sobre-o-novo-cenario.html>>

O novo modelo, entretanto, não agrada a todos. Em 2018, por exemplo, o jornalista Juca Kfourri criticou o excesso de entretenimento na produção de jornalismo esportivo e alegou que “Sofremos da ‘leifertização’ do jornalismo esportivo”⁶

“Nós sofremos da leifertização do jornalismo esportivo. É muita gracinha. Briga-se pra saber quem é mais engraçadinho, quem faz a melhor piada. Não estou pregando o mau humor, é bom dar risada. Mas tem uma hora pra rir e uma hora pra chorar. Não podemos eliminar o que há de sério no esporte, porque as coisas se misturam, são faces da mesma moeda. Não dá para pensar o Brasil sem pensar o futebol brasileiro. Não dá pra pensar o futebol brasileiro sem pensar na política, na supraestrutura do Brasil.” (KFOURI *in* EL PAÍS, 2018, s/p)

A divergência de opiniões é um dos fundamentos que auxiliaram o início desta pesquisa. Ao longo desta monografia pretendemos demonstrar de que modo o Globo esporte é tratado atualmente.

2.4 Princípios Editoriais do Grupo Globo

O Grupo Globo disponibiliza em todas as suas plataformas um documento que pauta os princípios editoriais que regem as regras da empresa. Com isso, objetiva-se apresentar aos cidadãos uma breve definição do jornalismo desempenhado pelo Grupo.

Tais elementos jornalísticos⁷, os quais são divididos em três amplas seções, que versam desde (1) “Atributos da “Informação de Qualidade”, (2) “Fontes, público e veículo que trabalha” e (3) “Valores cuja Defesa é um Imperativo do Jornalismo”.

O objetivo é não somente diferenciar-se, mas facilitar o julgamento do público sobre o trabalho dos veículos, permitindo, de forma transparente, que qualquer um verifique se a prática é condizente com a crença. As Organizações Globo [hoje Grupo Globo], diante dessa necessidade, oferecem ao público o documento “Princípios Editoriais das Organizações

⁶ El País. Juca Kfourri: “Sofremos da ‘leifertização’ do jornalismo esportivo”, 2018. Disponível em <
https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/27/deportes/1519749247_316900.html>

⁷ O Grupo Globo afirma em seu site, que os referidos elementos já existiam nos padrões Globo desde os primórdios de sua criação. Contudo, foi só no ano de 2011 que passaram a se encaixar na Era Digital.

Globo” [hoje “Princípios Editoriais do Grupo Globo”].⁸ (GRUPO GLOBO, 2011).

Portanto, é válido lembrar que os elementos já citados, não são referentes a um manual, e sim a uma carta de princípios. Cujo têm o objetivo de esclarecer o que não pode faltar no exercício jornalístico praticado nos mais variados segmentos da Rede Globo (GRUPO GLOBO, 2011).

Dentre os atributos da informação de qualidade, segundo os princípios editoriais, está a isenção que é “a palavra-chave em jornalismo”. Embora o grupo alegue que “impossível que alguém possa se despir totalmente do seu subjetivismo” acredita que é possível “atingir um grau bastante elevado de isenção”. Para isso, afirma-se que “os veículos jornalísticos do Grupo Globo devem ter a isenção como um objetivo consciente e formalmente declarado”.

Todos os jornalistas envolvidos na apuração, edição e publicação de uma reportagem, em qualquer nível hierárquico, devem se esforçar ao máximo para deixar de lado suas idiossincrasias e gostos pessoais. Gostar ou não de um assunto ou personagem não é critério para que algo seja ou não publicado. O critério é ser notícia;(GRUPO GLOBO)

Ponto interessante dos princípios editoriais é a separação entre os veículos cujo propósito é informar – sendo estes considerados jornalísticos – e os veículos que defendem causas e fazem propagandas – sendo a estes atribuídos a função de propaganda e afirma que “. O Grupo Globo terá sempre e apenas veículos cujo propósito seja conhecer, produzir conhecimento, informar”.

⁸ Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.pdf>

3 JORNALISMO, ESPORTE E INFOTENIMENTO

Este capítulo trará alguns conceitos-chave para a articulação entre o jornalismo esportivo e o entretenimento. Serão apresentados alguns aspectos que caracterizam do jornalismo esportivo e sua potencial função social, bem como de que modo é possível observar o infotenimento nos produtos jornalísticos, com intuito de a partir disso verificar de que modo se dá essa inserção no objeto selecionado para esta pesquisa, que é o programa esportivo Globo Esporte.

3.1 Características do jornalismo esportivo e sua função social

De acordo com Barbeiro e Rangel (2013), jornalismo esportivo antes de qualquer coisa é jornalismo. Um profissional da área precisa antes de tudo exercer sua função de acordo com suas exigências. É necessário deixar de lado qualquer relacionamento que não seja o profissional, guardar sempre suas fontes de confiança, nunca procurar cobrir eventos esportivos de seu interesse, entre muitas outras funções que devem ser cumpridas no exercício de sua função. Barbeiro e Rangel (2013, p. 113) afirmam ainda, em sua obra “Manual do Jornalismo Esportivo”, que “a ética no jornalismo tem a mesma importância que qualquer outra área, uma vez que ela baliza as ações humanas, critica a moralidade e se constitui em princípios e disposições”.

Segundo os mesmos autores, outro fator importante do jornalismo esportivo é não esquecer jamais a que ele está atrelado. É função do jornalista fiscalizar os poderes políticos e econômicos da sociedade, afinal, as verbas publicitárias públicas e privadas vem daí. Pode parecer que não, mas o jornalismo esportivo tem sim muito em comum com essas áreas. Também é de grande interesse do esporte que eles andem corretamente, e é obrigação do jornalista denunciar, caso o interesse público não seja mais o principal objetivo dele e sim o interesse particular (BARBEIRO; RANGEL, 2013).

Messa (2005) colabora ainda para uma visão mais crítica do jornalismo esportivo quando coloca que a função primordial dessa editoria não deveria ser a de fomentar o mercado com notícias voltadas ao entretenimento e que satisfaçam a massa de torcedores, e muito menos fazer mitificar atletas, mas sim promover a saúde, o bem-estar e a cidadania.

O autor diz ainda que os torcedores buscam matérias sobre esporte, a fim de saber sobre partidas, seus ídolos e a vida pessoal deles, campeonatos, entre outras curiosidades. Porém, na verdade, a real busca pelas notícias esportivas deveria ser para saber como o esporte realmente funciona, suas técnicas e demais informações capazes de serem úteis na aquisição de conhecimento sobre o assunto e não que pudesse ser comparado a notícias de fofoca.

Assim, entende-se que ao invés do jornalismo esportivo ser de cunho social e cumprir sua real função, ele por diversas vezes é elaborado de forma a atuar mercadologicamente, buscando lucrar com a paixão de torcedores fanáticos que também não se esforçam para obter informações diferenciadas e continuam procurando mais e mais informações fúteis, tratando o esporte como total distração e entretenimento ao contrário de um jornalismo que seja capaz de cumprir uma função social.

Visto isso, existe uma inquietação para a autora desta pesquisa que acredita que esse seja o principal modo de produção do jornalismo esportivo na atualidade: levar entretenimento para as pessoas e não o que realmente deveria ser, que para ela, é informação. O lucro advindo das marcas, atletas famosos, patrocinadores e torcedores é muito mais vantajoso para a imprensa esportiva do que ensinar as pessoas quais as finalidades do esporte, de que maneira ele pode melhorar a vida das pessoas e o quanto bem ele faz para a saúde quando praticado regularmente, dentre outros assuntos relacionados ao bem-estar e cidadania.

O professor Luciano Maluly, da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, lançou recentemente um livro intitulado “Jornalismo Esportivo – Princípios e Técnicas” com objetivo de rediscutir o cenário exposto e apontar as características do jornalismo esportivo praticado atualmente e sua tendência a valorizar somente grandes eventos e poucas modalidades. Maluly (2017) defende que haja um estímulo à produção de conteúdo sobre outros esportes e também a atividades físicas de modo geral. Para ele, “o esporte não é só o evento, não é só o atleta. Tem que ter uma pauta social, ligada à cidadania. Tem que ter uma relação entre o atleta e a população”⁹.

⁹ Entrevista concedida à Universidade de São Paulo. Disponível em: < <https://jornal.usp.br/cultura/professor-da-usp-defende-papel-social-do-jornalismo-esportivo/>>. Acesso em 9 ago. 2019.

