

FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Mestrado em Comunicação

**Comentário esportivo no telejornalismo brasileiro:
A relação entre jornalistas e ex-jogadores de futebol**

BRUNO FELBERG

São Paulo

2018

BRUNO FELBERG

Comentário esportivo no telejornalismo brasileiro:
A relação entre jornalistas e ex-jogadores de futebol

Dissertação apresentada para a Obtenção de
grau de Mestre em Comunicação e Mercado
pela Faculdade Cásper Líbero.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto
Coelho.

São Paulo

2018

Felberg, Bruno

Comentário esportivo no telejornalismo brasileiro: a relação entre jornalistas e ex-jogadores de futebol / Bruno Felberg – São Paulo, SP, 2018.

106 f.

Orientador: Prof. Dr. Claudio Novaes Pinto Coelho
Dissertação (mestrado) – Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação.

1. Produtos midiáticos. 2. Telejornalismo esportivo. 3. Comentarista. I. Coelho, Claudio Novaes Pinto. II Faculdade Cásper Libero, Programa de Mestrado em Comunicação. III. Título.

Bibliotecária responsável: Ligia Cristina dos Santos Nunes - CRB 8/6923

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

AUTOR: BRUNO FELBERG

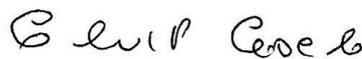
**“COMENTÁRIO ESPORTIVO NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO: A RELAÇÃO
ENTRE JORNALISTAS E EX-JOGADORES DE FUTEBOL”**



Profa. Dra. Márcia Eliane Rosa
Pontifícia Universidade Católica de Campinas - PUC



Profa. Dra. Simonetta Persichetti
Faculdade Cásper Líbero - FCL



Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho
Faculdade Cásper Líbero - FCL

Data da Defesa: 29 de novembro de 2018.

Aos meus queridos pais Ana e Marcos,
pela educação, pela formação, e por me ensinarem a sorrir sempre.

Ao meu irmão Leonardo,
pelo companheirismo e pelo sentimento de sermos eternas crianças.

À minha esposa Adriana,
pela cumplicidade, pelo amor, e por me incentivar a ser melhor a cada dia.

Aos meus avós Isaac, Sultana e Sarita,
por me fazerem lembrar do que é realmente essencial nessa vida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço ao meu orientador Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho, pela condução de toda essa trajetória do Mestrado.

Importante também citar o Prof. Dr. Dimas A. Künsch, fundamental para a definição e alinhamento do tema proposto para a dissertação.

Um obrigado especial à Prof. Dra. Simonetta Persichetti, pela ajuda em encontrar o melhor caminho para que o projeto de pesquisa tomasse o rumo certo e pela participação na banca.

À Prof. Dra. Márcia Eliane Rosa, por aceitar o convite em participar da banca e trazer ótimas sugestões para enriquecer a dissertação.

A todo o corpo docente do Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero, pelo conhecimento compartilhado durante o período do curso.

Aos companheiros de sala, pelas trocas de conhecimento, pelas discussões e pelas boas risadas.

À jornalista Juliana Daguano, pela essencial ajuda em ceder o material bruto do seu Trabalho de Conclusão de Curso, com diversas entrevistas oportunas para a minha dissertação.

E a todos os presentes neste trabalho, por terem aceitado participar e me ajudar com suas opiniões.

A sorrir eu pretendo levar a vida...

Cartola

RESUMO

Este trabalho trata do comentarista de futebol no telejornalismo esportivo. Tem por objetivo desenvolver uma discussão sobre a relação entre os jornalistas e os ex-jogadores que exercem essa função. Busca tentar compreender, a partir das experiências de cada um, como construir um diálogo produtivo entre as visões dos dois tipos de profissionais em uma transmissão televisiva. Para desenvolver o assunto, é importante destacar, previamente, o início e o crescimento do jornalismo esportivo no Brasil, assim como a construção do papel do comentarista de futebol. A estruturação do espetáculo na mídia e o entretenimento presente no telejornalismo esportivo também fazem parte dos caminhos que levam à tentativa de compreensão dessa relação entre jornalistas e ex-jogadores na função de comentarista de futebol. A condução do trabalho é feita através de pesquisa empírica, por meio de entrevistas com personagens que atuam no meio esportivo, assim como de pesquisa bibliográfica. Tem como referencial teórico Guy Debord, Pierre Bourdieu, Douglas Kellner, bem como autores que estudam o jornalismo e o telejornalismo esportivo no Brasil: José Marques de Melo, Guilherme de Rezende, Paulo Vinícius Coelho, Heródoto Barbeiro, Patrícia Rangel, Eugênio Bucci, entre outros. Os resultados esperados desta pesquisa, além do objetivo de desenvolver um debate maior sobre o futebol na televisão, seguem o caminho da compreensão. Através de uma ótica jornalística, compreender a opinião de jornalistas, ex-jogadores e executivos de emissoras de televisão, em relação ao universo do telejornalismo esportivo, com um olhar mais minucioso para a classe de comentaristas esportivos de futebol. Com esse estudo realizado, somado às considerações sobre o telejornalismo esportivo e seu desenvolvimento – principalmente no que se refere às transmissões de futebol –, será possível tentar entender qual é a função de jornalistas e ex-jogadores no comentário de transmissões de futebol. E, de forma mais valorosa, buscar compreender como ambos podem colaborar mutuamente, através de suas expertises e experiências.

Palavras-chave: Produtos midiáticos; Telejornalismo esportivo; Comentarista; Ex-jogador; Futebol; Televisão.

ABSTRACT

This work deals with the football commentator in sports telejournalism. Aims to develop a discussion about the relationship between journalists and former players who perform this function. Tries to understand, from the experiences of each one, how to construct a productive dialogue between the visions of the two types of professionals in a television broadcast. In order to develop the subject, it is important to highlight, in advance, the beginning and growth of sports journalism in Brazil, as well as the construction of the role of football commentator. The structuring of the spectacle in the media and the entertainment present in sports telejournalism are also part of the paths that lead to the attempt to understand this relationship between journalists and former players in the role of football commentator. The conduction of the work will be done through empirical research, over interviews with characters who work in the sports environment, as well as bibliographic research. It has as theoretical reference Guy Debord, Pierre Bourdieu, Douglas Kellner, as well as authors who study journalism and sports telejournalism in Brazil: José Marques de Melo, Guilherme de Rezende, Paulo Vinícius Coelho, Heródoto Barbeiro, Patrícia Rangel, Eugênio Bucci, among others. The expected results of this research, in addition to the goal of developing a larger debate about football on television, follow the path of comprehension. From a journalistic point of view, comprehend the opinion of journalists, former players and executives of television stations, regarding the universe of sports telejournalism, keeping an eye at the class of football commentators. With this study accomplished, together with the considerations on sports telejournalism and its development – especially with regard to football broadcasts –, it will be possible to try to understand the role of journalists and former players in the commentary position. In addition, more valiantly, seek to comprehend how both can collaborate with each other, through their expertise and experience.

Keywords: Media products; Sports telejournalism; Commentator; Former player; Football; Television.

SUMÁRIO

| | |
|--|-----|
| INTRODUÇÃO | 9 |
| CAPÍTULO 1: O DESENVOLVIMENTO DO TELEJORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL | |
| 1.1 - O início do noticiário esportivo impresso no Brasil | 15 |
| 1.2 - As origens das transmissões esportivas no rádio brasileiro..... | 18 |
| 1.3 - Os primeiros passos do jornalismo esportivo na televisão..... | 21 |
| 1.4 - O desenvolvimento do telejornalismo..... | 22 |
| 1.5 - A espetacularização..... | 24 |
| 1.6 - As mudanças no jornalismo..... | 28 |
| 1.7 - Telejornalismo e entretenimento..... | 30 |
| 1.8 - Futebol na TV e entretenimento..... | 35 |
| CAPÍTULO 2: O COMENTARISTA ESPORTIVO | |
| 2.1 - O surgimento do comentarista esportivo..... | 40 |
| 2.2 - A arte do comentário opinativo..... | 43 |
| 2.3 - “Achismo” x tecnologia..... | 44 |
| 2.4 - O crescente mercado para o comentarista esportivo de televisão..... | 46 |
| 2.5 - O surgimento do ex-jogador comentarista esportivo..... | 47 |
| 2.5.1 - Leônidas da Silva, o “Diamante Negro” | 47 |
| 2.5.2 - João Saldanha, o “João sem medo”..... | 50 |
| 2.6 - O interesse da televisão pelos ex-jogadores..... | 53 |
| 2.7 - Função e características do comentarista esportivo de televisão..... | 56 |
| 2.8 - Tudo pela audiência?..... | 61 |
| CAPÍTULO 3: A RELAÇÃO ENTRE O JORNALISTA E O EX-JOGADOR NOS COMENTÁRIOS | |
| 3.1 – A multiperspectividade..... | 64 |
| 3.2 – O comentarista ideal..... | 65 |
| 3.3 – Diferenciais do ex-jogador..... | 68 |
| 3.4 – Cuidados para o ex-jogador..... | 70 |
| 3.5 – Corporativismo nos comentários?..... | 73 |
| 3.6 – Diferenciais do jornalista..... | 74 |
| 3.7 – O óbvio no comentário esportivo..... | 76 |
| 3.8 – Comentário esportivo e entretenimento..... | 77 |
| 3.9 – Comentarista na TV aberta e nos canais por assinatura..... | 79 |
| 3.10 – Identificação e torcida declarada..... | 81 |
| 3.11 – Formação jornalística para comentar?..... | 83 |
| 3.12 – O caso de Juninho Pernambucano..... | 85 |
| 3.13 – A opinião dos profissionais de televisão..... | 88 |
| 3.14 – A multiperspectividade a favor dos comentários..... | 91 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 97 |
| REFERÊNCIAS | 103 |

INTRODUÇÃO

Uma transmissão esportiva de televisão é composta basicamente por um narrador, que descreve o que acontece no jogo; um comentarista, que analisa as ações praticadas pelos atletas; e um repórter, que destaca informações e curiosidades pertinentes ao evento. O objeto de estudo desta pesquisa se delimita ao comentarista de futebol, função que, tradicionalmente, era desempenhada por um profissional com formação em jornalismo. Esse cenário vem sofrendo modificações, na medida em que esses jornalistas têm acompanhado a presença de ex-jogadores no ofício de comentar as transmissões de futebol. Com o passar dos anos, esse campo de atuação cresce e se desenvolve, concedendo a esses ex-atletas a oportunidade de continuarem no meio esportivo após a aposentadoria, dividindo com os jornalistas o espaço de comentarista.

A transformação da sociedade e suas necessidades obrigam o jornalismo esportivo, e mais especificamente o telejornalismo esportivo, a realizarem modificações em sua estrutura. Novas experiências passam a ser testadas na tentativa de se buscar uma audiência que está cada vez mais migrando para o meio digital. Nessa busca para cativar o maior número possível de telespectadores, o entretenimento vem crescendo no jornalismo esportivo. A presença cada vez maior de ex-jogadores dividindo o espaço nos comentários esportivos com os jornalistas faz parte deste processo de, além de informar, tentar entreter o público.

A relação entre esses dois tipos de profissionais pode se transformar em algo benéfico e prazeroso para o telespectador, que poderá receber uma opinião jornalística, embasada em análises táticas e dados estatísticos, assim como a opinião de um ex-jogador, um especialista qualificado para falar do que realmente acontece dentro do campo, para descrever a sensação de estar participando da partida e para contar bastidores e experiências vividas por ele na época em que atuava profissionalmente. O principal desafio nessa relação é a construção de um diálogo entre eles, em que cada um consiga se expressar de forma adequada e que ambos tenham a capacidade de, juntos, transmitirem informações pertinentes, com conteúdo, e que agradem ao telespectador.

Diferentemente de outros setores do jornalismo, a televisão, e mais especificamente a área de transmissões esportivas, ainda possui um espaço considerável para crescer. As empresas que adquirem os direitos de exibição dos campeonatos conseguem reverter os custos em lucro

ao venderem para diversas empresas as cotas de publicidade. No mercado, as principais emissoras de televisão aberta são TV Globo, Record TV e TV Band (conhecida popularmente como Bandeirantes). Em relação às emissoras de TV por assinatura, as mais destacadas são SporTV, ESPN e Fox Sports. Portanto, ainda há um espaço consideravelmente favorável para que o comentarista esportivo possa exercer sua função. Justamente por ser uma área do jornalismo que ainda cresce, há relevância na pesquisa sobre a atuação desses profissionais no mercado. São diversas as discussões sobre essa função de comentarista esportivo, que está cada vez mais dividida entre jornalistas e ex-jogadores: o fator audiência, a identificação do público, a paixão envolvida no comentário, o estilo de cada profissional e, principalmente, o diálogo e o aprendizado entre eles. Nesse sentido, ao se falar de pontos de vista, pode-se levantar questionamentos, tais como: de que maneira jornalistas e ex-jogadores podem se ajudar, cada um expressando o seu ponto de vista? Por exemplo: o que esses ex-jogadores, com sua experiência prática, podem trazer de diferente dos jornalistas, ao comentarem uma partida? Ou como os jornalistas podem ajudar os ex-jogadores a se expressarem de forma simples e clara?

Este trabalho se divide em três capítulos. 1) O desenvolvimento do telejornalismo no Brasil, 2) O comentarista esportivo e 3) A relação entre o jornalista e o ex-jogador nos comentários. Para que o desenvolvimento e o entendimento da função de comentarista esportivo sejam realizados nesta dissertação, é importante destacar, mesmo que seja em um breve registro, como foi o início e o crescimento do jornalismo esportivo no Brasil. Portanto, no primeiro capítulo, ainda não aparecerá, de forma concreta, o tema da função do comentarista de futebol. Será apresentado o início do noticiário esportivo impresso no Brasil, passando posteriormente para os primeiros passos das transmissões de jogos de futebol pelo rádio, chegando até o jornalismo esportivo feito na televisão. Este, o telejornalismo, é o foco central desta pesquisa.

Para servir como base do desenvolvimento do jornalismo na imprensa brasileira, passando pelo impresso e pelo rádio até chegar à televisão, obras como: *Jornalismo brasileiro*, de José Marques de Melo; *A bola no ar – o rádio esportivo em São Paulo*, de Edileuza Soares; *Telejornalismo no Brasil*, de Guilherme de Rezende; e *O Brasil em tempo de TV*, de Eugênio Bucci, serão fundamentais para a pesquisa. Outras duas obras mais recentes sobre a imprensa brasileira também servirão de auxílio para o desenvolvimento da dissertação. *Donos do Espetáculo: histórias da imprensa esportiva brasileira*, de André Ribeiro, e *Biografia da Televisão Brasileira*, de Flávio Ricco e José Armando Vannucci. Na abordagem do jornalismo esportivo, haverá alguns autores para dialogar entre si. Da contemporaneidade, livros como

Jornalismo Esportivo, de Paulo Vinícius Coelho; e *Manual do Jornalismo Esportivo*, de Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel. Estes autores, além de tratarem da teoria e desenvolvimento dessa área do jornalismo, discutem sobre a linguagem específica utilizada no meio e escrevem sobre as dificuldades e preconceitos que jornalismo esportivo vive.

Como forma de destacar o telejornalismo, o capítulo inicial também apresentará o tema da espetacularização, isto é, como se dá a construção do espetáculo na mídia. Sendo uma sociedade voltada para o consumo, ter ex-jogadores famosos em seu elenco de comentaristas é importante para as emissoras de televisão conseguirem mais audiência, mais patrocínios e maior visibilidade, independentemente da qualidade desses ex-jogadores? Essa acumulação de espetáculos será apresentada pelo filósofo francês Guy Debord em *A sociedade do espetáculo*. O conceito de espetáculo será interpretado no contexto de seus vínculos com a Teoria Crítica da Escola de Frankfurt. Para construir esta relação, Theodor Adorno e Max Horkheimer, teóricos frankfurtianos, serão fundamentais para a dissertação. Pierre Bourdieu, sociólogo francês, também estará presente neste início da pesquisa, através da obra *Sobre a Televisão*, já que os temas da espetacularização e da televisão são abordados pelo autor de forma substancial. Para Bourdieu, a televisão se vale do espetacular com o objetivo de conquistar a atenção dos telespectadores. Ao realizar uma análise do cenário atual do telejornalismo esportivo, constata-se que as emissoras de televisão aberta têm em seu elenco apenas ex-jogadores atuando como comentaristas. Já nas emissoras de televisão por assinatura, há uma mescla entre jornalistas e ex-jogadores. Porém, cada vez mais, elas estão em busca de jogadores aposentados. Portanto, a questão da audiência abordada por Bourdieu será importante nessa fase da pesquisa.

Por fim, após apresentar teorias e pensamentos acerca do espetáculo, o capítulo um se encerrará com o tema do entretenimento, cada vez mais presente no telejornalismo. Será importante destacar as estratégias das emissoras de televisão para atrair o público, assim como exemplificar o pensamento referente à transformação do futebol em mercadoria por meio de uma linguagem do espetáculo. Neste contexto, será apresentada a expressão infotimento, que, de acordo com alguns autores, parece ser algo inevitável na televisão. Uma tendência da mídia contemporânea que deve ser considerada conforme as transformações culturais de nosso tempo, ou seja, da sociedade do espetáculo. Enquanto nova face do telejornalismo, o infotimento redimensiona os valores clássicos da profissão, como o interesse público, a objetividade, a atualidade, a independência, a legitimidade e, principalmente, a credibilidade. Desta forma, com uma breve apresentação dos temas acima citados, será possível destacar, com maior

profundidade, a função do comentarista esportivo de futebol e sua relação com os ex-jogadores, cada vez mais presentes neste mercado.

No segundo capítulo, a proposta é que a função de comentarista esportivo de futebol na televisão seja aprofundada. Desde uma breve passagem pelo surgimento dessa categoria, no rádio esportivo, até os dias atuais, em que jornalistas e ex-jogadores de futebol dividem essa ocupação nas transmissões de televisão. Para um melhor embasamento deste tema, haverá um detalhamento sobre o crescimento do mercado para a função de comentarista, através, por exemplo, dos direitos de transmissão e da necessidade dos detentores de sublicenciá-los para outras emissoras. A consequência disso é que todas as emissoras de televisão por assinatura têm a possibilidade de exibir os principais torneios de futebol do Brasil e do mundo. Ao detalhar esse crescimento no mercado do comentário esportivo, será importante introduzir a questão da entrada dos ex-jogadores de futebol no meio jornalístico, a partir de exemplos como Leônidas da Silva e João Saldanha, dois dos precursores dessa atividade no Brasil. Como referencial teórico, as obras *João Saldanha: sobre nuvens de fantasia*, de João Máximo; e *Leônidas da Silva – o Diamante eterno*, de André Ribeiro, são obrigatórias no momento em que se falará dos primórdios do comentário esportivo praticado por ex-jogadores. Além disso, livros previamente citados terão importância fundamental no debate do jornalismo esportivo. Casos de *Jornalismo Esportivo*, de Paulo Vinícius Coelho; e *Manual do Jornalismo Esportivo*, de Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel.

O capítulo dois também retomará temas do capítulo anterior. Esse resgate se deve à necessidade de relacionar o assunto ao fato da inclusão de ex-jogadores no mercado do comentário esportivo de televisão. Um dos questionamentos propostos para esta parte da dissertação é: estariam as emissoras de televisão padronizando os ex-jogadores, transformando-os em mercadoria, com o objetivo principal de gerar lucro (ou, no caso, audiência), explorando a imagem deles? O segundo capítulo também já iniciará uma abordagem de pontos que serão mais bem trabalhados no capítulo três, sobre as funções e as características dos comentaristas esportivos.

No terceiro e último capítulo da dissertação, será o momento de se aprofundar na relação entre o jornalista e o ex-jogador. Como se dá a relação entre eles no exercício da função de comentarista de futebol de televisão, no sentido de se construir um diálogo produtivo entre as possíveis visões desses dois tipos de profissionais? Para introduzir e servir como base da

discussão, será utilizada a noção da multiperspectividade, do filósofo Douglas Kellner em *A cultura da mídia*. O autor se inspira no perspectivismo de Friedrich Nietzsche, segundo o qual toda interpretação é necessariamente mediada pela perspectiva de quem a faz, trazendo pressupostos, valores, preconceitos e limitações. Kellner adverte que mais não significa melhor, mas que, indubitavelmente, frente a um número maior de pontos de vista, aumentam as possibilidades de um melhor entendimento.

Outras questões que serão abordadas, na tentativa de compreender essa relação: Qual a opinião dos jornalistas sobre essa inserção dos ex-jogadores no meio jornalístico? Há diferenças na forma em que as emissoras de televisão aberta e por assinatura enxergam a profissão de comentarista esportivo? Qual a importância dada para a identificação que o ex-jogador possui com o público, no momento em que se contrata e se escala esse profissional? Quais as principais características de cada um, no sentido de trocar expertises? O jornalista com sua visão e análise embasada em estudos e estatísticas, e o ex-jogador com sua visão de quem atuou profissionalmente e tem conhecimento prático do que acontece dentro do campo de jogo. O desenvolvimento do capítulo três se dará através da pesquisa empírica, recolhendo depoimentos a partir de entrevistas com fontes diretas (jornalistas, ex-jogadores e especialistas) que vivenciaram e têm conhecimento sobre o tema, enriquecendo-o e transformando-o em algo que seja compreensivo para o leitor.

Esta pesquisa se concentra no telejornalismo esportivo e tem como principal objetivo desenvolver um pensamento a respeito da relação entre o jornalista que exerce a função de comentarista e os ex-jogadores de futebol, que estão cada vez mais inseridos neste meio ao terminarem suas carreiras profissionais. Além da relação entre eles, busca-se compreender o porquê desses ex-jogadores escolherem essa função e como os jornalistas enxergam a situação, além de discutir os motivos pelos quais as emissoras de televisão buscam esses ex-jogadores no mercado e como elas – emissoras – lidam com essa relação.

A principal pergunta que se pretende responder nesta dissertação de mestrado é: como se dá a relação entre jornalistas e ex-jogadores no exercício da função de comentarista de futebol de televisão, no sentido de se construir um diálogo produtivo entre as possíveis visões desses dois tipos de profissionais? Espera-se que este trabalho seja importante para desenvolver um

debate maior sobre o futebol na televisão e, principalmente, sobre as particularidades da função de comentarista esportivo.

CAPÍTULO 1

O DESENVOLVIMENTO DO TELEJORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL

1.1 - O INÍCIO DO NOTICIÁRIO ESPORTIVO IMPRESSO NO BRASIL

No livro *Jornal, História e Técnica* (1990), o pesquisador Juarez Bahia sugere que “o jornalismo esportivo ter-se-ia iniciado em 1856 com O Atleta, que difunde ensinamentos para o aprimoramento físico dos habitantes do Rio de Janeiro” (BAHIA, 1990, p. 152-153). Em 1886, começaria a circular em São Paulo o *Sport*, com título e ortografia em inglês, trazendo conceitos científicos sobre físico e mente.

Nestes primeiros anos do jornalismo esportivo, “ganhavam maior espaço esportes que hoje tem pouco destaque na mídia, como críquete, turfe, remo e ciclismo” (RIBEIRO, 2007, p.19). O jornal Correio Paulistano, por exemplo, dedicava apenas uma coluna do periódico para o futebol, enquanto o turfe recebia duas. Aos poucos, a história começaria a mudar e o futebol ganharia notoriedade, principalmente, por intermédio do jornalista Mário Cardim, que trabalhava no jornal O Estado de São Paulo e que “se tornaria nas duas décadas iniciais do século XX a principal figura da imprensa esportiva brasileira” (RIBEIRO, 2007, p. 20). Em 1901, Cardim conseguiu convencer a redação do jornal a cobrir duas partidas de futebol entre paulistas e cariocas, em São Paulo.

[...] escreveu sobre os dois empates ocorridos no campo do SPAC, na região central da cidade, time em que Charles Miller jogava. Falou da presença de ‘distintas famílias’ e enalteceu a qualidade técnica dos jogadores cariocas, uma grata surpresa para os paulistas, que se imaginavam superiores (RIBEIRO, 2007, p. 25).

O jornalista Paulo Vinicius Coelho, autor de *Jornalismo Esportivo* (2003), relata que, em 1910, época em que o futebol ainda não despertava tanto interesse na população, o jornal Fanfulla fazia divulgações do noticiário esportivo – e principalmente do futebol – em relatos de página inteira.

Não se tratava de periódico voltado para as elites, não formava opinião, mas atingia um público cada vez mais numeroso na São Paulo da época: os italianos. Um aviso não muito pretensioso de uma das edições chamava-os a fundar um clube de futebol. Foi assim que nasceu o Palestra Itália, que se tornaria Palmeiras, décadas mais tarde (COELHO, 2003, p. 8).

Na primeira metade da década de 1920, com o aumento constante do interesse pelo futebol por parte da população, os jornais começaram a destacar fotos e notícias da modalidade nas primeiras páginas. Foi também o período do surgimento da Associação dos Cronistas Esportivos, na cidade de São Paulo. Na segunda metade da década de 1920, teria início um processo de ordenamento do esporte nas páginas dos jornais impressos. Até então, os acontecimentos esportivos apareciam, na maior parte das vezes, espalhados em meio a assuntos diversos, sem distinção dos temas e dos responsáveis por escrever as reportagens. Segundo o antropólogo Luiz Henrique de Toledo, é neste período que a cobertura esportiva começaria a ganhar um maior espaço. Mais precisamente no jornal *Crítica*, do Rio de Janeiro. Antes mesmo de o futebol ter sido profissionalizado, foi atribuída ao jornalista Mário Filho “a reinvenção da crônica esportiva brasileira, por volta de 1926” (TOLEDO, 2000, p. 175).

Mário e, posteriormente, seu irmão Nelson Rodrigues, despontaram como “intérpretes de um futebol visto sob o ponto de vista da paixão, comprometidos com a narrativa menos tecnicista, [...] cujas crônicas esportivas imortalizaram frases e expressões populares” (TOLEDO, 2000, p. 177), “Tanto que alguns jogos ruins ou violentos podiam virar quase um romance nas linhas desses periódicos” (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 55). Sobre Nelson Rodrigues, Paulo Vinicius Coelho afirma que:

As crônicas de Nelson Rodrigues motivavam o torcedor a ir ao estádio para o jogo seguinte e, especialmente, a ver seu ídolo em campo. A dramaticidade servia para aumentar a idolatria em relação a este ou àquele jogador. Seres mortais alçados da noite para o dia à condição de semideuses (COELHO, 2003, p. 17).

Sobre Mário Filho, o autor André Ribeiro, da obra *Os Donos do espetáculo: Histórias da imprensa esportiva no Brasil* (2007), afirma que o tom de dramaticidade no texto do jornalista aproximou os torcedores dos clubes e dos jogadores.

A inteligência de seus textos brotava de duas fontes bem distintas. Mário frequentava os estádios, sentia de perto as emoções do espetáculo, e ao mesmo tempo aprimorava os conhecimentos na roda de intelectuais que se encontravam assiduamente no Café Nice ou na livraria José Olympio (RIBEIRO, 2007, p. 74).

Através de Mário Filho, o jornalismo esportivo alcançaria uma nova importância. Como responsável pela editoria de esportes do jornal *O Globo*, do Rio de Janeiro, o jornalista, além de interferir nos textos dos funcionários, estabelecia uma nova visão no conteúdo jornalístico.

Jogadores passaram a ser endeusados, especialmente os negros. Nos bastidores, Mário criava uma rede de informações poderosa. O prestígio do cargo ocupado em O Globo permitia contato direto com fontes preciosas, principalmente dos dirigentes esportivos (RIBEIRO, 2007, p. 75).

Mesmo ainda não existindo de forma profissional, via-se em Mário Filho características próprias de um comentarista esportivo, profissão que surgiria apenas no rádio, posteriormente. Ainda que não fosse de forma clara, o jornalista conseguia, por meio de seus textos, criar algo que apareceria apenas anos mais tarde, através dos comentaristas esportivos do rádio e da televisão: a identificação com o público que se interessava pelo noticiário esportivo da época.

Na década de 1930, com o futebol cada vez mais inserido no dia a dia da sociedade brasileira, já se visualizava uma mudança no noticiário esportivo impresso. Começava-se a ver uma seção dos jornais dedicada apenas ao esporte. Nela, aos poucos, as notícias de futebol substituíam os assuntos relacionados ao remo e ao turfe, que, como citado anteriormente, dominavam o noticiário esportivo desde o início do século XX. Paulo Vinicius Coelho cita que, nesse contexto do noticiário esportivo especializado, a cidade do Rio de Janeiro se destacava. “Foi nos anos 30 que nasceu, no Rio de Janeiro, o primeiro diário exclusivamente dedicado aos esportes no país: O Jornal dos Sports” (COELHO, 2003, p. 9).

O Jornal dos Sports surgiu em 1931 pelas mãos de dois homens que já transitavam pelo jornalismo esportivo do Rio de Janeiro: o jornalista Argemiro Bulcão, que já dirigia o Rio Esportivo, publicação especializada que era vendida em dois dias da semana nas bancas de jornais, e Ozéas Mota, empresário do setor gráfico e responsável pela oficina onde o próprio Rio Esportivo era impresso. O jornal, que até então seguia o padrão preto e branco dos principais periódicos da época, seria inovador no Brasil, adotando o que se tornaria sua marca registrada: o papel cor de rosa, uma inspiração no jornal francês *L'Auto*. O motivo pela cor, inicialmente devido à economia na impressão dos exemplares, tornou-se uma eficiente jogada de marketing.

Em 1941, uma década após seu lançamento, surgiriam no Jornal dos Sports jornalistas que passariam a redigir crônicas autorais e subjetivas no âmbito esportivo. Seria uma estratégia para concorrer com o rádio, que já estava inserido no dia a dia da sociedade brasileira. A narrativa se transformava em função de novas formas de percepção dos jogos de futebol.

As inserções dos jornalistas e de seus respectivos jornais na forma de narrar a notícia de forma opinativa e, por vezes, ficcional, é uma característica dos anos 30, com participação fundamental do Jornal dos Sports neste processo. Tal processo incluiria a elaboração de editoriais opinativos e, posteriormente, na década de 1940, no caso do JS, da consolidação das crônicas de escritores que exploravam a ficção (COUTO, 2011, p. 131).

Na década de 1940, os clubes mais tradicionais do Rio de Janeiro (Flamengo, Vasco da Gama, Fluminense e Botafogo) passariam a ter colunas fixas no jornal. Essa estratégia adequava-se ao estilo de cobertura jornalística que o Jornal dos Sports desejava desempenhar no dia a dia do futebol carioca, aproximando o leitor dos atletas por meio de entrevistas, fotos, caricaturas, manchetes sensacionalistas e, principalmente, crônicas.

A cidade de São Paulo também aparecia com destaque, em relação ao crescimento do noticiário esportivo impresso. Através dos esforços do jornalista Cásper Líbero, A Gazeta Esportiva, suplemento de esportes do jornal A Gazeta, circulou pela primeira vez em 1928. Em um primeiro momento, o noticiário esportivo aparecia apenas às segundas-feiras. Anos depois, em 1941, a seção esportiva também passou a circular aos sábados. E em 1947, A Gazeta Esportiva tornar-se-ia um jornal diário, totalmente dedicado aos esportes.¹

1.2 - AS ORIGENS DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS NO RÁDIO BRASILEIRO

O radiojornalismo esportivo teve seu surgimento na década de 1930. De acordo com Edileuza Soares, autora do livro *A Bola no Ar: o rádio esportivo em São Paulo* (1994), a primeira transmissão integral de uma partida de futebol aconteceu em 1931, na Rádio Sociedade Educadora Paulista, através do locutor Nicolau Tuma, conhecido como “*speaker metralhadora*”, devido á rapidez de sua narração. Foi a partida entre as seleções de jogadores de São Paulo e do Paraná. O crescimento das transmissões de futebol pelo rádio aconteceu na mesma época da profissionalização da modalidade no Brasil, em 1933.

Em rede nacional, a primeira transmissão esportiva foi realizada pelo locutor Gagliano Neto, através da Rádio Clube do Brasil, do Rio de Janeiro. Segundo Reynaldo Tavares, autor de *Histórias que o rádio não contou* (1999), a rádio fez a cobertura da Copa do Mundo da

¹ Disponível em: <<https://www.gazetaesportiva.com/especiais/como-nasceu-o-mais-completo>>

França, em 1938. No artigo *França 1938, III Copa do Mundo: o rádio brasileiro estava lá* (2000), a professora Gisela Ortriwano detalha as dificuldades técnicas para transmitir, pela primeira vez, direto da Europa, a Copa do Mundo de futebol. Segundo a pesquisadora da Universidade de São Paulo (USP), o evento parou o Brasil. As pessoas, em suas residências ou aglomeradas em locais públicos, ouviam as narrações das partidas em um momento que “havia muito charme e glamour nas irradiações esportivas” (ORTRIWANO, 2000, p. 8).

O rádio esportivo, principalmente quando se refere ao futebol, sempre foi um espetáculo à parte, uma recriação do que ocorre em campo. É um novo *show* do qual, além dos jogadores e do trio de arbitragem, participam as equipes esportivas, verdadeiros artistas na arte da criação de imagens e no estabelecimento de diálogos mentais com seus ouvintes (ORTRIWANO, 2000, p. 9).

O pensamento de Ortriwano vai ao encontro da reflexão do jornalista Armando Nogueira. Em entrevista publicada no livro *País da TV: a história da televisão brasileira* (2001), de Gonçalo Junior, Nogueira, que dedicou 60 anos de sua vida ao jornalismo, relembra a fase criativa das transmissões de futebol pelo rádio.

Se observarmos o rádio, sobretudo nos tempos românticos do futebol, a bola, quando não entrava no gol, passava sempre raspando ou tirando tinta da trave. Não era bem verdade, mas pouco importava que não fosse. Era aquilo que você queria ouvir para se emocionar com o lance (JUNIOR, 2001, p. 23).²

Criação, espetáculo, show e emoção. Características citadas por Ortriwano e Nogueira, que estavam cada vez mais presentes nos chamados *speakers*, os locutores de rádio. Na década de 1940, as emissoras radiofônicas passaram a formar profissionais com esse perfil, de criar um espetáculo e transmitir emoção ao ouvinte. No Rio de Janeiro, uma das referências surgidas na época foi Ary Barroso, que tinha como marca registrada tocar uma pequena gaita para complementar o grito de gol. Outra particularidade do locutor era sua parcialidade a favor do Flamengo, clube popular da cidade. Diferentemente do cenário atual do jornalismo esportivo, em que os jornalistas evitam divulgar publicamente suas preferências clubísticas, Barroso não só divulgava, como também explicitava o fato em suas narrações.

Na mesma época de Ary Barroso, surgiram outros nomes que marcaram época no rádio esportivo brasileiro. Narradores como Jorge Curi, Valdo Abreu e Oduvaldo Cozzi são exemplos de profissionais que utilizavam uma linguagem poética e criativa que cativava o ouvinte,

² Entrevista com o jornalista Armando Nogueira, concedida ao jornalista Gonçalo Junior, autor do livro *País da TV: a história da televisão brasileira* (2001).

utilizando-se de metáforas para despertar a imaginação das pessoas. Diferentemente desse estilo carioca, os radialistas paulistanos preferiam seguir uma linha mais objetiva e técnica, descrevendo cada jogada. Em 1942, na Rádio Record, Geraldo José de Almeida lançaria esse estilo da narrativa detalhada. Outros nomes que se destacaram no rádio esportivo de São Paulo foram os narradores Pedro Luiz e Blota Júnior.

Alguns anos depois, um nome específico ganhou destaque no rádio, pois encontrou uma forma de unir o estilo poético carioca com a objetividade paulistana. O narrador Fiori Gigliotti notabilizou-se pelo emprego de bordões que são copiados na atualidade por narradores de futebol. Frases como “Abrem-se as cortinas e começa o espetáculo”, para destacar o início de uma partida; e “Fecham-se as cortinas e termina o espetáculo”, para destacar o fim do jogo, eram expressões utilizadas por Gigliotti e que são lembradas até os dias atuais.

De acordo com Edileuza Soares (1994), a rádio Panamericana foi a primeira emissora brasileira a se especializar na transmissão esportiva, em 1944. Dois anos depois, em 1946, ela foi vendida ao empresário Paulo Machado de Carvalho, que tinha o objetivo de incorporá-la ao grupo de emissoras de rádio que possuía, destacando-a como a emissora de esportes. O primeiro time da rádio seria composto por nomes como Pedro Luís, Mário Moraes e Blota Júnior. Havia também a presença do jornalista Flávio Iazetti, incumbido de analisar a atuação do árbitro do jogo. Mesmo não sendo algo difundido na época, já se notava neste modelo o papel de um comentarista, que teria a função apenas de analisar fatos, sem o objetivo de comentar os lances do jogo.

Esses radialistas faziam parte do primeiro departamento esportivo do rádio no Brasil. Até então, as emissoras de rádio não contavam com uma estrutura organizada na área esportiva. Em entrevista à jornalista Edileuza Soares, o narrador Pedro Luís reconheceu o paralelismo entre os desenvolvimentos do futebol e do radiojornalismo esportivo.

Nós fomos sentindo, com a evolução do futebol e do rádio esportivo, que havia necessidade de se constituírem equipes de outros setores e de organizar um conjunto que facilitasse a vida do locutor e pudesse valorizar o seu trabalho. Começamos com a colocação de um repórter em campo e um comentarista. Depois aumentamos a equipe de um campo só: tínhamos um homem para abrir as transmissões, um outro para a narração principal, dois repórteres de campo e um plantão esportivo. Completada a equipe de um campo só, passamos a frequentar outros estádios e completávamos o serviço jornalístico e informativo com locutores em outros postos.

Foi aí que nasceu o espírito de equipe no rádio esportivo, aumentando o campo de trabalho e valorizando o profissional do setor (SOARES, 1994, p. 40).³

Pedro Luis citou a presença de um comentarista na equipe da rádio. Essa função será desenvolvida com mais profundidade nos capítulos dois e três desta dissertação, mas faz sentido introduzi-la neste momento para citar o nome de Mário Moraes, que formava com Pedro Luis uma das principais duplas do rádio esportivo brasileiro. A Rádio Panamericana elevou a responsabilidade do comentarista nas transmissões, concedendo a ele tanto destaque quanto ao narrador. E essa importância foi absorvida por Mário Moraes, principalmente pela objetividade de seus comentários.

De acordo com Soares, outra dupla que construiu afinidade no ar foi Geraldo José de Almeida e Blota Júnior. Em 1943, ao se transferir da Rádio Cruzeiro do Sul, onde trabalhava como narrador, para a Rádio Record, Blota Júnior, que já havia tentado implementar esta ideia anteriormente, decidiu transformar-se em comentarista. “Eu assumo o fato de ter criado uma nova modalidade de comentário esportivo, em que eu preenchia todo o espaço do intervalo com os meus comentários do jogo, com crítica sobre os jogadores, os melhores, os piores, como foi a atuação do juiz” (SOARES, 1994, p. 48).

1.3 - OS PRIMEIROS PASSOS DO JORNALISMO ESPORTIVO NA TELEVISÃO

A década de 1950 foi o momento em que a comunicação ganharia novos rumos, com a chegada da televisão no Brasil. No dia 18 de setembro de 1950, o dinamismo do jornalista e empresário Assis Chateaubriand deu um novo símbolo para o País, através da inauguração da TV Tupi, de São Paulo. De acordo com Guilherme de Rezende, no livro *Telejornalismo no Brasil* (2000), o primeiro telejornal brasileiro – Imagens do Dia – foi ao ar dois dias depois do nascimento da televisão no Brasil. No entanto, o telejornal mais marcante daquela década foi o Repórter Esso, criado em 1952, na própria TV Tupi.