Cardoso (2018) concorda que o Jornalismo Esportivo não tem somente como obrigação informar sobre a vida pessoal dos atletas e suas polêmicas. Ele tem sim que fazer uma ponte entre as pessoas e o esporte. Para que talvez assim, práticas saudáveis passem a fazer parte do cotidiano desses indivíduos.

Oselame (2010) contribui para esta discussão atribuindo ao jornalismo esportivo uma característica diferente das outras editorias: a emoção. A autora defende que esse aspecto é um privilégio do esporte e devido a ele, muitas vezes se perde o foco do que é – ou deveria ser – a função social desta prática profissional.

Com isso, é possível compreender o que vem sendo dito neste trabalho: o jornalismo esportivo é tratado tanto por parte dos profissionais quanto pelo público que o procura, como instrumento de lazer, diversão e entretenimento

Uma reflexão interessante veiculada no site *Sportsjob*¹⁰ é que o que está sendo esquecido é que todos os dias, as mesmas pessoas que estão sentadas horas na frente da televisão, também praticam algum esporte, que seja uma caminhada. Então, se em vez de apenas lucrar a editoria esportiva também fosse buscado levar para essas pessoas informações relevantes sobre o que elas já praticam todos os dias, poderia ser completamente inovador no jornalismo esportivo, afinal, é para isso que ele serve e era isso que deveria ser feito todos os dias, conforme posicionamento sustentado também por outros autores já citados nesta pesquisa.

Oselame (2010) atenta para outra questão que também deve ser avaliada criticamente. A autora lembra que quando a lógica da produção do conteúdo jornalístico está atrelado ao entretenimento apenas, e os princípios que devem nortear a prática jornalística e técnicas básicas como apuração, pesquisa, relacionamento com as fontes e preocupações com questões éticas e de conflitos de interesses – tende, aos poucos, desaparecer.

Uma peculiaridade do jornalismo esportivo é que os profissionais têm de tomar cuidado e escolher muito bem suas fontes – com ainda mais rigor do que em outras editorias. Muitos presidentes de clubes esportivos têm outras funções, como por exemplo serem donos de rádios, jornais ou TVs, e isso, pode ser prejudicial ao

¹⁰ A SportsJob é a primeira empresa do Brasil especializada em recrutamento on-line direcionada ao profissional da área de esporte e saúde. – Disponível em: <https://sportsjob.com.br> Acesso em 9 ago. 2019.

profissional, caso ele se envolva com fontes equivocadas e com interesses escusos, as áreas econômicas e políticas podem abalar o ambiente esportivo.

Passando neste momento para uma parte prática do jornalismo esportivo, abordaremos sobre a elaboração do conteúdo para esta editoria. O fazer jornalismo esportivo como já foi citado anteriormente, apresenta-se da mesma maneira que em outras áreas da profissão, ou seja, é preciso ter: pauta, apuração e redação: o básico (UNZELTE, 2009). A seguir, será descrito brevemente a execução de cada um deles com o principal referencial teórico do autor Celso Unzelte, do livro *Jornalismo Esportivo: relatos de uma paixão*, que é uma referência no que tange a esta temática.

De acordo com Unzelte (2009), pauta é todo o assunto que precisa conter na reportagem. Além disso, é também um roteiro do que está previsto para acontecer na matéria. É na pauta que o repórter tem tudo que precisa para conduzir a reportagem, ela é a base de tudo. Se for feita de maneira errada, pode acabar com todo o trabalho. Ela precisa ser planejada, as fontes bem checadas, o entrevistado sempre confirmado com antecedência para que não ocorra surpresas no dia da elaboração da matéria. Para a realização de uma pauta se exige tempo e dedicação, porque ela é o alicerce da reportagem e um erro pode derrubar todo um trabalho de longo tempo.

Ainda segundo o autor, entende-se que ela é algo essencial e indispensável para um jornalista, sendo ele de qualquer área. O esporte também exige que se tenha um cronograma do que será realizado. Cobrir uma partida de futebol, por exemplo, pode parecer algo simples aos olhos de um torcedor, mas não é só chegar no estádio e narrar o jogo, é necessário elaborar uma pauta, com perguntas para jogadores e técnicos, montar um prévio roteiro do que pode acontecer.

Mesmo que toda partida de futebol seja única, afinal, não se pode adivinhar o que irá acontecer dentro de campo, se pode prever e colocar na pauta, para que o repórter não esteja despreparado para quando o inusitado acontecer, seja ele bom ou ruim.

Depois da elaboração da notícia, a partir dos dados da pauta e resultados advindo das partidas, quando o assunto estiver relacionado a um jogo, o momento posterior é da edição. A edição deixa a matéria pronta para ir ao ar e ser veiculada.

Sem edição, muitas reportagens poderiam ficar demasiadamente extensas, por exemplo, porque durante a produção pode haver excesso de informação de um entrevistado. Por isso, a edição se encarrega de enxugar ao máximo para que o que for transmitido em vídeo tenha objetividade e clareza para quem assiste ou lê.

Já a veiculação da matéria nada mais é do que a publicação dela, seja nos veículos impressos, online ou televisivo. O que se espera após veiculação, é que o produto, no caso a matéria, alcance um número gradativo de leitores ou telespectadores. A elaboração de todo este processo exige tempo, trabalho e dedicação do profissional e da equipe envolvida.

3.2 Indústria Cultural

Para compreender o cenário apresentado acima, vale contextualizar acerca de um conceito bastante relevante para o âmbito da comunicação que é sobre Indústria Cultural. Falar em indústria cultural é falar em um dos termos mais famosos das Ciências Sociais e da contemporaneidade. Isso porque ele está envolto em uma das críticas mais contundentes ao capitalismo e, portanto, à massificação da cultura (MARTINO, 2010). Segundo Luís Martino (2010), o primeiro registro do termo data de 1940, em um ensaio intitulado “Arte e cultura de massa”, do filósofo alemão Max Horkheimer, integrante do Instituto de Pesquisa Social da Escola de Frankfurt¹¹, na Alemanha. Para Horkheimer, sublinha Martino (2010, p. 47), “o autor identificava que a cultura era criada conforme as exigências de um modelo empresarial de produção”.

Entretanto, o termo repercutiu no âmbito acadêmico a partir da publicação da obra *Dialética do Esclarecimento*, em 1947, por Horkheimer e Theodor Adorno, sendo este um dos críticos expoentes da primeira geração da Escola. Na referida obra, afirma Martino, o termo Indústria Cultural surgiu como resultado de análises feitas acerca das relações entre a cultura e Modernidade. De acordo com Douglas Kellner (2001, p.44), a expressão foi criada a fim de “indicar o processo de industrialização da cultura produzida para a massa e os imperativos comerciais que impeliam o sistema”.

¹¹ O Instituto foi fundado em 1923 por Carl Grünberg e “tinha como objetivo fazer um levantamento histórico das lutas do movimento operário alemão. Reunia pensadores marxistas e era ligado à Universidade de Frankfurt”. Por fim, conta Martino (2010), “em 1929 Grünberg foi substituído por um jovem filósofo, Max Horkheimer”.

Em suma, a crítica à indústria cultural por Adorno e Horkheimer se baseava no princípio de que “o lucro orienta a produção, e o espaço da criação individual é eliminado em virtude da lógica da produção coletiva” (MARTINO, 2010, p. 49). Ou seja, os filósofos alemães atentaram para substituição do artista, o artesão, criador de um produto, pela linha de produção, a qual segmentava o trabalho cultural em variadas etapas.

A imaginação e o ato criador são adaptados às exigências da produção. Fórmulas e modelos substituem a espontaneidade e os padrões tomam lugar da inovação. Há pouco espaço para a novidade na indústria cultural: qualquer coisa que coloque em risco o lucro é uma ameaça. O espaço para o experimentalismo é mínimo: não agradar ao público contraria a lógica da produção (MARTINO, 2010, p. 49).

Portanto, é possível compreender que a Indústria Cultural altera o modo como a cultura é produzida, gerando, como visto, muitas críticas a respeito. Desse modo, o assunto está longe de cessar, visto que cada vez mais a sociedade capitalista evolui. Adorno e Horkheimer apenas iniciaram essa discussão. Ao que se propõe essa pesquisa, é importante compreender que os processos de produção, inclusive de notícias, estão atrelados a estes interesses de massificação oriundos da Indústria Cultural, no sentido de que estes ‘produtos’ são expostos para diversas pessoas simultaneamente. Rüdiger (2010, p.217) corrobora ao afirmar que “nenhuma ação está completamente isenta da atitude mercadológica da indústria cultural” e “o jornalismo se tornou um dos eixos de sustentação da indústria cultural” (p.222). Diante disso,

As políticas editoriais são cada vez mais influenciadas não apenas pelos resultados e análises das pesquisas de mercado, mas pelos conceitos e práticas mercadológicas, a ponto de a habilidade em saber fazer negócios ter se tornado um elemento altamente valorizado neste mercado profissional (MARCONDES, 1993 apud RÜDIGER, 2010, p.222)

Rüdiger (2010, p. 225) conclui que o jornalismo “se sujeitou à prática da indústria cultural e, por essa via, converteu-se em empresa que, mesmo quando não faltam os fatos ou estes não são reclamados, acostumou-se a criá-los para o mercado, interferindo notavelmente em todo esse movimento”, ou seja, os jornais alteraram suas produções para lidarem com a Indústria Cultural e por isso “as empresas, agora, têm de fabricar fatos jornalísticos, fornecendo ou não à vida um pretexto imediato para tanto, visto que serem negócio que não pode parar, para aguardar a natureza ou a história”. Isso gera reflexo no que é veiculado, pois “o

conhecimento comum está se tornando oriundo de um processo cada vez menos espontâneo e mais artificioso” pois faz parte de “um movimento em que a curiosidade é indissociável da ambição mercantil e os chamados “fatos brutos” vão ficando sempre menos presentes”.

3.3 O infotenimento e o esporte

A categorização de ‘infotenimento’ caminha lado a lado ao ‘entretenimento’. A palavra ‘infotenimento’ significa informação mais entretenimento. Ambos têm a intenção de mudar a visão do seu público alvo, distraíndo-o com seu conteúdo ou até mesmo o divertindo (TORRES, 2010).

Dejavite (2007) explica que as pessoas buscam atualmente informação de forma divertida. Ou seja, elas querem ter acesso à informação, ao mesmo tempo em que se distraem com o conteúdo. Esses assuntos habitualmente são referentes a “estilos de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano” (*idem*, 2007, p. 2). A autora ressalta que o termo infotenimento, surgiu na década de 1980, porém, só se fortaleceu mesmo na década de 1990. A definição dele se divide em duas partes, que são: “no aumento de elementos de entretenimento em gêneros de notícias informativas” e “na elevação e no estabelecimento de gêneros de infotenimento existentes atualmente” (*ibidem*, 2007, p. 2).

Segundo a autora, o papel de entreter no jornalismo é que supre as necessidades básicas do receptor da informação. Ou seja, para ela, os telespectadores procuram o jornalismo principalmente para a distração. Mas Dejavite (2007) deixa claro que separar as funções de informar e entreter não é algo tão simples.

No jornalismo, em especial, a função de entreter tem sido preterida. O entretenimento oferecido no conteúdo editorial é julgado como um subproduto ou um desvio da atenção do receptor de assuntos tidos de maior importância. Outras vezes, os receptores que solicitam este tipo de conteúdo são considerados alienados do mundo onde vivem. Assim, as matérias de entretenimento no espaço editorial seria a informação para aquele que não procura informação (DEJAVITE, 2007, p.1).

O jornalismo e o entretenimento são separados por uma fronteira ainda não nítida, sendo assim, torna-se difícil delimitar o significado de informar e entreter (DEJAVITE, 2007).

Para a autora o jornalismo tem como principal objetivo informar e formar críticos de opinião diante do que acontece ao redor do mundo, tendo como foco principal transmitir a verdade e a transparência dos fatos, ao contrário do entretenimento, que busca explorar a ficção através da diversão e atenção do público que consome esse tipo de conteúdo. Diante disto, é contestada a ideologia do infotenimento como prática jornalística, devendo ser modificada aos poucos (DEJAVITE, 2007).

Dejavite (2007) ainda afirma que o infotenimento satisfaz as curiosidades, fazendo com que o desejo do consumo ultrapasse os limites e nutram a imaginação. Por possuir o caráter híbrido, este novo modo de fazer jornalismo, baseia-se em conceitos pré-estabelecidos, contrapondo o conteúdo sério ao conteúdo não sério, seja no âmbito acadêmico ou profissional. Todavia, a autora salienta que as pessoas tornaram-se menos informadas ao consumirem matérias que não agregam conhecimento de mundo e sim matérias que buscam trazer conteúdos pessoais ou que divirtam o público que irá consumir esse produto.

Relacionando o infotenimento ao esporte, Santos et al (2017), acreditam que o esporte interfere muito na vida das pessoas. Ou seja, que a cultura esportiva, influencia as escolhas do modo de vida dos espectadores que seguem fielmente seus ídolos. A presença desse jornalismo, que além de informar, também tem a função de entreter, e é capaz de modificar os hábitos do cotidiano dos indivíduos.

Através do que é divulgado nas televisões, rádios, jornais e mídias digitais, os conteúdos vão tomando espaço no dia a dia das pessoas. E é exatamente essa relação sólida que existe entre a informação e o esporte, que subsidia o crescimento da economia que movimenta o mercado esportivo, em função das propagandas esportivas que circulam nos veículos de comunicação (SANTOS e col. 2017).

Se no início do processo de midiaticização e mercadorização do esporte ele se configurou mais como um potente meio de exposição publicitária para marcas de diferentes produtos que buscavam visibilidade, agora o esporte é o próprio produto (Santos et al. 2017, p. 94).

De acordo com o autor, o esporte é o melhor entre os produtos de entretenimento. Afinal, com ele já estão inclusos todos os elementos necessários para a elaboração do show que a apresentação esportiva se tornou. Um exemplo são megaeventos esportivos, como a Copa do Mundo e Jogos Olímpicos.

Estes eventos estão relacionados ao que chamamos de Sociedade do Espetáculo. Guy Debord (2003) assegura que a sociedade é dominada por coisas superficiais, sendo assim, a mercadoria domina tudo em sua volta, distanciando o ser humano entre si perante seu produto global.

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário – o consumo. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente (DEBORD, 2003, p.15).

Diante disto, o autor referido atribui o conceito de espetáculo à diversidade dos fenômenos aparentes, sendo reconhecidos e organizados por sua realidade total, podendo afirmar que espetáculo é a afirmação do modo como à vida humana é vista perante a sociedade.

Para Santos et al (2017), a mídia e o esporte construíram uma relação de sintonia - ambos caminham juntos há tempos e dominaram o mercado midiático. A mídia por sua vez, se sobrepõe ao esporte a partir do momento que seu dialeto textual e audiovisual, são de suma importância ao receptor da mensagem. O esporte, entretanto, é a paixão do torcedor, a emoção, o coração. Ele trabalha, literalmente, a parte interior daquele se interessa por ele. Ou seja, o esporte passa a ser da mídia. E sendo ele bem produzido e apresentado, ganha seu espaço de maneira surpreendente.

E foi a partir desse crescimento, que o jornalismo esportivo entrou em seu novo palco. Empresas midiáticas buscam inovações para seus mercados, e o esporte produz essas novidades. O direcionamento dessas empresas é encontrar quem produza notícias que gerem lucros para a indústria cultural. Portanto, a partir disso, é feita uma união entre a informação e o entretenimento (SANTOS, 2017; MEZZARROBA, 2017; SOUZA, 2017).

Medeiros e Souza (2017) pontuam algumas características do jornalismo de entretenimento, baseando-se em outros autores, tendo em vista que o jornalismo relacionado ao entretenimento possui algumas características divergentes do jornalismo tradicional. Dentre elas, Rocha (2012) atribui o uso de uma linguagem sensacionalista, voltada a espetacularização do fato noticiado. É possível notar

emoção e exagero no texto – seja escrito ou falado – para chamar atenção do espectador. Barthes (1964) contribui com o conceito de *fait divers* (fatos diversos) que são notícias que “enquadram as situações que fogem da normalidade do cotidiano, sendo capazes de chocar e tornando-se assim um grande atrativo para o público, ao mexer com sua imaginação e emoção” (MEDEIROS; SOUZA, 2017, p.4)

Outros recursos característicos ainda relacionados ao sensacionalismo são o uso de adjetivos e figuras de linguagem que devem ser evitados no jornalismo tradicional. É importante compreender que o texto jornalístico em qualquer plataforma, inclusive na TV, “deve ser claro, conciso, direto, preciso, simples e objetivo”, a “linguagem deve ser coloquial e o jornalista precisa ter em mente que está contando uma história para alguém”. Além disso, é preciso seguir o lead e responder logo no início da notícia as perguntas-chave do jornalismo: quem, o que, quando, como, onde e por que. (BARBEIRO; LIMA, 2013, p.149-150)

3.4 O padrão globo de jornalismo esportivo

Mariana Corsetti Oselame em um artigo intitulado *Padrão Globo de Jornalismo Esportivo* elenca seis características do atual modelo de produção do programa Globo Esporte. Tais características serão expostas para colaborarem com a percepção de que maneira o entretenimento tem se feito presente no programa e as que forem possíveis de verificação auxiliarão a análise que será realizada no próximo capítulo.