Ao citar especificamente o futebol, quem iria fazer a primeira transmissão ao vivo de uma partida, na televisão, seria a Rede Record. No dia 18 de setembro de 1955, data de aniversário de cinco anos da TV no Brasil, a emissora transmitiu o clássico paulista Santos 3 x

³ Entrevista com o jornalista Pedro Luís, concedida à jornalista Edileuza Soares, autora do livro *A Bola no Ar: o rádio esportivo em São Paulo* (1994)

1 Palmeiras, no Estádio da Vila Belmiro, em Santos. A Rede Record foi fundada pelo empresário Paulo Machado de Carvalho, que teve sua biografia escrita por Tom Cardoso e Roberto Rockmann. Em *O Marechal da Vitória* (2005), os autores relatam detalhes do pioneirismo da emissora.

No gramado, a equipe da Record fazia milagres para agradar o chefe. O repórter de campo não tinha retorno na base – só sabia a hora de entrar no ar depois que o motorista do ônibus de externas da emissora, Geraldo Campos, acenava com a mão para Silvio Luiz iniciar as entrevistas. Durante a partida, dois fotógrafos, cada um atrás de um gol, registravam os lances mais perigosos e polêmicos. No começo do intervalo corriam para revelar as fotos que minutos depois eram exibidas na televisão. Era replay caseiro inventado pelos diretores de TV, Tuta e Salvador Tredice, o Dodô (CARDOSO E ROCKMANN, 2005, p. 133-134).

1.4 - O DESENVOLVIMENTO DO TELEJORNALISMO

O jornalismo televisivo possui alguns elementos fundamentais que o diferem do jornalismo praticado por outros meios de comunicação. Na televisão, linguagem, tempo e ritmo devem seguir regras e procedimentos específicos. Uma das principais características do telejornalismo é a clareza.

A informação precisa chegar ao seu destino sem tropeços. Ao ser divulgada, não pode se tornar um jogo de palavras. A notícia não tem finalidade lúdica. O jornalista não brinca com o texto e não tenta produzir efeitos ou criar alguma mística ao redor do fato; simplesmente apresenta a notícia. O público não tem tempo para decifrar charadas e se deleitar – ou não – com estilos de escrita de redatores de televisão (CURADO, 2002, p. 20).

Na televisão, não existe a possibilidade de o telespectador receber a informação por escrito para que possa ler e reler até compreendê-la. Por isso, a clareza é fundamental. De acordo com Maury Green (1973), a clareza pressupõe quatro elementos: a brevidade do relato (o jornalista deve organizar o texto e/ou pensamento mentalmente); o uso de metáforas (acontecimentos complicados que podem ser explicados de forma mais fácil por analogias); o caráter de conversação (embora respeite a correção gramatical, a linguagem da televisão se aproxima daquela falada no dia a dia pela sociedade); e o equilíbrio entre texto e/ou fala e imagem. “*La imagen tira del corazón, las palabras estimulan la mente. Este contrapunto es la clave de algunas de las mejores redacciones en televisión*” (GREEN, 1973, p. 102).⁴

⁴ “A imagem fala ao coração, as palavras estimulam a mente. Esse contraponto é a chave de algumas das melhores redações de televisão” (tradução livre).

Outra característica primordial no telejornalismo é a precisão. De acordo com a jornalista Olga Curado, “precisão é mais do que ter fatos corretos. A reportagem será, no conjunto, o espelho da verdade” (CURADO, 2002, p. 21). Para ser preciso, é fundamental saber a origem das informações. No jornalismo televisivo, tudo o que for obtido junto às fontes será apurado e, só após esse trabalho concluído, será divulgado. Um outro elemento fundamental é a imparcialidade. Não cabe ao jornalista somente ouvir a maior parte das versões de um acontecimento. É preciso investigar os fatos. “Cabe à reportagem apresentar dados e não facilmente confrontar opiniões na ilusória e ineficiente demonstração de imparcialidade” (CURADO, 2002, p. 22).

Portanto, clareza, precisão e imparcialidade são aspectos essenciais para se praticar o telejornalismo. Mas nenhuma dessas características será útil na prática do jornalismo televisivo se não houver a imagem. “Não é que a imagem valha mais que mil palavras: a imagem organiza as palavras, e passa a ser uma instância do discurso e do pensamento. No telejornalismo, o que não rende imagem não rende notícia” (BUCCI, 2000, p. 144).

Outro fator que auxilia na construção de uma notícia jornalística é estar no local do acontecimento. O aspecto presencial cria uma sinergia entre o jornalista, o fato em si e o telespectador, que consegue se imaginar participando daquela determinada ação. Nos últimos anos, os avanços dos recursos tecnológicos têm aumentado esse sentimento de presença do telespectador, através da facilidade dos jornalistas em estarem ao vivo no momento e no local dos acontecimentos. O fator da imprevisibilidade pode também proporcionar às pessoas uma emoção difícil de ser controlada, pois:

[...] oferece a ‘prova da imagem’ em movimento como o próprio acontecimento, o enquadramento referencial da palavra e da ligação com o espaço e o tempo-transmissão direta. Esses três componentes tornam a televisão o grande documento do cotidiano. A imagem em movimento tem o dinamismo da vida, a perfeita sincronização do acontecimento. As pessoas andam, falam, tropeçam na tela como na realidade. Sendo ao vivo ou um registro imediato de um acontecimento, a TV ganha um altíssimo grau de veracidade, de poder referencial (MORÁN, 1986, p. 21).

Morán fala em poder referencial. Considerando que a televisão se tornou uma referência entre os meios de comunicação, Ramonet registra que:

[...] Se a televisão assim se impôs, foi não só porque ela apresenta um espetáculo, mas também porque ela se tornou um meio de informação mais rápido do que os outros, tecnologicamente apta, desde o fim dos anos 80, pelo sinal de satélites, a transmitir imagens instantaneamente, à velocidade da luz. Tomando a dianteira na hierarquia da mídia, a televisão impõe aos outros meios de informação suas próprias perversões, em primeiro lugar com seu fascínio pela imagem. E com esta ideia básica: só o visível merece informação; o que não é visível e não tem imagem não é televisável, portanto não existe midiaticamente (RAMONET, 1999, p. 26-27).

1.5 - A ESPETACULARIZAÇÃO

Como citado anteriormente, clareza, precisão, imparcialidade e imagem são elementos obrigatórios para a prática do telejornalismo. Há também um fator muitas vezes presente e nem sempre bem-vindo: a espetacularização. O jornalista e sociólogo *Ciro Marcondes Filho* (2009) situa os primeiros usos deste termo na década de 1920, nos círculos intelectuais alemães. A popularização do termo apresentou-se apenas na década de 1960, através do filósofo francês *Guy Debord* na obra *A Sociedade do Espetáculo* (1967), tida como marco histórico da então nascente Pós-Modernidade.

[...] a derivação teórica que propõe Debord diz respeito à sua percepção de que a lógica da mercadoria havia se deslocado dos domínios restritos da produção e se estendia a várias dimensões da vida social, tornando-se o espetáculo ‘modelo atual da vida dominante na sociedade’ e implicando, como resultado e projeto deste novo sistema produtivo, que ‘tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação’. Degradação do ser, o espetáculo seria a afirmação derradeira da vida humana como aparência (MARCONDES FILHO, 2009, p. 88).

De acordo com o professor *Claudio Coelho*, o conceito de espetáculo deve ser interpretado no contexto de seus vínculos com a Teoria Crítica da Escola de Frankfurt. Para *Coelho*, “Debord busca a compreensão de um momento específico da sociedade capitalista, quando a lógica mercantil está presente em todas as dimensões da vida social (esse também era o projeto frankfurtiano)” (COELHO, 2006, p. 16). A ligação da obra de Debord com o desenvolvimento do capitalismo é tão sólida, que o escritor francês ressaltava que o grau de espetacularização de uma sociedade é diretamente proporcional ao seu poder de consumo. Para Debord, como argumenta *Coelho*, “o mundo inteiramente dominado pela economia é o mundo espetacularizado: a representação da realidade aparece como realidade separada”. Em outras palavras, “as relações mercantis são a única forma de relação social possível” (COELHO, 2006, p. 16).

Ganha destaque, então, a ideia de representação, tema primordial da obra *A Sociedade do Espetáculo* (1967), assim como a noção de que o espetáculo não é somente parte da sociedade, mas a própria sociedade. “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 9). Portanto, na era do espetáculo, cabem aos meios de comunicação a função de mediatizar, através de imagens, as relações pessoais. O espetáculo, para Debord, não é uma tendência e tampouco um fenômeno superado. É, pelo contrário, “o sentido da prática total de uma formação econômico-social, o seu emprego do tempo. É o momento histórico que nos contém” (DEBORD, 1997, p. 11). Nesse momento histórico, de acordo com Coelho (2006), a alienação não é superada. Pelo contrário, ela é alçada a um patamar superior.

A vida humana, portanto, é reduzida à aparência. Com as relações sociais moldadas e mediatizadas por imagens e representações, o ser humano deixa de ser o sujeito da própria história e passa a ser submisso aos espetáculos consumistas. “Não vemos, não percebemos, é diário e contínuo. São várias dimensões: quando divulgamos ideias, notícias, produtos, imagens, estamos produzindo espetáculo” (PATIAS, 2006, p. 91). Consequentemente, o jornalismo, atividade profissional que tem por objetivo refletir a sociedade nos meios de comunicação, passa a ser a lupa desse processo de espetacularização, como destaca o sociólogo francês Dominique Wolton (2006). Torna-se frequente a simplificação exagerada. Enquanto mercadoria, a informação deve atingir a todos os públicos da mesma forma que um produto colocado nas prateleiras de uma loja deve encontrar o maior número possível de compradores.

Sob o pretexto de clareza para o grande número, tudo acaba sendo simplificado. Chegando às vezes à caricatura, a forma suplanta o conteúdo. Ganha quem for mais rápido na invenção das frases curtas e das fórmulas. A simplificação, primeira lei da democracia, torna-se paródia desta: não se deve correr o risco de entediar o espectador, como se este fosse [...] desprovido de sutileza (WOLTON, 2006, p. 60).

O jornalismo, assim como a vida, torna-se um prolongamento do espetáculo. Até mesmo eventos corriqueiros da sociedade ganham uma dimensão sensacional. “As eleições despertam coberturas espetaculares, como se fossem cerimônias de abertura de Jogos Olímpicos” (BUCCI, 2000, p. 193). Para o jornalista Eugênio Bucci, os profissionais dos meios de comunicação não estão à parte desse processo. Pelo contrário, “quase sempre trabalham para promover a aproximação entre o público e o show: eles mesmos são animadores do show, qualquer que seja o assunto” (BUCCI, 2000, p. 193). Este é o mundo contemporâneo, em que “tudo, da política

aos medicamentos, do turismo aos planos de saúde, converge para o espetáculo” (BUCCI, 2000, p. 193).

Desde a publicação da obra de Debord, em 1967, até os dias atuais, a cultura do espetáculo se estendeu para todas as áreas. A indústria do entretenimento, ainda embrionária na década de 1940, quando foi identificada pelos teóricos frankfurtianos, passou a comandar a mídia. Nesse contexto, enquanto meio de comunicação dependente da imagem e com necessidade de conteúdos que atraiam a atenção do público, a televisão se tornou o meio por excelência da espetacularização e dos acontecimentos que Roland Barthes (1964) denominou *fait divers*.

Segundo o professor Roberto Ramos, o *fait divers* “mimetiza conflitos cravados na causalidade e na coincidência” e “interpela o receptor pelos tentáculos da emoção, independentemente de seu estilo jornalístico” (RAMOS, 2011, p. 124-125). A presença desse tipo de narrativa, de acordo com o jornalista e sociólogo Muniz Sodré, revela o primeiro exemplo histórico da dramatização do fato pela imprensa.

Na notícia ‘médico estrangula a cliente com estetoscópio’, a anomalia está no absurdo da causa, violentamente desviada de seu compromisso ético-social com a cura; já em ‘comerciante assaltado quarenta vezes’, a extraordinária repetição do acontecimento sugere certo ordenamento para o acaso (SODRÉ, 1996, p. 134).

Segundo Sodré (1996), o *fait divers*, assim como o romance, contém um saber que se basta e se encerra em si mesmo. Para compreendê-lo, não é preciso dispor de informações adicionais, como se faz necessário, muitas vezes, com as notícias de política, economia ou esporte. Sob essa perspectiva, essa narrativa se aproxima do folhetim na medida em que, na Pós-Modernidade, a sociedade se privatiza. Recolhido a sua individualidade, o sujeito delega a terceiros a possibilidade de realizar os seus próprios desejos. “Instala-se aí o germe da sociedade do espetáculo contemporânea” (SODRÉ, 1996, p. 134-135).

Se a denominação *fait divers* se refere ao sensacionalismo da mídia, outro conceito relevante, o de fatos *omnibus*, diz respeito à proliferação dos conteúdos de amenidades nos meios de comunicação. De acordo com o sociólogo francês Pierre Bourdieu, autor de *Sobre a Televisão* (1997), *omnibus* são acontecimentos supérfluos.

[...] são fatos que, como se diz, não devem chocar ninguém, que não envolvem disputa, que não dividem, que formam consenso, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada de importante. As notícias de variedades consistem nessa espécie elementar, rudimentar, da informação que é muito importante porque interessa a todo mundo sem ter consequências e porque ocupa tempo que poderia ser empregado para dizer outra coisa (BOURDIEU, 1997, p. 23).

Segundo Bourdieu, para preencher o precioso tempo do qual dispõe, a televisão se vale do espetacular com o objetivo de conquistar a atenção dos telespectadores.

Ora, o tempo é algo extremamente raro na televisão. E se minutos tão preciosos são empregados para dizer coisas tão fúteis, é que essas coisas tão fúteis são de fato muito importantes na medida em que ocultam coisas preciosas. [...] ao insistir nas variedades, preenchendo esse tempo raro com o vazio, com nada ou quase nada, afastam-se as informações pertinentes que deveria possuir o cidadão para exercer seus direitos democráticos (BOURDIEU, 1997, p. 23-24).

Enquanto estratégia para a captação da atenção dos telespectadores, a espetacularização levada ao extremo revela, ainda, outra face da televisão: a pressão pelos índices de audiência. No caso do telejornalismo, perde importância a notícia ou a maneira pela qual ela será abordada. O que interessa são os números de audiência. Para Marcondes Filho, mais do que as características intrínsecas da televisão, o que determina que o jornalismo desse meio tente se assemelhar mais a uma espécie de “show da vida” é a lógica das regras de produção.

No que se refere ao mercado, quando se trata de vender mais, de ganhar mais pontos de audiência, o proprietário da TV pode não se importar com o que é transmitido; vale tudo, quando se trata de realizar sua mercadoria, seu valor de troca. Nesse sentido, tudo pode ser comercializável. Todas as notícias, mesmo que sejam anticapitalistas, funcionam para vender e garantir o lucro, na lógica dos interesses a curto prazo (MARCONDES FILHO, 2009, p. 130).

Quem comanda é o mercado, como também assinala Bourdieu, ao afirmar que, cada vez mais ele “é reconhecido como instância legítima de legitimação” (BOURDIEU, 1997, p. 37). E o espetáculo tem o poder de despertar a curiosidade e atrair o público. Portanto, a televisão, que já tem o entretenimento como uma de suas funções, além de contar com o apelo visual da força das imagens e a capacidade de sensibilizar e falar direto às emoções, passa a ser o meio de comunicação ideal para a veiculação das notícias espetacularizadas. De acordo com Bucci, essa lógica vai além das redações, dos meios e até do próprio jornalismo. “[...] é a lógica do espetáculo, um festival de imagens onde se fundem publicidade e informação, [...] que acaba englobando o jornalismo – de preferência, a seu serviço” (BUCCI, 2000, p. 190).

Na sociedade da informação mediada pelo espetáculo e que tem a televisão como meio primordial, o valor de uma notícia acaba se rendendo ao espetáculo. “A condição definidora do fato noticioso [...] é a exploração do inusitado e pretende descartar, na seleção dos assuntos, aspectos mais espetaculares, sensacionais, para superar a concorrência e provocar interesse no telespectador” (PATIAS, 2006, p. 101-102). Dentre os inúmeros fatos que chegam às redações, os espetaculares – ou possíveis de serem espetacularizados – são mais noticiáveis.

Além do rompimento com a técnica, há um dilema ético na espetacularização. Em *Sobre Ética e Imprensa* (2000), Bucci afirma que o jornalismo perde na medida em que cresce o culto à imagem, além da existência de um exagero na capacidade intrínseca da televisão de emocionar, sensibilizar e comover: “Quando o jornalismo emociona mais do que informa, tem-se aí um problema ético, que é a negação da sua função de promover o debate das ideias no espaço público” (BUCCI, 2000, p. 144-145). Nesse sentido de emocionar, afirmado por Bucci, Reginaldo Moraes utiliza um exemplo do Jornal Nacional, principal telejornal da TV Globo. Em texto transcrito no livro de Perseu Abramo, *Padrões de manipulação na grande imprensa* (2016), o pesquisador faz referência ao entretenimento cada vez mais presente no meio jornalístico.

[...] é importantíssimo o que se chama de ‘entretenimento’ – aliás, cada vez mais o jornalismo tem virado entretenimento. O editor do Jornal Nacional, por exemplo, não é um jornalista – ele é formado em publicidade. Reparem: a sequência do JN é uma sequência dramática – e a voz, o tom, a sequência de imagens, a própria exposição das caretas dos apresentadores – tudo é treinado desse modo, para produzir a emoção desejada (MORAES, apud ABRAMO, 2016, p. 15).

1.6 - AS MUDANÇAS NO JORNALISMO

A espetacularização e o entretenimento nem sempre estiveram presentes na prática do jornalismo. Em *A Saga dos cães perdidos* (2000), Ciro Marcondes Filho divide a história do jornalismo em quatro fases: Primeiro Jornalismo (1789 a 1830), Segundo Jornalismo (1830 a 1900), Terceiro Jornalismo (1900 a 1960) e Quarto Jornalismo (1970 até a atualidade). Em cada uma dessas fases, o jornalismo assumiu papéis sociais distintos. O chamado Primeiro Jornalismo se caracterizou por um conteúdo literário e político, em um momento em que as empresas jornalísticas não eram orientadas para o lucro. Como o principal propósito era defender bandeiras políticas, os textos – escritos em sua maioria por escritores e intelectuais –

eram recheados de críticas e opiniões. A partir das primeiras décadas do século XIX, a atividade jornalística começaria a estreitar relações com a máquina capitalista. O chamado Segundo Jornalismo tem como principais características a informação, a objetividade, a imparcialidade, a precisão no relato dos fatos, a publicação de notícias do cotidiano e as reportagens descritivas. Foi uma época em que os jornais se firmaram como grandes empresas capitalistas, buscando ampliar o público leitor e atrair anunciantes. O chamado Terceiro Jornalismo, impulsionado pelo avanço tecnológico, foi caracterizado pela consolidação de grandes grupos que monopolizaram o mercado. Foi um período em que houve uma padronização do noticiário, em que jornais locais tornaram-se dependentes dos jornais dos grandes centros, que aumentavam consideravelmente suas tiragens diárias de exemplares. O chamado Quarto Jornalismo, de acordo com a classificação de Marcondes Filho, teria se iniciado na década de 1960 e seria caracterizado pela ampla e progressiva utilização da tecnologia, pela interatividade, pelo aumento da velocidade na transmissão da informação e pela crise da imprensa escrita.

Em relação aos conteúdos, as tecnologias interferem nos mesmos, favorecendo certas linguagens e depreciando outras. A visibilidade técnica (a qualidade da imagem) impõe-se como modelo estético, inicialmente na televisão, mas também no cinema, nos painéis publicitários e em todas as mensagens visuais. O fascínio da imagem, definido como critério principal dos meios visuais, passa a ditar a hierarquia da comunicação (MARCONDES FILHO, 2000, p. 31).