As características são: a banalização da notícia, o descaso com as técnicas jornalísticas, a exacerbação do humor, a reinterpretação do conceito de criatividade, o empobrecimento do texto e a tendência a transformar o jornalista na notícia.

Quanto a banalização da notícia “o que interessa não é mais a competição em si, mas o que ela pode trazer de curioso, inusitado e engraçado” (2010, p.65) - o que converge com o *fait divers* de Barthes (1964).

O descaso com as técnicas jornalísticas “já não se tem o compromisso com a apuração e checagem dos fatos, das fontes e das versões” (OSELAME, 2010, p.66). Uma característica comum atualmente no jornalismo esportivo é inclusive noticiar o que ‘pode ser’ e ainda não é, um evento futuro incerto, que não pode ser confirmado. Exemplo: pode ser que o atleta fulano assine contrato com o time tal.

Ainda relacionado a este descaso, a autora concorda com Barbeiro e Ragel (2006) no que tange a possível influência da emoção do jornalista para lidar com o jornalismo esportivo, o que gera um reflexo na produção final. Cabe retomar que esta percepção também dialoga com a característica do sensacionalismo citado por Rocha (2012) anteriormente.

A terceira característica que Oselame (2010, p.67) apresenta é a exacerbação do humor e “as matérias já não são apresentadas no formato tradicional e com as informações essenciais do lead: quem, quando, onde, como, por que. Prevalece a busca pelo engraçado”.

Levado às últimas consequências, o humor está na edição das imagens, nos textos, na trilha que ilustra as narrações de gols ou matérias. Tudo vira piada, tudo é motivo de riso. Até mesmo a entonação dos repórteres parece ter sido alvo de orientações (OSELAME, 2010, p.67)

Já a reinterpretação da criatividade estaria atrelada a uma simplificação da linguagem que chega ao ponto de “banalizar a notícia, privilegiar a especulação (ela é mais atraente que a informação) e exacerbar o humor” (idem, 2010, p.67).

A quinta característica chamada de empobrecimento do texto está relacionada a informalidade excessiva. Barbeiro e Rangel (2006) consideram que existe uma utilização exacerbada de uso de chavões e figuras de linguagens.

Por fim, a tendência de transformar o jornalista em celebridade é sustentada por (Blázquez, 1999, p.515) que afirma que

Na informação televisionada, existe o grande risco de converter a informação em mero espetáculo e de fomentar o culto à personalidade do jornalista, do entrevistador e dos apresentadores dos programas. Vícios comuns a nós que estamos já quase habituados e contra os quais ninguém se atreve a protestar

Mediante as ponderações apresentadas neste capítulo sobre as características do infotimento e de que modo deve ser escrito um texto jornalístico, a seguir será realizada uma análise de uma edição do programa Globo Esporte, da TV Globo.

4 ANÁLISE

Mediante a revisão bibliográfica realizada nesta pesquisa, a análise do programa Globo Esporte por meio de uma transcrição do programa do dia 1 de outubro de 2019. A transcrição realizada é referente a todas partes do programa que contam com a chamada¹² do apresentador para a matéria, e todas as matérias¹³ veiculadas nesta edição. Nesta data o apresentador do programa foi Alex Escobar. O dia foi escolhido de forma aleatória.

Foram selecionadas as seguintes características que serão destacadas em suas aparições mais evidentes no texto transcrito (Tabela 1), a fim de verificar quais aspectos jornalísticos são seguidos e quais aspectos de infotenimento podem ser percebidos – considerando que o Esporte é apresentado como um produto à parte, que não está inserido nem no Jornalismo, nem no Entretenimento, conforme a própria emissora o expõe e já foi mencionado nesta pesquisa.

Tabela 1: critérios de análise e legenda

Característica	Critério	Legenda
Lead	Resposta às perguntas: quem, o que, quando, como, onde, por que no início da matéria (BARBEIRO; LIMA, 2013)	Marcação Azul
Adjetivação	Caracterizar ou qualificar com adjetivos	Negrito
<u>Sensacionalismo: exageros, hipóboles e figuras de linguagem, emoção</u>	Utilização de palavras pouco formais e que dão a sensação de espetacularização. (ROCHA, 2012); BARBEIRO E LIMA (2006)	<u>Sublinhado</u>
<i>Fait divers</i>	Situações inusitadas. (BARTHES, 1968)	Verde
Tendência em Transformar o jornalista em celebridade	Foco na figura do jornalista. (OSELAME, 2010; BLÁZQUEZ, 1999)	Vermelho
<i>Tendência em transformar o atleta em ídolo/mito</i>	Notícias que valorizam demasiadamente o personagem e não possuem valor informativo relevante. (MESSA, 2005)	<i>Itálico.</i>

Fonte: elaborado pela autora.

¹² Momento em que o apresentador do programa introduz o tema que será tratado na notícia que será inserida a seguir no vídeo.

¹³ Todos os videoteipes foram nomeados como matérias para uma melhor compreensão da proposta.

Para melhor organização, optou-se por trazer a transcrição em ordem cronológica de aparição, e ao final de cada matéria transcrita, uma análise sobre a presença dos recursos que puderam ser observados e marcados no texto transcrito.

Cabe explicar que *cabeça*, significa a fala do apresentador antes da exibição da notícia/matéria. *Off* é quando o repórter fala durante a matéria, mas não aparece no vídeo. *Passagem* é o momento em que o repórter aparece no vídeo, narrando alguma parte da notícia. E, por fim, *sonora* é a entrevista exibida com a fonte da matéria – os entrevistados.

Todas inserções foram nomeadas como ‘matérias’, embora muitas não sigam os critérios técnicos que as denominariam deste modo. Lembrando também, que só foram analisadas os respectivos elementos ditos acima, os demais que compõem um programa televisivo, como notas peladas¹⁴ por exemplo, não se encaixam na análise feita nesta monografia.

4.1 Matéria 1

Chamada/Escobar: Com o apoio **precioso** do super Market, mais de cem lojas espalhadas pelo Rio de Janeiro, tá (sic) começando mais um cafezinho do Escobar (gritos). Hoje é Piratininga.

[Trilha sonora]

Sábado não teve gol

O cartaz se enganou

O Gabigol nada feito

Olha o Var o que fez

Anulou um, dois, três

Vasco não teve jeito

Ganso abriu o bico

Deu a maior confusão

Flu detonou o Oswaldo

E venceu com o Marcão

¹⁴ Notícia lida pelo apresentador do telejornal sem o recurso de imagens.

Nessa quarta vai ter emoção!

Lá laiá...

Cafézinho com o Escobar

Laiá

Cafézinho com o Escobar

É só chegar

Cafézinho com o Escobar

[Fim da trilha sonora]

Alô Piratininga! (gritos)

(som com vinheta)

[Escobar] O Botafogo vai jogar com o Fortaleza!

[Entrevistado 1] Graças a Deus! Hoje!

[Escobar] No Globo Esporte já saberemos o resultado. Eu queria que você olhasse aqui na bola de cristal qual é o resultado.

[Entrevistado 1] Vou olhar! 2x0 Botafogo.

[Escobar] Você viu aqui? 2x0 Fogão?

[Entrevistado 1] 2x0 Fogão.

(Recorte de vídeo do gol do Fortaleza em cima do Botafogo)

[Entrevistado 1] Tô (sic) bolado com o Tite, acabou com o Marcinho

[Escobar] Não gostou?

[Entrevistado 1] Pow, desfalcou o Botafogo!

[Recorte da entrevista do Tite] Amargo, duro!

[Escobar] O quê que o Marcinho fez para ser convocado para a seleção, explica aí!

[Entrevistado 1] Não fez nada!

[Escobar] Nada?

[Entrevistado 1] Nada! Não tem outro, daí teve que chamar o Marcinho!