De acordo com Marcondes Filho, o fim do século XX se caracteriza pela “substituição do agente humano jornalista pelos sistemas de comunicação eletrônica, pelas redes, pelas formas interativas de criação, fornecimento e difusão de informações” (MARCONDES FILHO, 2000, p. 30). Ainda que a internet esteja em contínuo desenvolvimento neste século XXI e a tecnologia dos *smartphones* não pare de crescer, a televisão ainda é o principal meio de informação dos brasileiros. Dados da “Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira”⁵ mostram que quase 90% dos brasileiros se informam sobre os acontecimentos no País pela televisão. Dessa parcela, 77% afirmam fazer isso todos os dias.

Ao longo dos anos, com a evolução da sociedade e suas necessidades, são perceptíveis as modificações que as redes de televisão praticam em seus telejornais e em suas grades de programação, justamente para atender aos desejos dessa sociedade. Modelos que serviam como

⁵ Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016-1.pdf/view>>

regras do telejornalismo começaram a ser considerados ultrapassados, dando lugar a novas experiências, principalmente na linguagem dos jornalistas, que se torna cada vez mais informal. Esses experimentos, que são feitos tanto no Esporte como em outras editorias do jornalismo, são justificados pela necessidade de mudar a estratégia, visando a (re)conquista do telespectador, independentemente da idade, da classe social, do sexo e do grau de instrução. Como citado anteriormente, a audiência vem sempre em primeiro lugar. E, atrelado a essa necessidade da audiência, um dos pilares dessas mudanças de estratégia das emissoras de televisão no Brasil é o entretenimento.

1.7 - TELEJORNALISMO E ENTRETENIMENTO

“O termo entretenimento, do latim ‘inter’ (entre) ‘tenere’ (ter), evoluiu para o inglês *entertainment*, ‘aquilo que diverte com distração ou recreação’ ou ‘um espetáculo público ou mostra destinada a interessar ou divertir’” (GABLER, 1999, p. 25). O *entertainment* ganhou uma expressão parceira: o *infotainment*, ou infotenimento, neologismo designado a explicar o cruzamento entre informação e entretenimento. Em uma tentativa compreensível de explicar a expressão, “info” englobaria a apuração da notícia, a contextualização, a informação, a denúncia, a prestação de serviço ao telespectador. Já o “tenimento”, segunda parte do neologismo, envolveria as estratégias utilizadas para a produção do conteúdo jornalístico, que se apresenta, em diversas ocasiões, acompanhado pela utilização de recursos tecnológicos e através de uma linguagem mais leve e, de vez em quando, sensacionalista.

A Guerra do Golfo, em 1991, é apontada como o marco da união televisiva entre o jornalismo e o entretenimento. O que era sempre relatado no tempo passado, ou seja, fatos que já tinham acontecido, passaram a ser contados no presente. A narrativa do conflito também se transformou em espetáculo: imagens de bombardeio e os jovens heróis norte-americanos lutando contra os vilões iraquianos. Essa mudança editorial do jornalismo fortaleceu o argumento de que a notícia se tornou um espetáculo, como argumenta Arbex Jr:

O salto tecnológico, do qual a CNN é símbolo e instrumento, permitiu apresentar a Guerra do Golfo como uma espécie de telenovela sinistra que prometia renovadas emoções no próximo capítulo. A cobertura ‘ao vivo’ do conflito consagrou, definitivamente, a ‘espetacularização’ da notícia. E, exatamente por ser um espetáculo, a transmissão das imagens submeteu-se às mesmas regras que se aplicam a um show (ARBEX JR, 2001, p. 31).

Neal Gabler, jornalista e autor da obra *Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade* (1999), sustenta que a vida se tornou um filme. A aplicação deliberada de técnicas teatrais converteu todos os ramos da indústria de entretenimento, na qual o objetivo maior é satisfazer a audiência, com “uma força tão esmagadora que acabou produzindo uma metástase e virando a própria vida” (GABLER, 1999, p. 23). O autor afirma que o entretenimento midiático se relaciona com toda a produção da Indústria Cultural e sua cultura de massas. Dessa forma, se a televisão é entretenimento, tudo o que ela produz também o seria. Nesse sentido, Michael Kunczik, autor de *Conceitos de Jornalismo* (1997), afirma que a distinção entre jornalismo e entretenimento no meio televisivo é dada em nível apenas dos produtores, não dos consumidores.

Para o receptor, o entretenimento é simplesmente aquilo que entretém, vale dizer, a ausência de tédio. Basicamente, a separação de informação e entretenimento, que ainda existe nos organogramas de muitas empresas dos meios de comunicação, não tem nenhum sentido para os receptores. Para eles, o oposto da mensagem de entretenimento dos meios de comunicação não é o conhecimento informativo, mas o conteúdo que não lhes agrada (KUNCZIK, 1997, p. 106).

A afirmação de Kunczik, sobre conteúdos que desagradem ao público, é um dos principais desafios das redes de televisão nos dias atuais: agradar e conquistar a audiência de um público que se encontra debruçado, cada vez mais, em *smartphones*, *tablets*, redes sociais e TVs sob demanda. Um público que, na definição de Mario Vargas Llosa, pode ser definido como a “civilização do espetáculo”, que faz parte de uma sociedade na qual o entretenimento está no patamar mais alto das aspirações desejadas. No entanto, o escritor peruano alerta que “transformar em valor supremo essa propensão natural a divertir-se tem consequências inesperadas: banalização da cultura, generalização da frivolidade e, no campo da informação, a proliferação do jornalismo irresponsável da bisbilhotice e do escândalo” (LLOSA, 2013, p. 30). Característica dominante da sociedade contemporânea, a raiz desse fenômeno se apresenta, segundo Llosa, na cultura.

Ou melhor, na banalização lúdica da cultura imperante, em que o valor supremo é agora divertir-se e divertir, acima de qualquer outra forma de conhecimento ou ideal. As pessoas abrem um jornal, vão ao cinema, ligam a tevê ou compram um livro para se entreter, no sentido mais ligeiro da palavra, não para martirizar o cérebro com preocupações, problemas, dúvidas. [...] A imprensa sensacionalista não corrompe ninguém; nasce corrompida por uma cultura que, em vez de rejeitar as grosseiras intromissões na vida privada das pessoas, as reivindica [...] (LLOSA, 2013, p. 123-124).

Bucci tenta estabelecer de que forma funcionaria a diferenciação entre informação e divertimento nos meios de comunicação. À informação, caberia a função de informar ao telespectador e tratar os fatos com objetividade. Em relação ao divertimento, estariam incluídos programas de entretenimento, filmes de ficção, shows de música, competições esportivas, entre outras atrações.

[...] é comum encontrar produtos jornalísticos que parecem regidos por princípios menos voltados para a informação e mais adequados para produtos de entretenimento, como se o produto jornalístico devesse se constituir em mercadorias lúdicas, ou quem sabe estéticas. [...] Nada de errado com a beleza no jornalismo. Nada contra o charme, o bom humor, a elegância. Trata-se, ao contrário, de virtudes. Mais que isso, trata-se de virtudes indispensáveis ao jornalismo. Tanto que, no mercado de consumo em larga escala do produto jornalístico, elas acabaram muitas vezes se tornando o aspecto mais valorizado. [...] Não há, no jornalismo, informação que não esteja embalada em alguma forma que guarda certos atributos capazes de entreter quem a consome (BUCCI, 2009, p. 30-31).

O jornalista também afirma que, na atualidade, percebe-se uma sobreposição do entretenimento à informação. “Antes, o discurso jornalístico informava à medida que entretinha. [...] Hoje talvez esteja acontecendo um fenômeno distinto: muitas vezes a informação é um dos ingredientes em grandes shows de entretenimento. Não raro, estão apenas entretendo, sem nada informar” (BUCCI, 2009, p. 31-32). A jornalista Patrícia Rangel (2009) reforça o pensamento, ao observar que, cada vez mais, há o declínio da notícia entendida como informação atual, relevante e de interesse público. Por outro lado, ganha força a ideia de prestação de serviços e de entretenimento. Rangel se refere a essa mistura de informação e entretenimento como uma hibridização dos gêneros.

Na contemporaneidade, a informação deixa de significar a representação simbólica dos fatos para se apresentar como produto híbrido que se associa ora à publicidade, ora ao entretenimento, ora ao consumo; mas muitas vezes deixando de cumprir a sua missão primordial de informar (RANGEL, 2009, p. 4).

O debate entre jornalismo e entretenimento oscila, ora entre o desencantamento com a percepção do fim do jornalismo tradicional, ora entre o reconhecimento de que o chamado infotimento é inevitável, uma tendência da mídia contemporânea, e que sempre deve ser considerado conforme as transformações culturais do nosso tempo, ou seja, da sociedade do espetáculo. Enquanto nova face do telejornalismo, o infotimento redimensiona os valores clássicos da profissão, como o interesse público, a objetividade, a atualidade, a independência, a legitimidade e, principalmente, uma prerrogativa fundamental para o trabalho do jornalista: a credibilidade.

Operando dentro da lógica da Indústria Cultural, o telejornalismo, em muitas situações, prioriza o entretenimento como forma de promover o esporte como espetáculo, em busca de um crescimento constante de audiência. A sociedade, dominada pelo espetáculo e seduzida pela imagem, torna-se presa fácil dessa estratégia das grandes emissoras de televisão. A fórmula é repetida com frequência e bem-sucedida na maioria das vezes: informar com emoção, com sedução e com divertimento. Na editoria de Esporte, a submissão da prática informativa à indústria do entretenimento é potencializada. Por ser justamente no jornalismo praticado na televisão e na editoria esportiva que o entretenimento aparece e ganha cada vez mais espaço, é importante assinalar as três principais situações em que telejornalismo esportivo e entretenimento se combinam: no noticiário do dia a dia, nos programas de debate e nas transmissões de eventos.

No noticiário do dia a dia, em muitas situações, o telejornalismo esportivo de qualidade deixa de ter como prioridade a apuração e a investigação. Em vez de o jornalista buscar um conhecimento aprofundado da modalidade ou procurar histórias inspiradoras que possam colaborar com a transformação do esporte em benefício da sociedade, privilegia-se a competência que o jornalista possui de se exibir diante das câmeras, divertindo, emocionando e cativando o telespectador. Inserida nessa indústria do entretenimento, a televisão prioriza promover as notícias relacionadas a eventos de seu interesse, em um relato jornalístico que acaba se rendendo ao entretenimento. Um exemplo dessa realidade é descrito pelo pesquisador Carlos Henrique de Souza Padeiro, que realizou uma análise detalhada do programa Globo Esporte, da TV Globo.

Nos programas de 4, 5 e 6 de março de 2015, o uso de recursos sonoros e visuais, como infográficos e trilha sonora, é frequente. O apresentador Tiago Leifert adota uma narrativa leve e agradável e um discurso mais pessoal e subjetivo. Para anunciar uma entrevista exclusiva com Tite, técnico do Corinthians, Leifert diz: 'Mauro Naves aproveitou para jogar uma sinuquinha com Tite [...]. Ficou muito legal essa entrevista e é daqui a pouco'. Antes de relatar como foi um jogo da Copa do Brasil, onde ocorreu um choque violento entre dois atletas, o âncora destaca: 'Cara, tem um lance aqui, um nocaute, impressionante'. Na reportagem sobre a construção do local que hospedará os atletas nos Jogos Olímpicos de 2016, ele se dirige aos telespectadores para colocá-los na situação dos atletas: "'Cê' é um atleta olímpico de 1,98m e 200kg, aí 'cê' chega no seu quartinho na Vila Olímpica em 2016 no Rio e tem uma caminha de 1,80m. 'Cê' vai sentar na cadeira pra se lamentar e quebra a cadeira [...]' (PADEIRO, 2015, p. 34).

Através do exemplo, percebe-se a ênfase em uma linguagem descontraída do apresentador. Uma realidade cada vez mais presente no telejornalismo esportivo, em que a intimidade, a informalidade e a espontaneidade se destacam mais do que a informação.

Os programas de debate esportivo, conhecidos popularmente como “mesa-redonda”, também se rendem, cada vez mais, ao *modus operandi* da indústria do entretenimento. O telespectador, que tem a necessidade de se divertir, precisa de um programa com esse perfil. Assim, muitas vezes, eles deixam de priorizar a essência jornalística com conteúdo de relevância. Nota-se, por exemplo, como estratégia para gerar audiência, um conflito nas discussões entre os debatedores. Discussões entusiasmadas, generalizadas e, sobretudo, polêmicas. Em se tratando de futebol, que envolve a paixão, todas essas divergências cativam o telespectador. E quanto maior a divergência, maior é o tempo de debate acalorado, maior é o espetáculo e, conseqüentemente, maior é a audiência.

Os veículos eletrônicos estimulam a transformação de locutores, comentaristas, repórteres, narradores em ‘artistas’ e estes se julgam parte do show e por isso tem o direito e o dever de participar como um personagem. [...] cada participante assume um personagem que se repete nos programas seguintes. Um sempre é o ‘bonzinho’, o outro é o ‘zangado’, outro é o ‘flamenguista’ ou corinthiano’ ou ‘gremista’. Enfim, fingem que são o que falam. Fingir, porém, é autêntico apenas na profissão de ator. Já com os jornalistas esportivos é diferente. A cobertura alegre, descontraída, animada não deveria nunca se confundir com programa humorístico. É um trabalho que é sério sem ser sisudo e respeita as regras do jornalismo como a acurácia. Não se faz sensacionalismo usando notícias inverídicas, sem nenhuma confirmação, fruto apenas de especulação para construir falsos debates e eletrizar os torcedores (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 92-93).

Percebe-se também que, muitas vezes, o foco do debate se resume a apenas um assunto, que é debatido por um longo tempo, em busca da atenção do telespectador. Esse tema, normalmente, ou é algo que está sendo debatido pelo público, de forma geral, ou está estritamente relacionado aos interesses da emissora (por exemplo, discutir sobre um jogo ou campeonato em que aquela determinada emissora detém os direitos de transmissão).

A outra situação em que telejornalismo e entretenimento se combinam é na transmissão de um evento esportivo. E será ela, a transmissão esportiva, e mais especificamente, a transmissão do futebol, o foco dessa dissertação. Como forma de espetacularizar as imagens veiculadas e em busca de uma identificação entre o telespectador e os protagonistas do jogo, a televisão destaca as expressões de satisfação, decepção ou raiva dos jogadores. Há também a contribuição da tecnologia, cada vez mais sofisticada, levando ao telespectador um número

crescente de câmeras espalhadas pelo estádio, além de recursos de computação gráfica para as análises dos narradores e comentaristas das transmissões.

1.8 - FUTEBOL NA TV E ENTRETENIMENTO

As transmissões televisivas estão inseridas em um contexto diferente do noticiário esportivo, de forma geral. Desde a transmissão da Copa do Mundo do México, em 1970, os donos das emissoras brasileiras perceberam que o futebol na televisão poderia gerar bons resultados financeiros, principalmente através das propagandas comerciais. Pensando nesse lucro vindo de anunciantes, além de ter os olhos voltados para o crescimento da audiência, as redes de televisão desenvolveram uma linguagem de espetáculo. O estilo do locutor na narração, a qualidade das imagens, o número de câmeras etc. Tudo isso transformaria o futebol em show. Essa transformação do futebol em espetáculo foi acontecendo ao longo do tempo. Seria preciso criar uma estratégia de transformar o futebol em algo vendável, que atraísse, principalmente, os anunciantes. Assim como um dos fatores da Indústria Cultural, a televisão esportiva tinha o objetivo de transformar a cultura popular em cultura de massa.

A estratégia usada pelas emissoras de televisão vai além de simplesmente filmar as partidas. Com a tecnologia a favor dessas redes, há o aumento no número de câmeras para fazer a captação do jogo. E esse aumento vem acompanhado da qualidade das imagens. Além disso, procura-se mostrar, cada vez mais, os bastidores de tudo que envolve o jogo: a saída dos jogadores em direção ao estádio; a chegada deles ao palco de jogo; os rituais dos atletas e as orientações do técnico no vestiário; a conversa deles ao saírem de campo; e as entrevistas dos técnicos e dos jogadores após o fim da partida. Ainda há o desenvolvimento de programas de computador que mostram as estatísticas dos times e dos jogadores, além de análises mediante sofisticadas plataformas gráficas.

Outra técnica utilizada pelas redes de televisão é a de promover a rivalidade entre os torcedores e até entre os jogadores. Dessa forma, cria-se uma linguagem de espetáculo em torno de possíveis heróis e vilões. Edgar Morin, sociólogo francês, diz que a valorização das celebridades contribui para a criação dos heróis, pessoas que representam a busca pela superação pessoal, um reforço positivo para autoestima. Segundo Morin, a torcida pelo sucesso

do herói constitui uma valorização mitológica da felicidade. “O herói simpático [...] é o herói ligado identificativamente ao espectador. Ele pode ser admirado, lastimado, mas deve ser sempre amado” (MORIN, 1969, p. 96). Para Marcondes Filho, a vitória de uma equipe pela qual se torce, ressaltada pela televisão, é um artifício para que o torcedor se fortaleça perante as adversidades do cotidiano. Ele passa a acreditar que os problemas que enfrenta possam ser amenizados.

Num jogo de futebol, evidenciam-se rivalidades, disputas e desafios entre torcedores. Psicologicamente, o torcedor da equipe vitoriosa coloca-se em superioridade perante a equipe perdedora e seus fãs. Pelo menos nessa hora, o Zé-ninguém é alguma coisa. Pelo menos o seu time pode demonstrar sua glória, sua virtude, e oferecer a vantagem de se torcer por uma equipe que só traz felicidade. Através dela, ele poderá rir de seu colega de trabalho, infeliz torcedor de times ruins, um pobre diabo. Sua equipe campeã vinga por ele os dissabores da vida. Nos jogos internacionais – e especialmente na Copa do Mundo – o processo assume dimensões nacionais e patrióticas: o prazer da vitória se realiza, aqui, associado a um ‘ajuste de contas’. O Brasil se vinga batendo, surrando o adversário, pois nós, como um país explorado, humilhado, dominado, ameaçado pelas nações mais ricas, vingamo-nos através do futebol. O esporte, que na ordem econômica e política da sociedade não tem grande importância, faz o homem simples recriar a hierarquia e as diferenças sociais, transformando seu dia-a-dia para melhor, mesmo durante um curto espaço de tempo (MARCONDES FILHO, 1988, p. 71).

Paulo Vinícius Coelho reforça o pensamento da transformação do futebol em mercadoria por meio de uma linguagem de espetáculo. Segundo o autor, que também é comentarista esportivo dos canais por assinatura FOX Sports, nada pode sair errado em diversas transmissões esportivas. Se existem problemas no gramado, na estrutura do estádio ou se o público do jogo é pequeno, a emissora procura amenizá-los. “Numa transmissão de futebol da Globo quase nada anda errado. Quase não se nota que o estádio, cenário do evento, anda às moscas. Não se fala do gramado, do nível técnico, de nada. Tudo é absolutamente lindo” (COELHO, 2003, p. 64).

O jornalista continua usando o exemplo da TV Globo para detalhar seu ponto de vista em relação à discussão a respeito do jornalismo e do espetáculo nas transmissões de futebol. Coelho salienta que, em uma transmissão esportiva, há diversos elementos que poderiam fazer parte de uma boa análise jornalística, como os erros do árbitro ou a má atuação de um jogador, mas que a TV Globo prefere destacar a grandeza do evento, aquilo que o telespectador quer ouvir: “A matéria jornalística é o que menos aparece nas transmissões esportivas. Tudo o que importa, afinal, é o show de jornalistas e repórteres” (COELHO, 2003, p. 64). Nesse sentido, Perseu Abramo destaca um dos padrões de manipulação da realidade que, segundo o jornalista,

ocorre com frequência no meio jornalístico: o padrão de ocultação. “É o padrão que se refere à ausência e à presença dos fatos reais na produção da imprensa. Não se trata, evidentemente, de fruto do desconhecimento, e nem mesmo de mera omissão diante do real. É, ao contrário, um deliberado silêncio militante sobre determinados fatos da realidade” (ABRAMO, 2016, p. 40).

Já Marcondes Filho salienta a interferência que a televisão impõe ao telespectador, mesmo em uma transmissão ao vivo.

Há sempre um ou mais cinegrafistas que tomam as cenas: eles escolhem os ângulos, as pessoas, os atos. Se trata de uma interferência, uma mistura entre o que acontece e o que o jornalista acha interessante. No estúdio, o diretor de TV escolhe as tomadas, ele também introduz seu viés. Logo, o que vemos num ‘ao vivo’ não passa de um resultado de muitas escolhas, de muita gente interferindo, em suma, é uma produção, não é ‘a coisa em si’, que, todos sabemos, não existe. Só existem visões particulares, ‘impuras’, ‘defeituosas’ ou ‘corrompidas’ pelos nossos critérios pessoais e subjetivos (MARCONDES FILHO, 2000, p. 84).

O jornalista continua sua observação, destacando a importância da emoção e da necessidade de sensibilizar os telespectadores.

[...] as cenas filmadas devem transmitir a dor, a desolação, a tristeza: mas também imagens de trabalho, de solidariedade, luta, nada é proibido. Quer dizer proibidas são as imagens monótonas, ‘sem vida’, paradas, assentadas. Essas não causam curiosidade, atração, interesse. [...] imagens que atraem, prendem, seguram o telespectador seja pela dor, seja pelo entusiasmo, seja pela preocupação que provocam, seja pela esperança (MARCONDES FILHO, 2000, p. 84-85).

A visão que Coelho e Marcondes Filho trouxeram dizem respeito, principalmente, ao modo como as emissoras de televisão tratam dessa questão. Mas há também uma discussão entre o jornalismo e o entretenimento praticado pelos comentaristas durante a transmissão de uma partida de futebol na televisão. Sob essa ótica, Coelho afirma a importância do entretenimento, principalmente para o telespectador.

Você se senta à frente da televisão para assistir a um jogo com o objetivo de se divertir. Mesmo que você queira se informar de algo, você quer se divertir. Então já é entretenimento. O jornalismo, o comentarista faz antes da transmissão. Ao estudar, ao apurar os fatos, ao tentar buscar notícias de bastidores. Aí ele traz um pouco desse jornalismo feito antes para dentro da transmissão (COELHO, 2018).

Caio Ribeiro é um ex-jogador profissional que teve passagens por clubes tradicionais, como Flamengo e São Paulo, além de ter atuado pela Seleção Brasileira. O ex-atleta, que atua

como comentarista da TV Globo há dez anos, defende que, em uma transmissão de futebol, o entretenimento está cada vez mais presente.

Acredito que as transmissões estão se tornando cada vez mais entretenimento com um conteúdo jornalístico. O jornalismo está em buscar a informação, apurar a notícia, levar ao telespectador um conteúdo interessante. Mas nós estamos falando da paixão das pessoas, que eventualmente deixam de comer para poder comprar um ingresso. Às vezes o jogo torna-se uma válvula de escape para os problemas cotidianos. Então ali a pessoa quer xingar, beber, abraçar, extravasar. Isso não é jornalismo (RIBEIRO, 2018).

Walter Casagrande Jr., o Casagrande, ou simplesmente o “Casão”, foi um jogador profissional formado nas categorias de base do Corinthians. Com passagens por clubes do exterior, como Benfica (Portugal) e Napoli (Itália), Casagrande também atuou pela Seleção Brasileira. Segundo ele, não foi fácil perceber a importância do entretenimento para o telespectador.

No início da minha carreira de comentarista eu ficava na dúvida se aquilo que eu falava realmente acrescentava algo às pessoas. Eu tinha certeza que não. Aí o Marco Mora, diretor da TV Globo, me abriu os olhos. Nós levamos um pouco de entretenimento para o telespectador. Então, quando eu faço um comentário, o torcedor fanático pode ficar irritado ou não, mas você está o envolvendo com emoção. Aí eu comecei a perceber a relação do jornalismo que nós tentamos praticar, passando informação, com o entretenimento, que é a força emotiva que envolve o futebol (CASAGRANDE, 2016).⁶

Casagrande cita Marco Mora, ex-diretor de Esportes da TV Globo. O jornalista, que atuou na função durante 33 anos, defende a presença do entretenimento na transmissão esportiva como questão prioritária, ao afirmar que “O evento, a transmissão esportiva, não tem função educacional e não forma ninguém. O evento é um entretenimento. É diferente de um programa de debate ou de notícias. Nesse se faz jornalismo. Todo o jornalismo que se pratica dentro do evento é somente sobre o evento, sem extrapolar” (MORA, 2016).⁷

Paulo César Vasconcellos, chefe de redação dos canais por assinatura SporTV durante dez anos e atual comentarista da emissora, acredita que jornalismo e entretenimento devem caminhar juntos, na mesma proporção.

⁶ Entrevista com o ex-jogador Casagrande, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

⁷ Entrevista com o jornalista Marco Mora, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

É a soma dos dois. Temos que lembrar que estamos falando de um espetáculo. O comentarista não pode abrir mão de sua função principal, que é de ser jornalista, fazer jornalismo. Mas ele deve entender também que, por aquilo ser um espetáculo, ele deve ter a sensibilidade de, ao ver um pai e filho juntos, por exemplo, enaltecer aquela imagem. Ao mesmo tempo que, se houver uma briga generalizada na torcida, mostrar indignação com o ato de violência. A visão do comentarista, seja fazendo jornalismo ou entretenimento, deve ser a mais ampla possível (VASCONCELLOS, 2018).

Paulo Vinícius Coelho e Paulo César Vasconcellos, que trouxeram seus pensamentos sobre a relação do jornalismo com o entretenimento, são jornalistas. Caio Ribeiro e Walter Casagrande Jr., que também analisaram essa relação, são ex-jogadores. Em comum entre eles, o fato de serem comentaristas esportivos de televisão. É essa função de comentarista que será apresentada e detalhada no próximo capítulo.

CAPÍTULO 2

O COMENTARISTA ESPORTIVO

2.1 - O SURGIMENTO DO COMENTARISTA ESPORTIVO

O locutor esportivo, que até então era uma função que só existia no rádio, era um profissional solitário, que tinha a obrigação de transmitir uma partida de futebol relatando todos os detalhes possíveis. A função de comentarista não existia no rádio. Muitas vezes, o próprio locutor, que não tinha o auxílio de um analista, realizava as análises da partida. Marco Mora e José Trajano, jornalistas consagrados no meio esportivo, relatam opiniões similares, em relação ao surgimento do comentarista esportivo. Mora, ex-diretor de Esportes da TV Globo, cita a necessidade de alguém que auxiliasse o narrador.

No rádio, a figura do narrador era uma figura descritiva. O grande narrador do rádio era aquele que tinha rapidez para informar o que estava acontecendo. Mas após o fato ocorrido, foi se percebendo a necessidade em ter alguém que construísse um raciocínio, não somente de qualidade, mas também de eficiência técnica daquilo que se passava. A partir daí surge o comentarista. Ele acaba se tornando um assessor do narrador (MORA, 2016).⁸

José Trajano, fundador da emissora por assinatura ESPN Brasil e diretor-geral de esportes da mesma durante 17 anos, também detalha a percepção da insuficiência de uma transmissão de rádio continuar apenas com um narrador.

Em algum momento, ainda nas transmissões de rádio, antes da televisão chegar ao Brasil, se chegou à conclusão de que só o narrador não era suficiente. Era importante ter um complemento, uma opinião. Então o narrador transmitia o passe, o chute, a emoção do jogo, e o comentarista era aquela voz do conhecimento, da análise técnica e tática da partida (TRAJANO, 2018).

O pioneirismo da ideia, segundo o radialista Luis Mendes, teria sido de Gagliano Neto. Quando trabalhava na Rádio Clube do Brasil, do Rio de Janeiro, o radialista seria o responsável por inserir a figura do comentarista nas transmissões esportivas. Entretanto, a novidade não surgiria de forma premeditada, mas como uma solução para um problema técnico existente nos primeiros anos do casamento entre o rádio e o futebol.

⁸ Entrevista com o jornalista Marco Mora, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

Nessa época, em que eu acompanhava essas transmissões do interior, elas não tinham comentarista. Botavam músicas no intervalo, músicas de sucesso, só isso. [...] E eu me lembro que isso aconteceu com Gagliano no Campeonato Sul-Americano de 1936. Ele estava transmitindo o jogo Brasil e Peru. [...] Aí ele passou para o estúdio, para o estúdio tocar os discos que eles quisessem tocar e não voltou mais para ele, porque deu confusão, negócio de linha. Naquele tempo era rudimentar isso tudo. Então, deu confusão e ele pensou: ‘o que eu faço para prender a linha, para não voltar a acontecer um fato desses? E tinha um jornalista do Rio Grande do Sul que estava cobrindo para o Diário de Notícias, de Porto Alegre, o nome dele era Ary Lund. O Ary Lund estava em Buenos Aires e o Gagliano teve essa ideia. ‘Eu vou usar esse cara para comentar’, porque ele não tinha ninguém que comentasse, não tinha ninguém com ele lá. [...] Aí ele botou no intervalo: ‘vamos ouvir aqui jornalista do Diário de Notícias de Porto Alegre, que está aqui, trabalhando no Campeonato Sul-Americano. Vamos ouvir a opinião dele’. E fez uma entrevista com ele, nem entregou para ele ir comentando, fez perguntas e ele foi dando respostas. Ali surgiu na cabeça do Gagliano a ideia de fazer isso aqui. Quando ele voltou e ingressou na Rádio Nacional, ele usou o Pilar Drummond, que era um jornalista esportivo do jornal A Noite. A Noite era também das Empresas Incorporadas ao Patrimônio Nacional (jornal A Noite, jornal O Amanhã, A Noite Ilustrada, Revista Carioca e a Rádio Nacional). Então ele usou do jornal da organização, um jornalista esportivo, que passou a meu ver, a ser o primeiro comentarista oficial do rádio brasileiro (GUEDES, 2009, p. 52).⁹

Em São Paulo, a novidade da presença do comentarista foi posta em prática em 1940, quando “a Rádio Cruzeiro do Sul coloca Blota Júnior e Geraldo Bretas para comentarem os jogos” (GUERRA, 2002, p. 21). Posteriormente, surgiram outros nomes importantes na consolidação do comentarista esportivo no Brasil. Alberto Mendes, na Rádio Globo; Lourival Pereira, na Rádio Mayrink Veiga; José Maria Scassa, na Rádio Tupi; Waldemar de Barros e Carlos Marcondes, na Rádio Continental; e Thomaz Mazzoni, na Rádio Cruzeiro do Sul.

Mas a função de comentarista esportivo, naquela época, era bem diferente do que se vê nos dias atuais. Inicialmente, os comentaristas só apareciam durante o intervalo da partida e no fim do jogo, quando era realizada uma breve análise. “Fazia-se uma espécie de resumo da partida, informando o placar, os autores dos gols e alguns dados estatísticos do jogo” (RIBEIRO, 2007, p. 85). Esse período de atuação do comentarista foi crescendo e começando a aparecer com maior frequência durante o desenrolar da partida.

Quando comandava a equipe da Rádio Globo, a partir do ano de 1947, em cima dos 15 minutos, eu chamava o comentarista para fazer um panoramzinho pequeno, porque senão ia embolar [...] e a gente perde. E o Benjamim e o Geraldo Romualdo, que eram os dois comentaristas, o que estivesse atuando, efetivamente dava uma

⁹ Entrevista com o radialista Luis Mendes, concedida ao jornalista Bruno Otto Guedes, autor do Trabalho de Conclusão de Curso *Palavra Fácil: história e análise da função de comentarista de futebol* (2009), na Faculdade de Comunicação de Universidade Federal de Juiz de Fora.

impressão sucinta do que tinha acontecido até aquele momento do jogo (GUEDES, 2009, p. 53).¹⁰

A partir daí, novos nomes de comentaristas começaram a surgir, ganhando, aos poucos, o respeito do público. Benjamin Wright, pai do ex-árbitro de futebol José Roberto Wright, Geraldo Romualdo e Ruy Porto foram alguns nomes que despontaram na imprensa carioca. Em São Paulo, os principais foram o ex-jogador Leônidas da Silva, Mauro Pinheiro e Mário Moraes. Aos poucos, a presença do comentarista na transmissão passava a ter importância cada vez maior. Mas ainda faltava uma mudança na linguagem da análise.

O comentarista era muito quadrado, vamos dizer assim, o comentarista no intervalo e no fim contava a história do jogo, dando minutos, dando tudo. Era muito fixado no andamento do jogo e tinha um linguajar que eu considero pesado: ‘aos trinta minutos do primeiro tempo, fulano pegou a bola, deu três dribles em beltrano, sicrano e fulano e foi em frente, entrou na área e na hora de chutar, caiu. Foi lamentável ver. Era nesse tom, assim, o comentário, revivendo o lance, o diabo a quatro. Mas, um dia chegou um sujeito chamado João Saldanha na crônica esportiva, e começou a fazer um comentário totalmente diferente. O comentário dele era conversado: ‘olha, se o time do Flamengo continuar aberto do lado esquerdo, vai cair do cavalo’, ou então: ‘se continuar esse zagueiro, furando da maneira como está, a vaca vai pro brejo’. Esses termos por mais populares, e tom conversado, entendeu? E aí mudou muito o caminho do comentarista. Porque passou a ser mais, digamos, mais coloquial, o comentarista deixou de ser quadrado (GUEDES, 2009, p. 54).¹¹

Espontâneo, descontraído ou formal. Qualquer que seja o tom da análise, seja no rádio ou na televisão, ainda não é o suficiente para afirmar que o comentarista esportivo é uma função bem estabelecida. Esta é a opinião de Marco Mora, ex-diretor de esportes da TV Globo.

A história diz que deveria existir um comentarista. Aí tentou-se, ao longo do tempo, que o narrador fosse um condutor para quem assiste a uma partida, do olhar desse telespectador, mas não conclusivo. Então a conclusão ficaria para o comentarista. E aí eles foram surgindo cada vez mais. Mas eu acho que o comentarista de televisão é uma figura ainda em formação. E eu explico através de um exemplo. Nenhuma obra, e entendendo o futebol como uma obra de criatividade, pode ser analisada antes de ser concluída. Não se analisa uma peça por duas ou três cenas. Você só pode ter essa visão do processo quando o todo estiver pronto (MORA, 2016).¹²

¹⁰ Entrevista com o radialista Luis Mendes, concedida ao jornalista Bruno Otto Guedes, autor do Trabalho de Conclusão de Curso *Palavra Fácil: história e análise da função de comentarista de futebol* (2009), na Faculdade de Comunicação de Universidade Federal de Juiz de Fora.

¹¹ Entrevista com o radialista Luis Mendes, concedida ao jornalista Bruno Otto Guedes, autor do Trabalho de Conclusão de Curso *Palavra Fácil: história e análise da função de comentarista de futebol* (2009), na Faculdade de Comunicação de Universidade Federal de Juiz de Fora.

¹² Entrevista com o jornalista Marco Mora, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

2.2 - A ARTE DO COMENTÁRIO OPINATIVO

Através das lembranças relatadas anteriormente, especialmente sobre o início do comentário esportivo, percebe-se o desenvolvimento na arte de comentar, não somente pelo tempo maior que o comentarista possuía para fazer suas análises, como também pelo surgimento de comentaristas com diferentes características.

Antes de realizar um aprofundamento na função de comentarista esportivo, é importante destacar o que é ser comentarista, de fato. Existe um ditado popular que diz que “futebol, política e religião não se discute”. Não se sabe se o autor do dito quis ser irônico ou não. Fato é que esses temas são frequentes em rodas de conversa. Isso quer dizer que o brasileiro é ávido por dar palpites, expressar ideias e convicções, passar adiante a percepção com relação a temas presentes no dia a dia da sociedade. No Brasil, quando se fala de futebol, sabe-se que esse ditado popular não é levado a sério. Afinal, é difícil encontrar alguém que não tenha uma opinião ou uma tese formada sobre qualquer assunto referente ao popular “esporte bretão”.

A opinião é a base do trabalho do comentarista de futebol, que terá sua função debatida de forma mais aprofundada posteriormente. Neste momento, é importante analisar os conceitos teóricos que permeiam o trabalho do comentarista. Primeiramente, pode-se observar o que significam alguns destes conceitos e termos. No Dicionário Aurélio Online, a palavra opinião é definida de algumas formas. As mais destacadas são: modo de ver pessoal; juízo que se forma de alguém ou de alguma coisa; manifestação das ideias individuais a respeito de algo ou alguém. No Dicionário Michaelis Online, algumas definições são semelhantes ao Dicionário Aurélio. Outras, que têm relevância, são: ideia ou hipótese sem fundamento; aquilo que se presume sem certeza; parecer emitido sobre determinado assunto em que muito se refletiu e deliberou.

O jornalista Luiz Beltrão afirma que opinar “não é apenas um direito, mas um dever, pois, de ofício, está incluído entre os que fazem profissão de opinar” (BELTRÃO, 1980, p. 18). E, dentro desta ocupação, o jornalista tem o dever de buscar os fatos, os valores e os objetos que têm importância na vida da sociedade. Para Beltrão, existe cobrança sobre a atuação do profissional do jornalismo para que ele atue de forma a responder esses anseios, dos leitores, ouvintes ou telespectadores. “Reclama-se do profissional a transmissão tanto da informação como do comentário; que narre o fato, mas, opine sobre ele” (BELTRÃO, 1980, p. 43).

Mas, se todo jornalista tem o dever de opinar, “a imprensa, de acordo com o mito da objetividade, deveria colocar-se numa posição neutra e publicar tudo o que ocorresse, deixando ao leitor a tarefa de tirar suas próprias conclusões” (ROSSI, 1980, p. 9). O próprio autor contrapõe essa colocação, dizendo que pode haver objetividade ou neutralidade em fatos concretos, como um acidente de trânsito (desde que não haja um amigo ou parente do jornalista envolvido). Fora isso, “ela é apenas um mito” (ROSSI, 1980, p. 10). Quando se fala de futebol, o panorama pode ser diferente, pois “muitas vezes, o jornalista se equivoca, de modo especial quando as paixões estão exacerbadas em torno de um tema, acontecimento ou movimento” (BELTRÃO, 1980, p. 20). Então, como não é tão simples dissociar futebol de paixão, a objetividade perde força quando o segmento é o jornalismo esportivo.

José Marques de Melo, autor de *Jornalismo Opinativo* (2003), classifica o comentarista como um profissional que possui boa bagagem cultural e que, sobretudo, não pode ser um julgador partidário. O analista deve ser um especialista que aprecia os fatos, estabelece conexões, sugere desdobramentos, mas procura manter um distanciamento das ocorrências. “[...] Em síntese, assume-se como juiz da coisa pública. Orienta sem impor. Opina sem paixão. Conduz sem se alinhar (MELO, 2003, p. 112).

2.3 - “ACHISMO” X TECNOLOGIA

Até a década de 1950, antes da chegada da televisão no Brasil, o comentarista esportivo tinha uma predileção, fosse na mídia impressa ou no rádio, a criar situações no imaginário do leitor ou do ouvinte. Mário Filho, por exemplo, que já foi citado no capítulo um dessa dissertação, se destacava no meio impresso através de seus romances criados a partir da história de uma partida de futebol. Nem sempre os fatos jornalísticos daquela partida eram descritos em suas crônicas. Tanto no jornal como no rádio, havia o risco da imprecisão na narração ou nos comentários, como neste exemplo sobre Nelson Rodrigues.

É só olhar, por exemplo, a maneira como descreve o terceiro gol do Brasil no Mundial do Chile, em 1962: ‘Djalma Santos pôs a bola na área e Vavá, com seu peito de aço, meteu a cabeça nela, fazendo 3 x 1’. A descrição correta deveria incluir a falha do goleiro Schroiff. E contar que, de fato, Vavá meteu o pé direito na bola, e não a cabeça (COELHO, 2003, p. 18).