[Escobar] Vascaíno, Wandelei Luxemburgo falou que o Vasco foi prejudicado pelo Var.

[Recorte da entrevista do Luxemburgo] Mais uma vez o Var fez a diferença contra o Vasco

da Gama.

[Escobar] Principalmente em qual lance? No impedimento ali ou não?

[Entrevistado 2] Não foi impedimento não!

[Escobar] Não foi impedimento?

[Entrevistado 2] Não foi impedimento!

(Recorte de vídeo de uma fala da novela)

[Música]

Você não vale nada, mas eu gosto de você

Tudo o que eu queria era saber por que o Var contribuiu pro meu Vascão perder

[Fim da música]

[Escobar] Vem cá, vem cá! Não vai embora não! Fica aqui! Estão ligando para você?

[Entrevistado 3] É a minha mulher!

[Escobar] É tua (sic) mulher maluco?

(Recorte de uma cena da novela)

[Escobar] Me diz uma coisa, o Jesus Portuga ficou bravo **pra caramba** porque o São Paulo não queria jogar.

[Recorte da fala do Jesus Portuga] Caía no chão, e o árbitro parou o jogo porque os jogadores estavam com câimbras musculares.

[Escobar] Tem razão?

[Entrevistado 4] Tem razão! Não sabe jogar!

[Escobar] Não sabe jogar?

[Entrevistado 3] Não sabe jogar! Na retranca ali ele se jogando no chão, fazendo cena...

(Recorte de cena do programa "Se joga" e de partidas de futebol)

[Escobar] Quem joga o futebol mais **bonito** do Brasil?

[Entrevistado 5] No momento é o Flamengo, no segundo é o Grêmio!

[Escobar] No segundo é o Grêmio?

[Entrevistado 5] No segundo é o Grêmio!

[Escobar] E o que isso quer dizer?

(Recorte de uma gravação do Fantástico)

[Entrevistado 6] O Grêmio, caiu de produção, aquele Luan parou de jogar bola.

[Escobar] Aí eu pergunto a vocês o seguinte: efetiva o Marcão ou contrata outro treinador?

[Entrevistado 7] Eu daria uma chance para ele.

(Imagem do Marcão)

[Entrevistado 8] Entre o Zé Ricardo e ele eu prefiro o Marcão.

(Recorte de uma cena da novela)

[Escobar] Vocês acharam justa a demissão do Oswaldo de Oliveira na queda de braço com Paulo Henrique Ganso?

[Entrevistado 7] Deveria! Deveria ser mandado embora sim!

[Escobar] Por quê?

[Entrevistado 7] Cara, não tava (sic) dando certo ele no time.

(Imagem do Oswaldo Oliveira mostrando o dedo do meio para a torcida)

[Escobar] Então vocês acham certo o Ganso dizer que não vai voltar, e depois falar que ele é burro, não sabe nada, que tá errado?

[Entrevistado 7] Isso vai dar multa pra ele, né? No salário dele.

(Imagem do Ganso)

[Escobar] O que você está esperando do Flamengo e Grêmio quarta feira meu irmão?

[Entrevistado 1] 2x0 tá bom.

[Escobar] Lá em Porto Alegre falaram 3x0.

(Cena da novela)

[Escobar] Aqui 1x0 e ele, tem Razão! Aqui é baile!

[Entrevistado 2] Aqui é baile!

[Escobar] Maracanã é baile! É baile! É baile, moleque!

(Toque de música)

[Escobar] Você é Grêmio? Ela é Grêmio!

(Gritos)

[Escobar] A dona Cora é Grêmio, maluco!

(Música de encerramento do quadro com música)
--

Análise da Matéria 1

É notável neste primeiro quadro do programa, que ele não se refere a uma matéria/reportagem e sim a um elemento de entretenimento, a fim de divertir o público. Não existe o cumprimento de um lead e com isso, percebe-se que o único elemento padrão relacionado ao jornalismo, presente no mesmo, é a entrevista. A referida acontece do início ao fim e de forma extrovertida, e o repórter interage muito com os participantes. Na edição do quadro existem diversas inserções de vídeos curtos de novelas, outros programas ou falas de terceiros, construindo uma narrativa que aparentemente pretende ser descontraída e brincalhona. Um exemplo é na fala do Entrevistado 6, quando ele diz que “O Grêmio, caiu de produção, aquele Luan parou de jogar bola” a edição opta por inserir uma imagem do cantor Luan Santana, que não tem relação alguma com a situação, uma vez que o Luan citado é um jogador.

Entretanto, destaca-se a figura do jornalista como um mediador bastante descontraído e utilizando uma linguagem não só simples, como bastante coloquial, o que converge com os padrões estipulados por Rocha (2012) e Barbeiro e Lima (2012) e demonstra uma certa espetacularização dos temas tratados durante o quadro.

Além disso, existe uma grande aparição de Alex Escobar que dança, canta e a todo momento interage com os entrevistados. A isso é possível relacionar a tendência de transformar o jornalista em celebridade, uma vez que o próprio nome do quadro é “Cafezinho com Escobar”, dialogando assim com os apontamentos de Oselame (2010) e Blázquez (1999).

Outra característica que pode ser apontada é a evidente ligação mercadológica existente do quadro com uma empresa que no caso é o mercado Super Market. Na primeira frase do programa o apresentador destaca com adjetivos a parceria entre o quadro e a empresa quando diz que: “Com o apoio precioso do Super Market, mais de cem lojas espalhadas pelo Rio de Janeiro”, fazendo um

*merchandising*¹⁵ para o mercado. Cabe destacar que o quadro inteiro se passa na frente de uma das lojas do SuperMarket, o que configura claramente uma articulação muito mais mercadológica e publicitária do que pautada em critérios jornalísticos – o que diverge, portanto, dos princípios editoriais de jornalismo do grupo Globo.

Nota-se ainda, que a música também não falta no decorrer do quadro e a letra articula-se com os acontecimentos recentes dos jogos de futebol da rodada, como citações ao desempenho do jogador do Flamengo Gabigol e do jogador Ganso do Fluminense. Tal recurso é bastante incomum em notícias que seguem um critério jornalístico mais sério e por isso pode ser entendida muito mais próxima de um modo de entretenimento.

Esta primeira análise, portanto, verifica que são praticamente nulos os recursos de um jornalismo padrão e existe uma tendência bastante forte aos aspectos relacionados ao infotainment.

4.2 Matéria 2

[Cabeça/Apresentador] Eee!! Boa tarde! Foi um **prazer imenso** estar em Piratininga, bater bola com essa rapaziada ai, foi **muito legal!** Olha, [Globo Esporte está começando, vamos falar muito de Libertadores, porque amanhã tem Grêmio e Flamengo, semifinal ao vivo na Globo depois de “A Dona do Pedaço” e hoje já tem River Plate e Boca Juniors em Buenos Aires e transmissão exclusiva do SporTV.](#) A gente vai começar mostrando a derrota do Botafogo para o Fortaleza.

[Repórter OFF1] E o [Rogério Sene](#), hein? 43 dias depois da estreia no Cruzeiro tá de volta ao Fortaleza. Foi assim ó: Fortaleza recebeu um **dinheirão** do Cruzeiro pela multa rescisória do Rogério. No Cruzeiro o Rogério não deu certo, foi demitido. Agora tem uma **grana boa** para receber do Cruzeiro pela quebra de contrato. Voltou de graça para o Fortaleza e ainda deixou um adversário direto lá embaixo. É mole? Já o Botafogo tinha o Marcinho, convocado para a seleção, tava **confiante**, quase fez um gol olímpico no primeiro tempo.

[Narração do jogo] Uma cobrança cheia de veneno de Marcinho

¹⁵ Merchandising é uma ferramenta de marketing que busca inserir uma marca, produto ou serviço em programas televisivos ou de rádio, sem parecer uma propaganda tradicional.

[Repórter OFF2] O Marcelo Benevenuto pegou o rebote e machucou em cima do goleiro Marcelo Goe, daí a bola bateu e voltou pro goleiro de novo. Agora chance por chance, essa do Cícero foi muito clara. Só que o Fortaleza **assustou** mais, acertou a trave duas vezes: Oswaldo e Wellington Paulista. É, mas o gol só saiu mesmo nesse escanteio no segundo tempo. O leão agradeceu, o Jackson correu e o Jackson vibrou, o Jackson dedicou para a família, só que o gol não foi dele não... Marcelo Benevenuto que cabeceou contra.