Com a chegada da televisão no Brasil, tornava-se inviável “brigar” com a imagem. Portanto, resgatando o exemplo acima, se Vavá fez o gol com o pé e a imagem mostrou tal situação, não haveria mais espaço para o comentarista que não descrevesse aquilo de forma verídica. Mas havia um ambiente propício para a subjetividade. Nos primeiros anos das transmissões de partidas de futebol na televisão, era essa a principal característica da maioria dos comentaristas. Durante muito tempo, os analistas esportivos, sem muitos recursos para embasar seus comentários, realizavam suas observações de forma subjetiva, avaliando situações segundo suas próprias opiniões, muitas vezes sem justificção. É o que ficou conhecido como “achismo”. Coelho (2003) afirma que a mudança no perfil do jornalista esportivo, em geral, começou a ser sentida na década de 1970, quando a subjetividade começou a dar lugar a uma busca incansável pela verdade dos fatos. Mesmo com essa mudança afirmada por Coelho, ainda não é tão simples se definir a questão dos “achismos” no jornalismo esportivo.

[...] existem cada vez mais candidatos a comentarista e cada vez menos candidatos a repórter. Afinal, é sempre mais fácil dizer o que se pensa do que correr atrás de uma informação e checá-la antes de publicar, como manda o bom jornalismo. E quem disse que o comentarista, além de comentar, também não tem de cultivar fontes, buscar e checar informações para embasar melhor seus comentários? Se em todas as outras áreas do jornalismo o verbo ‘achar’ é proibido, por que no esporte o ‘achismo’ pode correr solto? (UNZELTE, 2009, p. 8).

Percebe-se que essa redução contínua da subjetividade na análise do comentário está intimamente relacionada a duas situações presentes no dia a dia do jornalismo e que estão diretamente relacionadas ao avanço das novas tecnologias. Uma delas diz respeito à facilidade de acesso à internet, tornando mais fáceis os processos de busca de informações, por parte do comentarista. Junto ao desenvolvimento da internet, houve também uma estruturação digital por parte dos clubes de futebol, que enxergaram nesse meio uma forma de divulgar informações de seus jogadores com mais facilidade e para um número maior de pessoas. Dessa forma, diminui-se a chance de o comentarista expor suas opiniões baseadas em “achismos” próprios.

A outra situação em que as inovações tecnológicas reduziram a subjetividade no comentário esportivo está caracterizada pelo aumento das informações disponíveis para o comentarista, durante uma partida de futebol, e em tempo real. Um bom exemplo desse avanço tecnológico são as estatísticas do futebol em jogos transmitidos pela televisão. Mas é preciso atenção para lidar com esses dados estatísticos, pois uma análise equivocada pode provocar uma interpretação irreal para o telespectador. A falta de preparo e de conhecimento dessas

novas ferramentas tecnológicas, por parte do comentarista, pode fazer com que as estatísticas induzam o telespectador a opiniões imprecisas ou até mesmo incorretas. Além desse cuidado, o avanço da internet fez com que essas informações chegassem também nas mãos dos próprios telespectadores. Dessa forma, aumenta, cada vez mais, a opinião das pessoas em relação aos comentaristas. A qualidade ou a inabilidade do comentarista esportivo pode ser julgada pelo telespectador, que tem acesso às mesmas informações que ele.

Atualmente, é possível se observar, em tempo real, o número de chutes a gol, a quantidade de passes errados, quantos escanteios cada time teve a seu favor e o número de bolas levantadas na área. Há ainda dados mais específicos, como por exemplo a região do campo por onde determinado jogador correu mais e quantos quilômetros o atleta percorreu no total. Muitas vezes, todas essas informações estão disponíveis tanto para o comentarista como para o telespectador. Portanto, essas inovações, ao mesmo tempo que contribuem para uma melhor avaliação por parte do comentarista, impõem também uma condução cuidadosa, já que qualquer avaliação malfeita pode gerar uma opinião prejudicial.

2.4 - O CRESCENTE MERCADO PARA O COMENTARISTA ESPORTIVO DE TELEVISÃO

Diferentemente de outros setores do jornalismo, a televisão, e mais especificamente a área de transmissões esportivas, ainda tem bastante espaço para crescer. As empresas que adquirem os direitos de exibição dos campeonatos conseguem reverter os custos em lucro ao venderem para diversas empresas as cotas financeiras de publicidade. No mercado atual, as principais emissoras de televisão aberta são TV Globo, Record TV e TV Band (popularmente conhecida como Bandeirantes). Em relação às emissoras de televisão por assinatura, as mais destacadas são SporTV, ESPN e FOX Sports. Portanto, ainda há um espaço consideravelmente favorável para que o comentarista esportivo possa exercer sua função.

Justamente por ser uma área do jornalismo que ainda cresce, um dos principais objetivos deste estudo é pesquisar e realizar uma reflexão crítica da atuação desses comentaristas esportivos no mercado profissional. Essa reflexão passa por diversos pontos: mercado, audiência, diálogo, visibilidade, identificação, paixão e estilo são alguns deles. E todos esses

pontos estão atrelados, de alguma forma, ao surgimento do ex-jogador exercendo a função de comentarista.

2.5 - O SURGIMENTO DO EX-JOGADOR COMENTARISTA ESPORTIVO

Por uma carência de bibliografia especializada no assunto, seria impreciso apontar quem foi o primeiro ex-jogador de futebol a se tornar comentarista esportivo, seja no rádio ou na televisão. Em conversas com pessoas que viveram sua juventude entre as décadas de 1930 e 1950, surgiu o nome de Araken Patusca. Filho de Sizino Patusca, primeiro presidente e um dos fundadores do Santos Futebol Clube, o jogador iniciou sua carreira profissional no clube da Baixada Santista em 1923 e fez parte do elenco que conquistou o primeiro título de Campeonato Paulista da história do Santos, em 1935. Araken também defendeu a Seleção Brasileira na primeira Copa do Mundo da história, disputada no Uruguai, em 1930. Após a aposentadoria do futebol profissional, em 1937, o ex-jogador trabalhou como comentarista esportivo e faleceu aos 84 anos. Independentemente de se indicar quem foi o primeiro ex-jogador de futebol na história a se tornar comentarista esportivo, há dois personagens que podem ser considerados fundamentais para que esse movimento se tornasse, futuramente, uma carreira sólida no meio: Leônidas da Silva e João Saldanha.

2.5.1 - LEÔNIDAS DA SILVA, O “DIAMANTE NEGRO”

Leônidas da Silva nasceu em 1913, no Rio de Janeiro, mais precisamente no bairro de São Cristóvão. Na região, concluiu o primário e o colegial em escolas do bairro. Mas seu desejo era se tornar um jogador de futebol, esporte que ainda era amador no Brasil. Após se destacar em partidas recreativas (conhecidas popularmente como “peladas”), iniciou sua carreira de atleta em 1923, no São Cristóvão de Futebol e Regatas, clube do bairro onde cresceu. Em 1931, Leônidas se transferiu para o Bonsucesso Futebol Clube, também do Rio de Janeiro. Foi neste período que o jogador popularizou a bicicleta, jogada plástica do futebol, rara de ser executada. Leônidas, que recebe o crédito de inventor do lance por muitos cronistas esportivos, afirma que ele apenas aperfeiçoou a jogada de Petronilho de Brito, outro jogador brasileiro. De qualquer maneira, foi dos pés de Leônidas que a bicicleta se popularizou no futebol mundial.

Na equipe do Bonsucesso, foram apenas dois anos, mas tempo suficiente para despertar a atenção de outros clubes e da Seleção Brasileira. Em 1932, aos 19 anos, o atacante seria convocado pela primeira vez para jogar pelo Brasil, em uma partida contra o Uruguai, em Montevideu. Leônidas marcou os dois gols da Seleção Brasileira, despertando a atenção de clubes do exterior. O jogador, que atuaria pelo Brasil na Copa do Mundo de 1934, na Itália, transferiu-se no mesmo ano para o Peñarol, clube tradicional do Uruguai. Mas devido a uma lesão no joelho, não conseguiu desenvolver seu futebol.

O “Homem de borracha”, apelido que recebeu no Uruguai, em alusão a sua elasticidade, voltou ao Brasil em 1934 e atuou pelo Vasco da Gama e pelo Botafogo antes de se transferir para o Flamengo, em 1936. Em seis anos no tradicional clube carioca, o atacante marcou 153 gols em 149 jogos. Essa média de 1,03 gols por partida é, até hoje, a maior média de gols de um jogador na história do Flamengo.¹³ Em 1938, Leônidas seria convocado novamente para atuar pela Seleção Brasileira em uma Copa do Mundo.

Na Copa do Mundo da França, em 1938, o atacante estava no auge da carreira. O Brasil terminaria a competição na terceira colocação (melhor posição da Seleção até então) e Leônidas seria o artilheiro do torneio. Foi neste torneio que o jogador se tornou o “Diamante Negro”. Apelidado assim pelos jornalistas franceses, por se tratar de uma joia rara em campo, o atacante ainda defenderia o Flamengo até 1941. No ano seguinte, seria transferido para o São Paulo. Na estreia pelo clube paulista (São Paulo 3 x 3 Corinthians) foi registrado o maior público da história do Estádio do Pacaembu, localizado em São Paulo: 71.281 pessoas foram prestigiar a primeira partida do “Diamante Negro” pelo clube.¹⁴ Leônidas atuou pelo São Paulo até 1950 e se aposentou do futebol profissional no mesmo ano, aos 37 anos. Por ter nascido e jogado em uma época em que a televisão ainda não fabricava seus ídolos, sua fama não ganhou a dimensão de vários outros craques do futebol.

Em 1951, Leônidas iniciou sua breve carreira de treinador, que durou pouco mais de um ano. A partir daí, o ex-jogador se transformaria em um craque com o microfone. O primeiro convite para se tornar comentarista esportivo surgiu de Paulo Machado de Carvalho,

¹³ Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Estat%C3%ADsticas_do_Clube_de_Regatas_do_Flamengo>

¹⁴ Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/esportes/estadio_pacaembu/historia/anos_40/index.php?p=8634>

empresário, dirigente do São Paulo (já havia criado uma relação com o então jogador do clube paulista) e dono da Rádio Panamericana, uma emissora voltada inteiramente para o esporte.

Era a oportunidade que Leônidas precisava para não ficar distante dos gramados e de seus ex-companheiros. Leônidas ficou assustado com o convite, pois não fazia a menor ideia de como poderia ser essa nova atividade profissional. Ele tinha convivido anos e anos com os principais cronistas esportivos do País, mas daí a tornar-se um deles era uma responsabilidade muito grande. Entretanto, Leônidas resolveu enfrentar o desafio e aceitou a proposta (RIBEIRO, 1999, p. 239).

Se na carreira profissional, o jogador ficou conhecido como “Homem de borracha” e “Diamante Negro”, na atividade de comentarista esportivo, Leônidas também possuía uma referência especial.

‘O maior craque de ontem e o melhor comentarista de hoje’, ‘O comentarista que conhece, porque esteve lá’. Os slogans com que era apresentado para os comentários podia entusiasmar os ouvintes, mas não a Leônidas. Ele sempre foi bastante crítico, exigente como na época em que dava o próprio sangue para vencer uma partida. Tinha uma disposição de um garoto para enfrentar uma verdadeira maratona de coberturas esportivas que a emissora impunha (RIBEIRO, 1999, p. 244).

Aos poucos, o ex-jogador foi ganhando espaço e se tornando um dos principais comentaristas esportivos do Brasil. Seu carisma e prestígio eram tão grandes que o apelido de “Diamante Negro” já havia se tornado nome de um chocolate, famoso até os dias atuais. O ex-jogador, que atraía cada vez mais audiência para a Rádio Panamericana, rivalizava com figuras consagradas do rádio brasileiro, como Mário Moraes, Ary Silva e Geraldo Bretas. E o primeiro grande desafio de Leônidas como comentarista seria a Copa do Mundo de 1958, na Suécia. De acordo com o jornalista André Ribeiro, autor da biografia *Leônidas da Silva - O Diamante Eterno* (1999), a cobertura do Mundial revelou ao torcedor brasileiro o Leônidas comentarista com um estilo muito parecido com o do Leônidas jogador de futebol.

Provocador e polêmico; encrenca era com ele mesmo. [...] O alvo predileto de suas críticas era o meio-campista Dida. Parecia até uma campanha contra o craque flamenguista. Leônidas queria ver Pelé em seu lugar e por isso vivia falando horrores de Dida (RIBEIRO, 1999, p. 248).

Leônidas continuou a desenvolver sua carreira de analista esportivo na Rádio Panamericana, sendo o comentarista titular nas Copas do Mundo de 1962, no Chile, e de 1966, na Inglaterra. Na década de 1960, ao viajar para o Rio de Janeiro para comentar, era convidado pelo locutor Luis Mendes a participar, na TV Globo, da Resenha Facit, a primeira mesa-redonda de debate esportivo

da televisão brasileira. O programa era conhecido por ter em seu elenco os principais comentaristas esportivos da época, como por exemplo João Saldanha, Nelson Rodrigues e Armando Nogueira.

Leônidas, que também trabalharia na TV Paulista e na TV Record, esteve presente como comentarista nas Copas do Mundo de 1970, no México, e de 1974, na Alemanha. E foi neste ano de 1974 que os primeiros traços do mal de Alzheimer começaram a atacá-lo. Antes do início da Copa do Mundo, a Seleção Brasileira faria uma série de amistosos pela Europa. Um deles seria na cidade francesa de Estrasburgo, local em que Leônidas conquistara fama e prestígio na Copa de 1938. Em um passeio ao estádio com o ex-jogador, o repórter Luiz Carlos Ramos percebeu que algo estava estranho.

A curiosidade atiçava o repórter a querer ouvir as descrições das jogadas e dos gols mais belos marcados por Leônidas. [...] Luiz ficou um pouco decepcionado com a reação de Leônidas, que parecia não se recordar de praticamente nada do que ele próprio havia feito naquele mesmo local (RIBEIRO, 1999, p. 273).

Devido aos constantes esquecimentos, Leônidas teve de se afastar definitivamente do futebol. Em 1976, aos 63 anos, ele se aposentaria da carreira de comentarista esportivo. Foram quase 20 anos com a doença até a internação se tornar inevitável. A Casa de Repouso São Camilo, em São Paulo, foi seu lar nos últimos 11 anos de vida. Leônidas da Silva, o “Homem de borracha”, o “Diamante Negro”, morreu no dia 24 de janeiro de 2004, aos 90 anos, em decorrência das complicações do Alzheimer e de um câncer na próstata.

2.5.2 - JOÃO SALDANHA, O “JOÃO SEM MEDO”

João Alves Jobim Saldanha nasceu em 1917, no Rio Grande do Sul. Em 1931, aos 14 anos, mudou-se com a família para o Rio de Janeiro. Dez anos depois, em 1941, após fraturar a perna durante uma partida, pôs fim à sua breve carreira de jogador do Botafogo, clube tradicional da cidade. Após a Segunda Guerra Mundial, em 1945, decidiu estudar História em Paris. Ao chegar na França, acabou optando por trabalhar como jornalista, mesmo que sem formação acadêmica, em uma agência independente de notícias – a agência Aldo. Saldanha viajaria pela Europa para fazer reportagens, visitando ruínas da guerra, além de prisões e campos de concentração nazistas. Dois anos depois, em 1947, ele retornaria ao Rio de Janeiro para trabalhar no jornal Folha do Povo, periódico que defendia ideais de esquerda. Nesse

período, Saldanha, que já tinha se filiado antes da viagem à Europa, retomou atividades no Partido Comunista Brasileiro, o PCB, um partido considerado ilegal. No período de 1949 e 1954, vivendo de forma clandestina, Saldanha se entregaria a uma nova paixão.

Não era um comunista perigoso, ferozmente procurado, embora condenado à revelia a cinco anos de prisão. Procurado, continuava viajando muito. [...] por curtos períodos. Porque, nesta época, tinha sempre um pouso certo entre um voo e outro: a praia de Copacabana. Ali, João começaria a se entregar a uma paixão maior: o futebol (MÁXIMO, 1996, p. 23).

Em 1948, ainda na semiclandestinidade, Saldanha foi convidado a se tornar diretor de futebol do Botafogo. Imerso no meio esportivo profissional, percebeu que o papel de um treinador de futebol era escolher os melhores jogadores e conversar com eles sobre a aplicação de um padrão de jogo. Em 1957, foi escolhido como técnico do Botafogo. Mas ao mesmo tempo em que defendia seus ideais (uma das razões pela qual surgiu o apelido de “João Sem Medo”), em relação à prioridade de se escalar os melhores jogadores em vez de priorizar o esquema tático, também conquistava desafetos, internamente, por opiniões divergentes. Em 1960, Saldanha acabou sendo demitido da função de treinador do Botafogo e resolveu investir na função de comentarista esportivo.

Nessa nova profissão, Saldanha se destacava por conseguir se expressar de forma simples, clara e bem articulada, transmitindo seus conhecimentos de futebol tanto ao público mais exigente como ao menos entendido do assunto.

Nacional, Mayrink Veiga, Guanabara, Continental, Globo, Jornal do Brasil, não exatamente nessa ordem, seriam as emissoras de rádio em que trabalharia nos próximos 30 anos. Nelas, desde o primeiro minuto, criou uma nova linguagem para o comentário esportivo: simples, clara, direta, coloquial, com muito de papo de esquina. [...] João Saldanha vinha com aquela de ‘meus amigos...’ e entrava em todas as casas com uma análise que qualquer menino entendia. Explicava o jogo, ensinava, falava a linguagem do povo, sem, no entanto, apelar para a vulgaridade: tornou-se também o comentarista da intelectualidade, muito da qual aprendeu a gostar de futebol com ele (MÁXIMO, 1996, p. 55).

Independentemente do veículo para qual trabalhava, João Saldanha defendia sempre a presença do bom jogador, do craque, um posicionamento que não agradava aos dirigentes dos clubes. Essa posição de Saldanha criaria desafetos, corroborando seu apelido de “João Sem Medo”. A alcunha ia ganhando força, na medida em que o então comentarista criticava os dirigentes de futebol, incluindo a preparação da Seleção Brasileira para a Copa do Mundo de 1966. Após fracassar na Copa, o Brasil continuava a ser derrotado nas competições em que

participava. Ao mesmo tempo, Saldanha vinha fazendo críticas objetivas, ponderadas e construtivas. Desejando que os estádios nacionais voltassem a encher e que os brasileiros voltassem a acreditar na Seleção Brasileira, João Havelange, presidente da Confederação Brasileira de Desportos (CBD), autorizou que João Saldanha recebesse o convite para ser o treinador do Brasil.

De acordo com João Máximo, autor da obra *João Saldanha: sobre nuvens de fantasia* (1996), foram dois “Saldanhas” que comandaram a Seleção Brasileira. O primeiro, em 1969, com um discurso eloquente, confiante e bem-humorado. Este Saldanha classificou o Brasil para a disputa da Copa do Mundo de 1970, que seria disputada no México, com 100% de aproveitamento nas Eliminatórias para a Copa, fazendo com que os brasileiros voltassem a acreditar na conquista do tricampeonato Mundial.¹⁵ Mas havia também o Saldanha de 1970, extremamente sensível às críticas, desgastando-se frequentemente com os demais membros da comissão técnica da Seleção. Além disso, surgia também uma impaciência e um estresse com a imprensa, à qual o então treinador classificava de corrupta, por estar comprometida com a CBD e com os militares. João Saldanha acabaria sendo demitido da função de técnico do Brasil. Zagallo foi o escolhido para substituí-lo e acabou levando a Seleção Brasileira a conquistar seu terceiro título mundial, em 1970, no México. A Saldanha, restaria retomar a carreira de comentarista esportivo. E foi assim, com seu estilo peculiar, que João Saldanha retornou ao jornalismo esportivo, trabalhando como comentarista na Rádio Globo, líder de audiência na época.

Em toda a sua carreira de analista, João Saldanha evitava adotar uma postura de neutralidade, tão buscada por jornalistas da época. Em vez disso, ele buscava defender seu ponto de vista, explicando de forma clara seu posicionamento.

Eu gostava muito de acompanhar o João Saldanha. Ele era agressivo, até falou mal de mim quando eu jogava. Mas eu gostava do estilo dele. Passava muito conhecimento e, quando precisava, era agressivo. É um pouco como eu vejo a função do comentarista. Ele não deve aliviar nos comentários. Se precisar fazer uma crítica, ele deve fazer, mas com respeito. O João era um dos únicos que me fazia parar para prestar atenção nos comentários. Se eu estivesse saindo de casa e ele aparecesse na

¹⁵ O Brasil já havia conquistado as Copas do Mundo de 1958, disputada na Suécia, e a Copa do Mundo de 1962, realizada no Chile.

televisão falando, eu esperava para ver o que ele tinha para falar (CASAGRANDE, 2016).¹⁶

Saldanha, que era apresentado como “o comentarista que o Brasil consagrou”, tinha o costume de começar sua participação com a expressão “Meus amigos...”, uma manifestação que refletia a proximidade com o torcedor, uma amizade imaginária. O rádio o transformou em um comunicador de todas as classes, para todos os gostos. Dono de uma cultura geral, Saldanha era um profissional com embasamento para qualquer tipo de discussão. Através de sua forma simples de falar, utilizando-se de expressões comuns, além da bagagem cultural e da criatividade, Saldanha conseguia transformar uma transmissão de um jogo de futebol em um bate papo informativo.

O João Saldanha me marcou muito como comentarista. Ele tinha um estilo peculiar, falava a linguagem do povo, mesmo sendo um sujeito muito esclarecido, com formação intelectual boa. Era a linguagem do homem de arquibancada, o que fez dele um nome nacional, tanto que chegou a trabalhar como técnico da Seleção Brasileira (TRAJANO, 2016).¹⁷

Sem formação jornalística, seu último trabalho foi como comentarista de televisão pela Rede Manchete, na Copa de 1990, na Itália. Saldanha, já doente e de cadeira de rodas, morreu em Roma, de edema pulmonar agudo, aos 73 anos.

2.6 - O INTERESSE DA TELEVISÃO PELOS EX-JOGADORES

Leônidas da Silva e João Saldanha foram exemplos de ex-jogadores precursores nesta função de comentário esportivo. Com o desenvolvimento da televisão, a prática se tornou – e ainda se torna – cada vez mais comum na mídia. No capítulo três, serão realizados alguns diagnósticos a respeito do aumento dos ex-jogadores na função de comentarista, mas, neste momento, é importante tentar entender o porquê de as emissoras de televisão buscarem esses atletas aposentados para trabalharem no meio. Um dos motivos desses profissionais receberem o convite da televisão é a competência que carregam. O ex-jogador se torna fonte de prestígio e de credibilidade para a emissora. Em outras palavras, ele é uma grife.

¹⁶ Entrevista com o jornalista José Trajano, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

¹⁷ Entrevista com o ex-jogador Casagrande, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

Eu acredito que a contratação deles não é pela audiência, mas sim pela grife. Na época do Leônidas da Silva, eu não acho que se pensava tanto em audiência, mas sim na grife do nome que está ali. O fundamental é a qualidade que vai chegar do outro lado, para o telespectador. A preocupação da TV Globo não é agregar audiência com o Casagrande. Ele está agregando prestígio. Acho que tem que juntar. O Ronaldo é uma grife. Ele tem conteúdo? Se tem, ótimo. Se não, eu preciso agregar conteúdo a essa grife (COELHO, 2016).¹⁸

Kátia Rubio, autora do livro *O atleta e o mito herói: o imaginário esportivo contemporâneo* (2001), cita a técnica da identificação utilizada pela televisão.

A técnica de utilizar a imagem do jogador junto ao público serve para criar a técnica da identificação. Se o seu time vence, você é também um vencedor, que carrega em si, todo o prazer da vitória. E, dessa forma, o torcedor identifica-se, veste literalmente a camisa, e assume as condutas e os valores do jogador (RUBIO, 2001, p. 39).

Rubio descreve essa técnica da identificação, em relação ao atleta que ainda atua profissionalmente. Mas essa análise encaixa-se também no momento em que o jogador se aposenta e é convidado pelas emissoras de televisão a se tornar comentarista. Desta forma, o agora ex-atleta, o herói recém-aposentado, pode continuar a ser exaltado pela mídia, a ser referenciado pelos seus feitos como jogador. São figuras atrativas e lucrativas, que elevam a audiência e sustentam o espetáculo esportivo.

[...] quando a posse de um status midiático assume importância muitíssimo maior que o valor daquilo que se foi capaz de fazer realmente, é normal que esse status seja transferível com facilidade e confira o direito de brilhar de modo idêntico em qualquer lugar. Quase sempre estas partículas midiáticas em aceleração prosseguem sua carreira na esfera do admirável garantido pelo status (RUBIO, 2001, p. 174).

Os veículos de comunicação, ao enxergarem o que essa possibilidade oferece, se apropriam da situação e dos personagens, apostando nos ex-atletas nas transmissões esportivas (principalmente naqueles que obtiveram notoriedade). Desse modo, apresenta-se a lógica da mercadoria, como afirma Debord: “o espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD, 1997, p. 25).

Como foi relatado anteriormente, citando Leônidas da Silva e João Saldanha, a presença de ex-jogadores no telejornalismo esportivo não é recente. Sergio Vilas Boas, autor de *Formação e informação esportiva* (2005), relata que a prática de ex-atletas se transformem

¹⁸ Entrevista com o jornalista Paulo Vinícius Coelho, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

em comentaristas se consagrou em 1980, principalmente com jogadores que defenderam a Seleção Brasileira. Eles conquistaram um espaço nas emissoras de televisão, assim como em colunas de jornais e revistas. Para Vilas Boas, esse fenômeno ganha ainda mais destaque em época de Copa do Mundo, quando antigos jogadores voltam à mídia e permanecem durante um breve período em aparição.

A presença do ex-jogador é importantíssima. Ele pode dar versões de quem esteve lá. Sabe porque soube. Mas, claro, desde que possa acrescentar algo ao blábláblá de costume. Só ter sido craque não basta. E nem precisa ter jogado um bolão. Basta se comunicar bem e entender do riscado e do jogado (VILAS BOAS, 2005, p. 37).

Outra situação que pode ser debatida, a respeito do interesse da mídia televisiva em contratar ex-jogadores para suas equipes de comentaristas de futebol, diz respeito à interação parassocial. Giuseppe Mininni, filósofo italiano, afirma que:

A interação parassocial exige que os usuários da mídia atribuam um determinado status de 'realidade' às figuras que nela atuam para que se sintam prontos para ativar um modelo de relação com elas. É possível estabelecer uma relação parassocial com uma figura midiática de muitas maneiras: antes de qualquer coisa, com seu ser pessoal, 'de carne e osso', depois, com o papel que ela personifica em um programa e até com a forma pessoa que essa figura simula (MININNI, 2008, p. 61).

Dessa forma, é possível o questionamento referente ao interesse das emissoras de televisão – ou dos próprios ex-jogadores – criarem personagens estereotipados como mecanismo para um eventual pertencimento à sociedade, ao telespectador. Em outras palavras, um ex-jogador que se tornou comentarista sabe falar um português correto, mas prefere-se que ele fale errado para que ele seja identificado com um público desprovido de educação escolar. Ou, por exemplo, um ex-jogador que procura (ou é orientado a) falar uma linguagem refinada, passando a ideia de conhecimento.

Esse fato poderia ser percebido também em jornalistas, principalmente no que se refere à questão da linguagem. Mas ao se falar de interação parassocial, há uma possibilidade maior de a situação surgir envolvendo ex-jogadores. Constantemente, observam-se histórias de pessoas que confundem esses ex-jogadores com a imagem que eles passam ou com personagens que eles constroem. Essa confusão torna-se ainda mais evidente no momento em que a própria mídia fomenta e evidencia o fato, uma vez que o cenário é de interesse dela. Um exemplo disso está na figura do ex-jogador Casagrande. Além de ter sido um dos ídolos do Corinthians, clube de futebol tradicional da cidade de São Paulo, o atual comentarista da TV Globo tem uma

história de vida conturbada, com problemas de dependência química e tratamento para abandonar as drogas. Em algumas oportunidades, o ex-jogador cita na televisão o seu complicado histórico. Em outros momentos, a própria emissora explora esse passado do atleta. Seja proposital ou não, o fato chama a atenção de pessoas com problemas de dependência química que buscam reabilitação ou que também conseguiram superar as adversidades. Como consequência disso, atrai-se uma possível nova audiência.

Além da interação parassocial, do prestígio e da identificação, citados como pontos de interesse da televisão em contratar ex-jogadores para se tornarem comentaristas esportivos, ainda há outras questões que envolvem esse interesse, como audiência, paixão e estilo. Essas características serão citadas a seguir, mas desenvolvidas de forma mais aprofundada no capítulo três, no momento em que se fará uma relação direta entre jornalistas e ex-jogadores, e como cada característica que eles possuem podem contribuir no momento da escolha entre um ou outro, ou inclusive entre os dois juntos. Por ora, seja jornalista ou ex-jogador, a discussão se volta para a função e as características do profissional que exerce o ofício de comentarista esportivo.

2.7 - FUNÇÃO E CARACTERÍSTICAS DO COMENTARISTA ESPORTIVO DE TELEVISÃO

Como citado anteriormente, o jornalismo praticado na televisão possui características próprias. Uma das principais é a importância da imagem vinculada à narrativa. Da mesma forma, a função de comentarista esportivo também possui suas particularidades e delimitações, para que não se confundam com as atribuições do narrador e do repórter de campo. Desta forma:

[...] o comentarista tem a função nobre de explicar e permitir ao torcedor que acompanhe o jogo de forma diferenciada. Entre tantas funções importantes, cabe a ele analisar o que aconteceu, o que pode acontecer e antever o que aconteceria numa partida. Analisar com consistência, por exemplo, quando um treinador muda a forma de um time jogar ou quando coloca em campo ou na quadra um determinado jogador. Ver realmente a partida, explicar ao torcedor o que está acontecendo e tentar prever, com a mesma simplicidade, o que ainda vai acontecer (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 78-79).

A definição sobre a função do comentarista, realizada por Heródoto Barbeiro e Patrícia Rangel, vai ao encontro da opinião de Galvão Bueno, narrador da TV Globo desde 1982. Mas ele resume a descrição do que é ser comentarista, baseado em uma analogia.

O comentarista é fundamental para uma transmissão. Enquanto o narrador conta a história e deve vender a emoção, o comentarista faz a leitura do jogo. O Bob Faria, nosso comentarista de Belo Horizonte, disse uma vez que o narrador é o cantor da banda. Mas você tem que ter alguém que cuide do arranjo e de todo o resto. Esse é o comentarista. Ele põe ordem nas coisas. Ele faz a análise, mostra a quem está assistindo a opinião dele, o desenvolvimento da partida. Ele dá o ritmo diferenciado, em relação à narração (BUENO, 2018).

Para Caio Ribeiro, ex-jogador e atual comentarista da TV Globo, uma das funções primordiais do comentarista é interpretar o jogo.

É muito importante a presença do comentarista. O narrador passa a emoção do que está acontecendo. Mas, muitas vezes, só a emoção não basta. O telespectador quer saber o que está acontecendo, porque o treinador fez determinada mudança. Aí é papel do comentarista interpretar quais são as intenções dos jogadores e do treinador. Se alguém errou, se o treinador mexeu mal, se a estratégia do time não funcionou. Acho que o telespectador quer escutar isso. Então o lado técnico do comentarista e o lado emocional do narrador se completam em uma transmissão (RIBEIRO, 2016).¹⁹

O ex-jogador também faz uma breve descrição do que, para ele, seria um comentarista ideal em uma transmissão de futebol.

Ele deve ter boa leitura do jogo, ter informação e gostar do que faz. Deve ter a técnica de analisar o jogo, mas ao mesmo tempo deve ter uma linguagem simples e, às vezes, popular, pois ele está falando para todos os públicos. É fundamental que ele não fale o que ele faria, mas sim que interprete quais são as intenções do treinador naquele momento (RIBEIRO, 2016).²⁰

Francisco Aiello, jornalista que iniciou sua carreira na reportagem esportiva e posteriormente migrou para a função de comentarista, cita uma dualidade existente nessa posição.

Comentar é fácil e difícil ao mesmo tempo. Fácil porque a posição do comentarista é muito cômoda. Ele antes e durante o jogo faz um monte de ‘achismos’ e suposições. Se acerta, é gênio, é bom, sabe tudo etc. Se erra, arranja sempre uma desculpa para justificar. O bom é que não corre o risco de perder o emprego como ocorre com a

¹⁹ Entrevista com o ex-jogador Caio Ribeiro, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

²⁰ Entrevista com o ex-jogador Caio Ribeiro, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

maioria dos treinadores que escala e mexe mal nos times. E é difícil porque cada veículo de comunicação tem o seu perfil de público. Um dos segredos é saber se comunicar de acordo com esse público. Já vi muita gente perder o emprego ou não agradar ao torcedor porque não conseguia falar a linguagem certa daquele receptor (GUEDES, 2009, p. 34).²¹

Marco Mora, diretor de esportes da TV Globo durante 33 anos, participou da formação de diversos comentaristas da emissora. Assim como Aiello, ele também repudia nas transmissões os “achismos”, já citados anteriormente. Além disso, há técnicas importantes para que o comentarista possa ser aproveitado na televisão, seja ele um jornalista ou um ex-jogador.

Algumas coisas são básicas dessa função. Por exemplo, desenvolver técnicas de dicção e impostação de voz, aprender a respirar, ter um português ok, principalmente em termos gramaticais. O comentarista também não pode ser leviano, dizendo que falaram isso ou aquilo. A televisão é um canhão, uma potência de repercussão. Então o comentarista não pode falar achismos. Ele deve ter a informação (MORA, 2016).²²

Outro jornalista que ratifica a aversão aos “achismos” é Paulo Vinicius Coelho. O comentarista dos canais por assinatura FOX Sports afirma que sua migração da reportagem para o comentário decorreu do desejo de apurar e informar, em vez de achar.

Eu quis virar comentarista porque eu via os comentaristas falando ‘eu acho isso, acho aquilo’. E eu acredito que ser comentarista não é isso. É usar os fatos, as apurações, as informações para analisar as coisas. Eu achava que podia ser uma junção de repórter com analista. Ser comentarista não é usar o que você é para dizer o que você acha, mas sim ter a capacidade de analista. Muitas vezes o comentarista acredita que ele está ali para dar a opinião dele. Não é isso. Alguma coisa você deve agregar. Informação, apuração, conversas com fontes, conhecimento. Acho que a gente ouve muito pouco. A gente tem que saber ouvir, que é um exercício de repórter. Ele observa e ouve. Ao fazer isso, você acumula um conhecimento que não tinha. E você passa esse conhecimento para o telespectador (COELHO, 2016).²³

Percebe-se que diversos profissionais que atuam como comentaristas esportivos citam a questão dos “achismos”, um dos desafios que os profissionais enfrentam na luta para serem bem-sucedidos na profissão. A opinião ou informação sem embasamento é cada vez menos aceita pelo público. Portanto, uma das funções primordiais do comentarista esportivo é transmitir a informação de forma clara, contundente, precisa e com fundamento.

²¹ Entrevista com o jornalista Francisco Aiello, concedida ao jornalista Bruno Otto Guedes, autor do Trabalho de Conclusão de Curso *Palavra Fácil: história e análise da função de comentarista de futebol* (2009), na Faculdade de Comunicação de Universidade Federal de Juiz de Fora.

²² Entrevista com o jornalista Marco Mora, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

²³ Entrevista com o jornalista Paulo Vinicius Coelho, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

Além da clareza e da precisão, há outras características importantes para que o profissional seja um bom comentarista. De acordo com Denílson, ex-jogador do São Paulo, do Betis (Espanha) e da Seleção Brasileira, e que há oito anos trabalha como comentarista da TV Band, o atributo principal de um comentarista é a leveza.

Acho que se leva muito a sério esse posto de comentarista. Para mim, particularmente, o desafio, no início, era controlar meu lado brincalhão com o lado mais informativo. E eu acredito que consiga me comunicar bem quando o assunto é sério, mas também consigo colocar o lado do humor, da brincadeira. E o futebol, a sociedade, a gente precisa disso, dessa leveza. É essa leveza que eu procuro sempre levar para os meus comentários (DENÍLSON, 2016).²⁴

Leveza é a palavra que Caio Ribeiro, comentarista da TV Globo, também cita, ao afirmar a necessidade de não se levar tudo tão a sério no meio do futebol.

Temos que dar valor ao futebol, mas entender que é só um jogo. Se o jogador perdeu um gol, se o time foi eliminado, a vida continua. Então acho que a gente deve deixar a coisa mais leve. Por isso me preocupo muito com o linguajar mais populista, sem termos rebuscados. Sei que tem o momento de falar mais bonito, o momento de ser mais enérgico, duro, mas precisamos trazer leveza para a transmissão (RIBEIRO, 2018).

Já Casagrande, ex-jogador e comentarista da TV Globo, acredita que a simpatia nos comentários é fundamental.

Depende muito da filosofia da emissora em que ele trabalha. Mas normalmente, é o cara que sabe falar na hora certa, que sabe o momento de concluir o raciocínio, que tem boa leitura do jogo, que consegue envolver o telespectador com simpatia. Não é só comentar o que está acontecendo. O cara em casa está vendo aquilo. Você tem que dar um pouco a mais para ele. E tem que tomar cuidado para não parecer que a sua opinião é a única que vale (CASAGRANDE, 2018).

Casagrande reforça o pensamento sobre a importância de um comentarista na transmissão de uma partida de futebol.

Eu acho que a transmissão fica mais completa com a participação de um comentarista. O telespectador que gosta de futebol se envolve com a partida, e muitas vezes não tem com quem debater sua opinião. Então o comentarista acaba fazendo esse papel, opinando sobre o jogo, fazendo com que o telespectador concorde ou não. E isso acaba prendendo o telespectador na transmissão (CASAGRANDE, 2018).

²⁴ Entrevista com o ex-jogador Denílson, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

Nessa tentativa de descreverem algumas características da função de comentarista, os profissionais do meio citam a necessidade de uma linguagem popular, da simpatia, e a presença dos “achismos” (mesmo que muitos não concordem) e da paixão nos comentários. De forma semelhante, percebe-se que essas são características presentes na essência da sociedade brasileira. Nesse sentido, é significativo apresentar Hilário Franco Jr. e sua ideia de que o futebol pode ser um poderoso instrumento de leitura da sociedade.

[...] o futebol adquire, dentro de toda a sua estrutura, o poder de ser a maior manifestação coletiva da sociedade moderna, onde seus praticantes jogam o futebol de acordo com os aspectos, realidade e temperamento de seu país de origem. De acordo com o técnico da seleção boliviana na Copa de 1994, Miguel Askargota, ‘joga-se futebol como se vive’ (FRANCO JR., 2007, p. 315).

Fazendo uma analogia à afirmação “joga-se futebol como se vive”, é possível apresentar um contexto no que se refere aos comentaristas de futebol ou, parafraseando Hilário Franco Jr., “comenta-se futebol como se vive”. Para que seja possível criar uma identificação entre esses comentaristas e o telespectador, é necessário que o profissional do meio televisivo consiga estabelecer um vínculo direto com o seu público. Por isso, percebe-se a presença de características próprias da sociedade brasileira, como por exemplo a linguagem popular, a leveza e a paixão nos comentários esportivos.

Além dessas características, citadas por alguns comentaristas, Casagrande fala em prender o telespectador na transmissão. Prender, no sentido de estabelecer um vínculo, mantendo a pessoa naquele canal e, conseqüentemente, fazendo com que a emissora conquiste uma maior audiência. E a audiência é uma das questões centrais a serem abordadas nessa fase da dissertação. No capítulo três será discutida a relação entre jornalistas e ex-jogadores na função do comentário esportivo. Mas, nesse momento, é importante citar a audiência, pois ela pode estar diretamente vinculada à estratégia das emissoras de televisão, no momento em que optam pela contratação de um ex-jogador para ser comentarista de suas transmissões, em detrimento de um jornalista de formação.