(Sonora: Eduardo Barroca- Técnico do Botafogo) A gente precisa se reerguer, porque a competição tem essa característica em alguns momentos você oscila e a gente tá nesse momento.

[Repórter OFF3] Terceira derrota do Botafogo e pro Fortaleza o novo de novo, com Rogério Sene no comando.

[Apresentador] Anima a rapaziada aí, Barroca!

Análise da matéria 2

Pode-se perceber inicialmente que o lead da matéria não é muito claro. Ele não responde objetivamente as perguntas que caracterizam este padrão jornalístico (o que, quem, quando, onde, como, quando e por que) e está mais voltado a uma narrativa de uma história com idas, vindas e polêmicas. Até mesmo uma interrogação é feita logo no início da matéria, quando o repórter pergunta “é mole?”, utilizando uma linguagem mais do que simples e levando para o telespectador uma indagação acerca do tema, de maneira bastante coloquial. As perguntas do lead que foram verificadas de maneira mais clara são: “quem?” cuja resposta é Rogério Sene e “O que” que é a volta dele ao Fortaleza.

É possível verificar também o uso de figuras de linguagem como hipérbole ao citar que o Fortaleza recebeu um “dinheirão”, tipo de colocação que não é comum no jornalismo tradicional.

Além disso, o repórter emite juízo de valor ao considerar que o Fortaleza tem uma “grana boa” para receber e também em um segundo momento quando diz que uma chance de gol do jogador Cícero foi “muito clara”.

Portanto, é possível considerar que novamente as características mais relacionadas aos padrões de infotimento podem ser observadas na matéria, uma vez que em seu decorrer a linguagem foi bastante coloquial e as técnicas

jornalísticas pouco exploradas, sendo estas mais relacionadas ao formato de edição que conta com os OFF's e sonoras característicos do ramo televisivo. Além disso, o foco se deu consideravelmente no treinador Rogério Sene, dando uma personalização à notícia, do que ao jogo em si. É relevante ser contextualizado que o atual técnico foi um jogador nacionalmente reconhecido durante muitos anos. A utilização de trilha sonora também foi uma opção desta matéria, o que novamente pode ser observado como uma característica incomum para o jornalismo tradicional que não costuma utilizar este tipo de recurso.

4.3 Matéria 3

[Repórter Off 1]: Um gol coletivo!

[Narração do jogo]

[Repórter Off 2]: Apenas o segundo de Caio Henrique como profissional. O primeiro foi contra o Bangu pelo carioca.

(Sonora: Caio Henrique – jogador do Fluminense): Eu nunca fui o jogador de fazer tantos gols, sempre procurei o passe, dar uma assistência. Sempre fui o meia mais amador. Não chegava tanto na área.

[Repórter Off 3]: A vitória sobre o Grêmio encerrou uma semana **tensa**, que teve o bate boca entre Oswaldo de Oliveira e Ganso, a demissão do treinador e a invasão ao CT.

(Sonora: Caio Henrique – jogador do Fluminense): Creio que essa vitória me dá um pouco de alívio para gente (sic), um pouco mais de tranquilidade para essa semana.

[Repórter Off 4]: **Tranquilidade** e **força** para o interino Marcão.

(Sonora: Caio Henrique – jogador do Fluminense): A gente fica bem feliz com ele. É um grupo que sabe acolher as pessoas, trata bem as pessoas, e se o Marcão continuar também tem nossa total confiança.

[Repórter Off 5]: Caio Henrique vai perder dois jogos importantes no Fluminense, contra Cruzeiro e Bahia. Ele deve jogar o clássico de domingo contra o Botafogo e depois se apresenta a seleção olímpica para dois amistosos.

(Sonora: Caio Henrique – jogador do Fluminense): E a seleção é o sonho de todo menino, todo jogador de futebol, e claro que a gente está querendo ajudar também o Fluminense, né? Então a gente fica bastante dividido.

[Repórter Off 6]: Dividido entre o sonho e a realidade que espera por ele.

[Fim da matéria, volta para o estúdio]

Apresentador: **Bela** temporada do Caio Henrique.

Análise da matéria 3

É possível verificar que a matéria começa sem responder o lead e surge logo após uma nota coberta¹⁶ que a antecedia. Ou seja, ela é inserida de repente na programação. O tema escrito durante o vídeo sobre a abordagem da matéria é: “*Após semana tensa, vitória em cima do Grêmio traz tranquilidade para o Flu*”. Logo neste primeiro momento já podemos perceber que existe a emissão de juízo de valor ao adjetivar a semana como “tensa”, o uso coloquial da expressão “vitória em cima do Grêmio” e novamente um juízo de valor e uso de jargão ao afirmar que “traz tranquilidade para o Flu”, sendo “Flu” a abreviação de Fluminense no meio futebolístico.

Outro fator curioso é que embora a matéria proponha-se a falar da vitória do Fluminense, ela seleciona apenas um personagem – o jogador Caio Henrique – e traz o foco para o atleta, mesmo abordando outros temas que permeavam a situação – dando a ele inserções com comentários por meio de sonoradas. Da metade para o final a matéria comenta sobre a ida do jogador para a Seleção Brasileira e assim finaliza a notícia.

Há de considerar que existiu, portanto, uma valorização de um atleta em particular – Caio Henrique – o que dialoga com a tendência abordada por Messa (2005) nesta pesquisa de transformar um atleta ou personagem no tema central do jornalismo esportivo.

4.4 Matéria 4

[Cabeça/Escobar]: Amanhã **meu amigo**, primeiro jogo da semifinal da Libertadores, Flamengo e Grêmio em Porto Alegre, você vai ver ao vivo na Globo depois de “A

¹⁶ Texto lido pelo apresentador e coberto por imagens.

Dona do Pedaco”. O ataque do Flamengo a gente sabe, **é bom pra caramba, né?** Mas a defesa também.

[Repórter Off 1]: **Poderoso ataque** que já fez 100 gols na temporada **chama a atenção**, claro. Mas o setor do time que vem demonstrando evolução de verdade é a defesa. O Flamengo levou gols em 8 dos 9 primeiros jogos do mundial de imprevisão técnico, totalizando 13 nesse período. Agora, vamos pegar as últimas 9 partidas da equipe – a segunda metade do trabalho do treinador português. Foram apenas 3 gols nesse período, o primeiro jogo dessa sequência foi a vitória por 2 a 0 sobre o Internacional nas quartas de final da Libertadores. A primeira vez em que o atual quinteto defensivo jogou junto: Diego Alves, Rafinha, Rodrigo Caio, Pablo Mari e Felipe Luiz. O entrosamento veio rápido, e a experiência de jogadores que disputavam a pouco tempo os principais campeonatos europeus ajudou bastante.

(Sonora: Rafinha – jogador do Flamengo): A gente procura passar o pouquinho que a gente viveu já com 15 anos fora do Brasil, competindo em competições difíceis.

[Repórter Off 2]: Ontem no embarque no aeroporto internacional do Rio de Janeiro não teve bloqueio, contenção - ninguém se esforçando para parar a animação dos torcedores. **Era a viagem para Porto Alegre, capital gaúcha, onde o Flamengo vai disputar a primeira partida da semifinal da Libertadores contra o Grêmio. Um dos jogos mais aguardados do ano.**

[Repórter/Passagem]: É uma réplica, fica na arena do Grêmio e faz parte da visita turística do estádio. Essa aqui pode tocar, pode passar a mão a vontade. Agora a verdadeira taça, só tocam nela aqueles que conseguem passar pelos **castings mais duros** do futebol, e amanhã o Flamengo tem um desses.

[Repórter Off 3]: Há 4 anos o Grêmio vem se mantendo como uma das **principais forças do futebol brasileiro**. Foi campeão da Copa do Brasil em 2016; Campeão da Libertadores em 2017. Um time que impressiona até mesmo aqueles acostumados a montar **pequenas e discretas fortalezas**.

(Sonora: Técnico do Flamengo): Vamos sofrer em alguns momentos do jogo. Vamos ter uma equipe que vai disputar o jogo conosco. Essa, sim, vai disputar o jogo conosco. E algumas vezes vai nos colocar nas cordas. Mas também estamos reparados para isso. Vamos atacar e quando tivermos que defender, temos que

saber defender. E penso que vai ser um grande jogo.

Análise da matéria 4

É de fácil percepção, que na chamada da matéria, o apresentador utiliza a característica mais presente até o momento que é a adjetivação e emissão de juízo de valor ao elogiar o ataque a defesa do Flamengo. O repórter segue neste segmento ao taxar o ataque do time como “poderoso”. Embora esta seja a primeira matéria mais articulada como noticiosa, com informações sobre o jogo que será disputado entre Flamengo e Grêmio, novamente não é possível perceber um lead construído de maneira objetiva e direta com as informações básicas sobre a partida, que poderia ser realizado, por exemplo, como “Flamengo e Grêmio disputam amanhã o primeiro jogo da semifinal da Copa Libertadores”. Em vez disso, a opção foi por valorizar o time Flamengo no início da matéria para depois em forma de narrativa mostrar a ida do time para o local do jogo – Porto Alegre – e seguir com a notícia.

Se comparada as matérias anteriores, o uso de adjetivações e jargões foi menos utilizado no decorrer do texto, mas bastante evidente, entretanto, no início da notícia. Esta matéria possui uma estrutura mais jornalística, mas ainda utiliza de valorizações consideráveis, o que sustenta certa espetacularização da situação (semifinal da Copa Libertadores) e de um time especificamente - que é o Flamengo.

4.5 Matéria 5

[Cabeça/Escobar]: E hoje tem River Plate e Boca Juniors ao vivo, exclusivo no SporTV às 21h30 da noite, primeiro jogo da outra semifinal. É o **super clássico** argentino, né? Que inclusive reedita a final do ano passado que o River venceu, aliás, o River está invicto nessa Libertadores e também vai ser um duelo de dois goleiros de seleção, **cara**.

[Narração do jogo]

[Repórter Off 1]: Foi na Copa do Mundo que a Argentina parecia viver mais uma crise no gol, mas pouco mais de um ano depois a realidade é bem mais animadora.

[Repórter/Passagem]: O Armani está acostumado a defender esses gols, já o

Andrada só tem jogado aqui como visitante, mas o monumental de Nunez é também a casa da seleção Argentina e este confronto entre River e Boca pode também definir o futuro da camisa um (1) Argentina.

[Repórter Off 2]: Armani chegou no River no início do ano passado, custou 15 milhões de reais, foi **um dos destaques** do River na conquista da Libertadores sobre o Boca no ano passado – além disso, pela seleção foi para a Copa do Mundo como reserva e terminou como titular. Andrada chegou ao Boca depois de boas temporadas no Lanús, valor 20 milhões de reais – esse ano já bateu o recorde de minutos sem sofrer gols no futebol argentino: 1.128, e desde que o Scaloni assumiu a seleção tem sido presença constante nas convocações.

(Sonora: Pumpido – ex-técnico da seleção Argentina): Para mim tecnicamente Andrada é um dos melhores goleiros do futebol argentino e isso é bom para nós que estamos seguros com dois goleiros que estão muito bem em seus clubes e que podem defender a seleção.

[Repórter Off 3]: Armani e Andrada companheiros de seleção frente a frente em mais um **super clássico** e o segredo da classificação para final da Libertadores pode estar justamente nas mãos deles.

Análise da matéria 5

O lead jornalístico é realizado por Alex Escobar ao iniciar a notícia. Ele apresenta o “quando” (hoje, as 21h30), “quem” (River Plate e Boca Juniors), “onde” (no SporTV), “o que” (primeiro jogo da outra semifinal). Apesar de utilizar adjetivações e juízos de valor com o ‘super clássico’, cumpriu os recursos jornalísticos. Ao final de sua inserção faz uso de linguagem informal, como nos demais momentos do programa, falando ‘cara’.

O repórter, por sua vez, faz uma adjetivação ao dizer que Andrada é um dos melhores goleiros do futebol argentino, e valoriza o atleta, sem fundamentação evidente que legitime esta fala. Ao findar da matéria, o jornalista retoma o termo ‘super clássico’ usado pelo apresentador, que remete novamente um tipo de juízo de valor.

Conclui-se que a reportagem utiliza de termos referentes à linguagem coloquial, tanto nas falas do repórter durante *off* e passagem, como por exemplo, “de boas temporadas”. Percebe-se também que esta matéria foi a que conteve menos características relacionadas ao entretenimento de acordo com a proposta contida no quadro elaborado para esta análise.

Matéria 6

[Cabeça/Apresentador]: 35 anos atrás, Flamengo e Grêmio já **brigaram** uma vaga na final da Libertadores no globoesportes.com tem lá um especial com várias curiosidades sobre os três **duelos** entre eles na fase semifinal de 84. O Régis Rösing conversou com quem disputou esses jogos com a camisa do Flamengo.

[Repórter Off 1]: Professor Tita me dando aula de golfe. Ensinamentos de quem já **bateu um bolão** e hoje, com a mesma habilidade **bate uma bolinha**.

[Narração do jogo]

[Repórter Off 2]: Em 1981 Tita foi campeão da Libertadores e do Mundial pelo Flamengo.

[Narração do jogo]

[Repórter Off 3]: Dois anos depois, em 83, Tita foi para o Grêmio e conquistou a América pelo tricolor gaúcho.

[Narração do jogo]

[Repórter Off 4]: Mas antes da final do mundial voltou para o Flamengo para vestir a camisa 10 de Zico que tinha ido para a Udinese da Itália. De volta ao **Mengão**, Tita deixou de ser campeão do mundo pelo Grêmio.

(Sonora: Tita): Hoje, se eu tivesse a oportunidade de decidir eu teria ficado no Grêmio e jogado a final do mundial de clubes.

[Repórter Off 5]: Campeão da Libertadores no ano anterior, o Grêmio entrou direto na fase semifinal, e se juntou a Universidad de Los Andes da Venezuela e Flamengo em um triangular. Quem fizesse mais pontos iria para a final. Os venezuelanos perderam todos os jogos e ficaram na lanterna.

[*Narração do jogo*]

[*Repórter Off 6*]: Primeiro jogo, Estádio Olímpico **monumental** em Porto Alegre – o Grêmio saiu na frente com Oswaldo.

(*Sonora: Tita*): Depois eu empatei. O João Paulo me faz um passe e faço o gol de empate.

[*Narração do jogo*]

(*Sonora: Tita*): Ai depois o Grêmio deslança.

[*Repórter Off 7*]: E que deslanchada Tita, 5 a 1.

[*Narração do jogo*]

[*Repórter Off 8*]: O Renato, que ainda não era chamado de gaúcho, marcou um dos gols.

[*Narração do jogo*]

(*Sonora: (Tita)*): Foi exagerado aquele placar.

[*Repórter Off 9*]: Segundo jogo, Maracanã, Rio de Janeiro, Andrade abriu o placar para o Flamengo.

[*Narração do jogo*]

[*Repórter Off 10*]: Bebeto, **jovem revelação** de 20 anos fez o segundo.

[*Narração do jogo*]

[*Repórter Off 11*]: E o terceiro.

[*Narração do jogo*]

[*Repórter Off 12*]: Guilherme descontou para o Grêmio.

(*Sonora: Tita*): Esse jogo terminou em 3 a 1, e ai nós fomos decidir qual era o time que ia jogar a final da Copa Libertadores, num jogo extra em São Paulo.

[*Repórter Off 13*]: Os rubro-negros se mudaram para a capital paulista para apoiar o Flamengo, entre eles, o senhor Francisco Morais, de 79 anos.

(*Sonora: Francisco Morais*): Galera saiu do Maracanã, mais ou menos, uns 60 ônibus nosso. Pacaembu lotadasso, mais 90% nosso e 10% deles.

[Repórter Off 14]: Pacaembu, 53.500 torcedores pagaram para ver o que Tita não esquece.

(Sonora: Tita): Teve um cruzamento sozinho de cabeça e o Bebeto veio e me atrapalhou – nem ele conseguiu fazer e nem eu também.

[Narração do jogo]

(Sonora: Tita): Esse jogo terminou empatado pela melhor campanha do Grêmio, o Grêmio passou para final contra o Independente.

[Repórter Off 15]: Mas não foi campeão, o título ficou com o time argentino. 35 anos depois o rubro-negro carioca e o tricolor gaúcho voltam a se **enfrentar** numa semifinal de libertadores, e o coração do Tita – acho que estar dividido.

(Sonora: Tita): O Flamengo vai jogar contra um time que o Renato já está a frente dele há 3 anos e os jogadores já sabem a que jogam – o Flamengo ainda não, o Flamengo é um time formado ainda, assim, você está trocando o pneu com o carro andando, entendeu? Tem muita qualidade. Isso aí não se discute. É o melhor plantel hoje do futebol brasileiro.

[Repórter Off 16]: **Flamengo e Grêmio correndo, no grande prêmio libertadores. Amanhã vai ser dada a largada.**

(Sonora: Francisco Morais): É esse ano cara, é esse ano que vai acontecer.

Análise da matéria 6

Esta matéria pode ser considerada uma *fait divers* se analisada sob a perspectiva de que é uma curiosidade correlacionada a um fato antigo que novamente surge no âmbito futebolístico. Esses tipos de situações inusitadas são ponderadas por Barthes (1968) por esta nomenclatura.

A notícia contempla diversos adjetivos e exageros que aparentemente pretendem encantar os espectadores e espetacularizar o jogo que será disputado entre Flamengo e Grêmio pela Libertadores. Isso pode ser percebido na inserção das palavras “duelos” e “deslança”, por exemplo. Tal situação converge com as características estipuladas por Rocha (2012) e apresentadas ao longo desta pesquisa.

O lead novamente não é seguido e o início da matéria constrói uma narrativa acerca da temática que é aprofundada ao longo da notícia por meio de entrevistas e recordações.

A utilização de figuras de linguagem também é característica, como por exemplo o uso de metonímia na frase do repórter “**Flamengo e Grêmio correndo, no grande prêmio libertadores**”.

5 CONCLUSÃO

A partir da análise realizada, é possível perceber, portanto que o jornalismo esportivo atual está atrelado a questões mercadológicas e de entretenimento. É visto, a partir das matérias exibidas no dia 1 de outubro de 2019, que foco principal do respectivo jornalismo, já citado no decorrer do trabalho, é voltado ao entretenimento e diversão do telespectador. As características ponderadas pelos princípios editoriais do jornalismo não são seguidas, uma vez que não existe a isenção pretendida e tão pouco o afastamento da propaganda – conforme visto no quadro ‘Cafezinho com Escobar’ - que evidentemente atrelou a publicidade ao “jornalismo”, ao trazer uma ação de *merchandising* do Supermarket.

Foi possível relacionar esta transformação na linguagem jornalística aos novos modelos de produção, vinculados à tecnologia, inovações que auxiliam em mudanças de cenário e recursos visuais. Além disso, foi possível verificar que o jornalismo esportivo se adaptou ao longo da sua trajetória aos cenários que surgiam com o passar do tempo.

Quanto às expectativas de verificação da utilização de recursos de infotainment e do jornalismo tradicional no programa transcrito, pode-se considerar que foram alcançadas e demonstraram uma apropriação maior de entretenimento em detrimento das técnicas jornalísticas.

Dentre as observações mais pontuais estão as frequentes adjetivações e espetacularização de jogos, lances e acontecimentos de modo geral. As preocupações com o texto jornalístico objetivo, simples e direto não são aparentemente seguidas e o programa visa trazer o conteúdo de uma forma mais despojada, com grande inserção de trilhas sonoras e trechos de vídeos oriundos de outros assuntos – como novelas e outras imagens de arquivo da emissora. Existe uma tendência em construir uma narrativa acerca do fato e não tratar o assunto de forma mais factual e objetiva como preconiza o jornalismo tradicional. Um caso de *fait divers* foi verificado. Esta pesquisa considera, portanto, que o jornalismo esportivo e, por consequência, o esporte na emissora Globo, ao menos tendo por base a análise aqui realizada está muito mais atrelado ao entretenimento do que ao jornalismo em si.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de jornalismo para rádio, TV e novas Mídias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília : Secom, 2016.

CALABRE, Lia. **A participação do rádio no cotidiano da sociedade brasileira (1923-1960)**, 2004.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. **O COMUNICADOR E O EDUCADOR ESPORTIVO:NOVOS PARADIGMAS PARA O ESPORTE MIDIÁTICO**. Revista Conexões, v. 6, 2001.

COUTO, A. A. G. Uma arena de notícias: a fundação do jornal dos sports e seus primeiros editoriais. **XIV Encontro Regional da ANPUH – Memória e Patrimônio**. Rio de Janeiro: 2010.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Versão Eletrônica. Coletivo Periferia: São Paulo, 2003.

EDUSC. **Entre o moderno e o pós moderno**. Trad. Ivone Castilho Benedett. Baurú, SP: 2001

FANFULLA, Jornal. **A história de um jornal que atravessou séculos**. Disponível em < <https://jornalfanfulla.com.br/historia/> > Acesso em 16 jun. 2019.

GONÇALVES, Michelli Cristina de Andrade; CAMARGO, Vera Regina Toledo. **A memória da imprensa esportiva no Brasil: a história (re) contada através da literatura**, 2005.

GLOBO ESPORTE. Disponível: <<http://globoesporte.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.pdf>>

GRUPO GLOBO. Disponível em: <<http://historiagrupo.globo.com/hgg/index.htm>>

GLOBO. **Memória Globo**. Disponível em <<http://memoriaglobo.globo.com//>>

JOST, François. **Comprender a Televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

KELLNER, Douglas. A Cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política, 2001.

MALATIAN, Teresa. **The Italian press in São Paulo and the fascism: the Fanfulla (1921-1942)**. História (São Paulo), v. 34, n. 1, p. 195-215, 2015.

MALULY, L. **Jornalismo Esportivo: princípios e técnicas**. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016

MARTINO, L. M. **Teoria da Comunicação: ideias conceitos e métodos**. Vozes: Petrópolis, 2010.

MEDEIROS, Pâmela Silva de; SOUZA, Rogério Martins. O Infotainment no Webjornalismo: Estudo de Caso do G1. **XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. 2017.

MEDINA, Cremilda. **Notícia: um produto a venda**. Summus Editorial: São Paulo, 1988.

MENEGUEL, Yvonete Pedra; OLIVEIRA, Oseias de. O Rádio no Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava. 2012.

MESSA, F. C. Jornalismo Esportivo não é só entretenimento. **8º Fórum Nacional de Professores de Jornalismo**. 2005.

MESSINA, A. **Jornalismo Esportivo: Os Craques da Emoção**. In Secretaria Especial de Comunicação Social. Jornalismo esportivo: os craques da emoção / Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.— Rio de Janeiro: A Secretaria, 2004.— (**Cadernos da Comunicação**. Série Estudos; v.11)

OSELAME, M. C. Padrão Globo de Jornalismo Esportivo. **Famecos/PUCRS**, número 24. Porto Alegre 2010/2.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. A espetacularização do esporte e o infotainment no jornalismo esportivo: o globo esporte (tv) e o uol esporte durante a copa do mundo de 2014. **Revista ALTERJOR Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP) Ano 05 Volume 02 Número 10 Jul-Dez**. 2014

POLETTI, Thays Renata et al. A TRANSMISSÃO ESPORTIVA NO RÁDIO. **Anais do EVINCI-UniBrasil**, v. 1, n. 2, p. 201-201, 2015.

POLETTI, Thays Renata et al. A TRANSMISSÃO ESPORTIVA NO RÁDIO. **Anais do EVINCI-UniBrasil**, v. 1, n. 2, p. 201-201, 2015.

POZZI, Luis; RIBEIRO, CARLOS HENRIQUE V. DACOSTA, LAMARTINE (ORG.). **Esporte e mídia**. ATLAS D O ESPORTE N O BRASIL . RIO DE JANEIRO: CONFEF, 2006.

REMPEL, Ronaldo Ely. **Função social do telejornalismo: uma análise da série de reportagens “fome” da Rede Globo de televisão**. Monografia. Centro Universitário Univates, 2016.

ROCHA, Paula Roberta Santana. **Jornalismo de Infotimento**: sensacionalismo, entretenimento e fait divers. Revista Temática. Goiânia, 2012.

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

SACRAMENTO, Igor e ROXO, Marco (org.). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

SILVA, Monica Martins Lino da. **Televisão, novela e educação**: há um diálogo possível? Monografia. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2014.

TORRES, C. S. D. Infotimento na Televisão: a tênue fronteira entre informação e entretenimento no encontro do telejornal com a revista eletrônica. Salvador/BA, **Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo**: desafios teórico-metodológicos, Seminário Internacional, 2011.

TUBINO, Manoel José Gomes; GARRIDO, Fernando Antônio Cardoso; TUBINO, Fábio Mazon. **Dicionário enciclopédico Tubino do esporte**. São Paulo: Senac Rio, 2007.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo esportivo**: relatos de uma paixão. Saraiva: São Paulo, 2009.