2.8 - TUDO PELA AUDIÊNCIA?

Para destacar a audiência, pode-se citar a obra *Sobre a Televisão* (1997), em que Pierre Bourdieu chama a atenção para a concorrência acirrada e a disputa por mercado.

O campo jornalístico age, enquanto campo, sobre os outros campos. Em outras palavras, um campo, ele próprio cada vez mais dominado pela lógica comercial, impõe cada vez mais suas limitações aos outros universos. Através da pressão do índice de audiência, o peso da economia se exerce sobre a televisão, e, através do peso da televisão sobre o jornalismo, ele se exerce sobre os outros jornais. [...] E, da mesma maneira, através do peso do conjunto do campo jornalístico, ele pesa sobre todos os campos de produção cultural (BOURDIEU, 1997, p. 81).

Ao realizar uma análise do cenário atual do telejornalismo esportivo brasileiro, constata-se que as emissoras de televisão aberta (TV Globo e TV Band) têm em seus elencos apenas ex-jogadores atuando como comentaristas de transmissões de futebol. Já nas emissoras de televisão por assinatura (SporTV, ESPN e FOX Sports), há uma mescla entre jornalistas e ex-jogadores. Porém, cada vez mais, essas emissoras de televisão por assinatura estão em busca de jogadores aposentados.

Na medida em que se aprofunda esse diagnóstico sobre a inserção dos ex-jogadores no mercado jornalístico, e trazendo um olhar de indústria para esse mercado televisivo, percebe-se a possibilidade de compará-los a simples mercadorias, que precisam ser originais, diferentes e, principalmente, uma novidade no mercado. Por esse motivo, a televisão, em busca de uma originalidade, acaba seguindo o caminho da banalidade.

Para ser o primeiro a ver e a fazer ver alguma coisa, está-se disposto a quase tudo, e como se copia mutuamente visando a deixar os outros para trás, a fazer antes dos outros, ou a fazer diferente dos outros, acaba-se por fazerem todos a mesma coisa, e a busca da exclusividade, que, em outros campos, produz a originalidade, a singularidade, resulta aqui na uniformização e na banalização (BOURDIEU, 1997, p. 27).

Nesse sentido, de todos fazerem a mesma coisa, da uniformização, conforme afirma Bourdieu, é essencial lembrar os conceitos da Indústria Cultural, utilizando-se de pensamentos de Theodor Adorno e Max Horkheimer, pensadores da Escola de Frankfurt. Na obra *Dialética do Esclarecimento* (1947), os autores afirmam que “[...] a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série [...]” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 57).

Além de destacar e resgatar alguns pensamentos de Bourdieu, Adorno e Horkheimer, é importante lembrar também as ideias de representação e de espetacularização de Debord, temas primordiais da obra *A Sociedade do Espetáculo* (1967) e já destacados no capítulo um dessa dissertação. Sobre a espetacularização, especificamente, pode-se também lembrar do jornalista Eugênio Bucci, no momento em que ele afirma que “os profissionais dos meios de comunicação não estão à parte desse processo. Pelo contrário, “quase sempre trabalham para promover a aproximação entre o público e o show” (BUCCI, 2000, p. 193). O público, nesse caso, seria o telespectador. E o show, a transmissão esportiva.

Inserido nesse contexto da padronização em série e do fomento em transformar todo esse cenário em um show, é relevante citar Christoph Türcke. Em *Sociedade Excitada. Filosofia da Sensação* (2010), o filósofo alemão dá destaque a um capitalismo estético e à exploração dos sentidos humanos, sob a suposição de uma concorrência que se torna obrigatória nas relações sociais. Essa concorrência, gerada por um mercado acirrado, se transformaria em uma luta pela percepção.

Ou seja, se tudo o que não está em condições de causar uma sensação tende a desaparecer sob o fluxo de informações, praticamente não sendo mais percebido, então isso quer dizer, inversamente, que o rumo vai na direção de que apenas o que causa uma sensação é percebido. [...] Por certo, estamos apenas no princípio dessa tendência, mas a pressão econômica da concorrência global cuida para que ela se acelere – uma tendência que na alta pressão noticiosa só faz manifestar-se mais evidentemente (TÜRCKE, 2010, p. 20).

Türcke afirma que “ser é perceber. Em outras palavras: quem não tem sensações, não é” (TÜRCKE, 2010, p. 65). O entendimento de sensação está relacionado com algo que atrai a percepção, o chamativo, o espetacular. Nesse sentido, é possível afirmar que, utilizando-se dessa lógica, as emissoras de televisão sugerem seus comentaristas – sejam eles jornalistas ou ex-jogadores – a explorarem esse cenário de estímulos sensoriais. Em um meio como o telejornalismo esportivo, em que a audiência é cada vez mais disputada e concorrida, o capitalismo estético pode se tornar um diferencial.

Em meio a essas observações, estariam as emissoras de televisão propondo que seus comentaristas exagerassem (em um tom elevado da voz, ou em um figurino extravagante, por exemplo) em busca de uma percepção por parte do telespectador? Seria possível que os canais de televisão estivessem padronizando e produzindo cada vez mais a inserção de ex-jogadores no meio jornalístico? Esses ex-jogadores, detentores de uma representação duradoura com o

torcedor, não estariam se tornando mercadorias para serem “vendidos” ao telespectador, com a finalidade de lucro (nesse caso, audiência)? Marco Mora, ex-diretor da TV Globo, fala sobre a importância da audiência na televisão.

O conteúdo conta, é claro, mas a audiência conta muito mais. Essa é a nossa função, do profissional de televisão: dar mais ibope. É esse número que será mostrado para os investidores de marketing. Mas você só consegue esse número com alguns requisitos: qualidade, criatividade e credibilidade (MORA, 2016).²⁵

Mora cita qualidade, criatividade e credibilidade como requisitos fundamentais na busca pela audiência. Além desses requisitos, há outras condições necessárias que devem estar presentes em um comentarista esportivo de transmissões de futebol: estilo, paixão e identificação são algumas delas. E todas essas características estarão presentes no capítulo três, momento em que será discutida a relação entre o jornalista e o ex-jogador de futebol no exercício da função de comentarista.

²⁵ Entrevista com o jornalista Marco Mora, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

CAPÍTULO 3

A RELAÇÃO ENTRE O JORNALISTA E O EX-JOGADOR NOS COMENTÁRIOS

3.1 – A MULTIPERSPECTIVIDADE

Este princípio de terceiro capítulo da dissertação se propõe a desenvolver e contextualizar a ideia da multiperspectividade, relacionando-a no âmbito do telejornalismo esportivo. Mais especificamente, na função exercida pelo comentarista esportivo. Por isso, é de extrema importância que, desde já, esta noção de múltiplas perspectivas esteja elucidada.

O conceito inspira-se no perspectivismo de Nietzsche, segundo o qual toda interpretação é necessariamente mediada pela perspectiva de quem a faz, trazendo, portanto, em seu bojo, inevitavelmente, pressupostos, valores, preconceitos e limitações. Para evitar a unilateralidade e a parcialidade, devemos aprender ‘como empregar várias perspectivas e interpretações a serviço do conhecimento’ (Nietzsche, 1969:19)” (KELLNER, 2001, p. 129).

No livro *A Cultura da Mídia* (2001), Douglas Kellner, utiliza-se da palavra “conceito” para elucidar a multiperspectividade. Prefere-se evitar essa palavra nesta pesquisa, pois ela tende a referir-se a algo fechado, impossibilitado de ser discutido. Opta-se nesta dissertação por algo mais aberto, que proporcione uma gama maior de interpretações e discussões.

Nietzsche manifesta a ideia de que o conhecimento humano é, por natureza, perspectivado, razão pela qual ele expressa que se deve preferir mais olhos – ou perspectivas – a um olho só. De acordo com Kellner, essas noções de perspectivismo de Nietzsche ajudam no argumento de que, quanto maior o número de perspectivas e interpretações puderem ser utilizadas, mais abrangente e robusta será a compreensão. Kellner utiliza-se dessa noção de multiperspectividade para exprimir ideias relacionadas a estudos culturais. Fala-se de filmes e de música, por exemplo. Ele propõe diferentes teorias dialogando umas com as outras sobre um mesmo objeto. A proposta aqui é conectar as ideias de múltiplas perspectivas no campo dos comentaristas esportivos de televisão.

Atualmente, há no mercado do telejornalismo esportivo dois diferentes tipos de profissionais que exercem a função de comentarista: os jornalistas, que habitualmente desempenham esse papel, e os ex-jogadores de futebol, que, após o fim de suas carreiras

profissionais, passaram a ser convidados pelas emissoras de televisão a integrarem suas equipes. Tendo como base as noções da multiperspectividade, há uma série de possíveis debates em torno da relação entre jornalistas e ex-jogadores. Como os saberes deles podem dialogar entre si? De que forma o jornalista, com sua facilidade em se expressar com clareza e simplicidade, pode ajudar o ex-jogador a se fazer entender melhor? De que maneira o ex-jogador, através de seu conhecimento prático de dentro do campo, pode enriquecer a visão de jogo do jornalista? E como cada um, com sua experiência própria, pode conduzir o telespectador a um melhor entendimento de um jogo de futebol? São questões que passarão a ser discutidas a partir deste momento da dissertação, com a contribuição de diversas opiniões dos próprios jornalistas e ex-jogadores que exercem a função de comentarista esportivo na televisão.

3.2 – O COMENTARISTA IDEAL

No capítulo dois da dissertação, foram apresentadas algumas características e funções do comentarista esportivo de televisão e, mais especificamente, de transmissões de futebol. A partir deste momento da pesquisa, essa figura do comentarista será desenvolvida com maior destaque. Através de depoimentos de jornalistas e ex-jogadores, será possível evoluir a discussão sobre diversas características que permeiam esta profissão. Antes do aprofundamento em torno dessas características, é importante saber, dos próprios comentaristas, como eles enxergam a atividade. Caio Ribeiro, ex-jogador profissional, atua como comentarista da TV Globo há dez anos. Ele destaca a interpretação como ponto fundamental da profissão.

Ele deve ter boa leitura do jogo, ter informação e gostar do que faz. Deve ter a técnica de analisar o jogo, mas ao mesmo tempo deve ter uma linguagem simples e, às vezes, popular, pois ele está falando para todos os públicos. É fundamental que ele não fale o que ele faria, mas sim que interprete quais são as intenções do treinador naquele momento (RIBEIRO, 2018).

Walter Casagrande Jr., companheiro de Caio Ribeiro na TV Globo, defende que o comentarista precisa oferecer ao telespectador algo além do que ele está assistindo. O ex-jogador de Corinthians, Flamengo, Benfica (Portugal), Napoli (Itália) e Seleção Brasileira, também cita a simpatia como característica importante da função.

Depende muito da filosofia da emissora em que ele trabalha. Mas normalmente, é o cara que sabe falar na hora certa, que sabe o momento de concluir o raciocínio, que tem boa leitura do jogo, que consegue envolver o telespectador com simpatia. Não é

só comentar o que está acontecendo. O cara em casa está vendo aquilo. Você tem que dar um pouco a mais para ele. E tem que tomar cuidado para não parecer que a sua opinião é a única que vale (CASAGRANDE, 2018).

Já Mauro Beting, jornalista que atualmente é comentarista dos canais digitais TV Esporte Interativo, também defende o “algo a mais” citado por Casagrande. Beting, que já teve passagens pela TV Band e pelos canais por assinatura Fox Sports, resume o que, para ele, é um comentarista ideal.

Acho que o comentarista deve trazer ao telespectador um algo a mais. É preciso dar informações que sejam relevantes. O problema é que, de repente, o que é relevante para mim pode ser bobagem para o telespectador. É interessante também se o comentarista conseguir ir um pouco além do futebol. Por exemplo, contextualizar algo com a realidade política e econômica do país, ou pegar temas da atualidade e tentar inserir no futebol. E para conseguir fazer isso, ele precisa estudar muito. O comentarista também precisa ter capacidade e discernimento para expor suas ideias, precisa falar pausadamente, para as pessoas entenderem, precisa ter precisão nos comentários, buscar sempre a melhor versão possível dos fatos. E ser verdadeiro, sempre. Quanto mais próximo você for daquilo que você realmente é, mais próximo do, digamos, ideal, será como comentarista (BETING, 2016).²⁶

Paulo César Vasconcellos, chefe de redação dos canais por assinatura SporTV durante dez anos e atual comentarista da emissora, acredita que o comentarista ideal é aquele que se prepara, que se interessa pelo tema e não apenas pelo jogo. Além disso,

Ele deve trazer um nível de informação expressivo, deve compreender que está falando para um público diversificado, dominado e motivado pela emoção, pela paixão. Ele também deve saber que, em uma transmissão, o dono daquilo é o narrador. Ele, comentarista, é apenas um coadjuvante que entra para pontuar certas situações. E quando entra, deve entrar de forma objetiva, sem se alongar, sem atrapalhar a ação do jogo (VASCONCELLOS, 2016).²⁷

Paulo César Vasconcellos citou o narrador como figura mais importante dentro de uma transmissão, sendo o comentarista um coadjuvante. Galvão Bueno figura dentre os principais narradores esportivos da história da televisão brasileira. Mas no início da carreira, Bueno também atuou como comentarista. Por estar diretamente ligado ao comentarista, em todas as transmissões de jogos de futebol na televisão, é relevante entender como um narrador enxerga um modelo exemplar de comentarista esportivo.

²⁶ Entrevista com o jornalista Mauro Beting, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

²⁷ Entrevista com o jornalista Paulo César Vasconcellos, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

Um bom comentarista deve ter uma cultura esportiva. Tem que ter paixão. Nada na vida é feito sem paixão. Eu não acredito em nenhum profissional de futebol que não tenha o seu clube de preferência. Além disso, tem que estudar muito e conhecer do negócio. Tem toda uma história do futebol que vem lá de trás, antes mesmo do comentarista ter nascido. E é preciso saber dessa história. Então ele tem que se preparar e estudar muito. E para a transmissão, em si, ele tem que trazer informações, entender o que está se passando no contexto daquela partida. Por exemplo, porque está jogando x e não y, qual a característica daquele técnico, os esquemas táticos... E para estudar tudo isso, tem que ter paixão (BUENO, 2018).

Galvão Bueno cita a paixão como essencial na função de um comentarista. E desenvolve mais a questão, destacando a importância – e a capacidade – de se separar paixão e isenção.

Eu não acho que a paixão atrapalhe o comentarista. Todos têm a capacidade de ter isenção. Se o comentarista não tiver essa capacidade, não vai longe. É *sine qua non* que o comentarista tire a camisa do clube e possa passar ao telespectador exatamente aquilo que está acontecendo. O Casagrande tem origens no Corinthians, porque foi formado lá, mas ele comenta com alegria uma conquista de um outro time brasileiro. O grande profissional sabe diferenciar paixão e isenção (BUENO, 2016).²⁸

Ter informação, gostar do que faz, possuir uma linguagem simples, ser simpático, comentar com paixão. Todos esses pontos são levantados como relevantes por comentaristas esportivos, sejam eles jornalistas ou ex-jogadores. Assim como esses, há outros tópicos em que jornalistas e ex-jogadores estão de acordo. Igualmente, há distintas situações em que há divergência de pontos de vista entre eles. Concordância ou discordância à parte, o que se propõe neste momento é a discussão sobre o papel desses profissionais na função de comentarista esportivo.

Para um melhor desenvolvimento da relação entre os jornalistas e os ex-jogadores que atuam como comentaristas no mercado do telejornalismo esportivo, essa pesquisa tem como objetivo entrevistar os próprios profissionais do meio, na tentativa de entender a opinião de cada um e como eles enxergam, não só essa relação, como também diversos aspectos específicos e características de cada um.

²⁸ Entrevista com o narrador Galvão Bueno, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

3.3 – DIFERENCIAIS DO EX-JOGADOR

Em diversas opiniões que serão descritas neste capítulo, tanto de jornalistas como de ex-jogadores, a experiência prática do ex-jogador é citada como ponto de destaque. A compreensão de todos os detalhes de como o jogador toca na bola, a forma como ele enxerga o jogo de dentro do campo, o fato de conhecerem pessoalmente – e até terem jogado - com alguns dos jogadores que estão atuando, são alguns tópicos que podem dar ao ex-jogador que atua como comentarista a vantagem de passar algo diferenciado ao telespectador.

O ex-jogador consegue passar, com mais propriedade, o que acontece dentro de campo. Ele acaba realizando um desejo do jogador-telespectador, que é se sentir representado, já que é um ex-jogador que está ali na televisão falando sobre futebol. Então eu, como ex-jogador, sei exatamente o quanto é doída uma derrota e o quanto é legal demais uma vitória. Eu sei como é a pressão de uma final de campeonato. Então eu acredito que acabo passando uma credibilidade diferente. Talvez isso seja um carimbozinho que o atleta leve para a transmissão, que o jornalista não tenha condições de levar (RIBEIRO, 2016).²⁹

Outra condição que o jornalista não tem facilidade em adquirir é a relação direta com empresários, dirigentes, técnicos e jogadores. Algo que o ex-jogador, por ter vivido intensamente e diretamente no meio, tende a possuir sem dificuldade.

Eu parei de jogar no fim de 2005, mas eu tenho muitos amigos empresários, mantenho relacionamento. Como eu sempre deixei as portas abertas por onde passei, estou sempre em contato com jogadores e treinadores para entender a filosofia de trabalho dos clubes e as novidades. Eu tento levar essas informações para os meus comentários. Eu vou trabalhar no jogo Palmeiras x Água Santa, por exemplo. Provavelmente eu conversarei antes com algum dirigente, com o treinador do Palmeiras, e até mesmo com os jogadores que são meus amigos, para entender um pouco como está a pressão no clube com a mudança do treinador, qual a expectativa deles para o jogo, se a cabeça dos jogadores está focada neste jogo ou no jogo decisivo da Taça Libertadores, na semana seguinte. Acho que é interessante a gente entender a linha de pensamento dos atletas na hora de fazer os comentários (RIBEIRO, 2016).³⁰

Ao mesmo tempo que a intimidade e a amizade com profissionais do meio do futebol podem ser consideradas um diferencial, como afirma Caio Ribeiro, há quem ache que essa relação pode não fazer bem ao ex-jogador que se torna comentarista.

Fundamental também é entender a necessidade de separar amizade e crítica. E ter a consciência que, inevitavelmente, este processo pode causar conflitos. A proximidade

²⁹ Entrevista com o ex-jogador Caio Ribeiro, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

³⁰ Entrevista com o ex-jogador Caio Ribeiro, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

com os personagens principais de uma partida, como por exemplo atletas, treinadores e dirigentes, muitas vezes compromete a análise. Diante da necessidade de avaliar colegas e amigos, o ex-jogador tende a evitar determinados assuntos ou, quando estes forem inevitáveis, apelar para eufemismos (VILARON, 2018).

Casagrande invoca sua memória e sua experiência da época de jogador, para traçar paralelos com os momentos atuais em que deve tecer comentários.

Eu tenho uma virtude muito boa, que é a minha memória. Então eu vou comentando os jogos e lembrando de situações que estão acontecendo, que são parecidas com o que eu vivi em campo. Eu já estou comentando há 20 anos. Então eu vi e vejo ciclos inteiros de jogadores. Isso me ajuda a não ter que estudar tanto, já que eu acompanho a todo momento os jogadores (CASAGRANDE, 2018).

Os jornalistas também concordam que a experiência prática do ex-jogador que atua como comentarista é um diferencial importante. Marco Mora, por exemplo, que exerceu o cargo de diretor-geral de Esportes da TV Globo durante 33 anos, faz uma comparação com o lar das pessoas para fazer sua análise.

Ninguém sabe mais do que acontece na sua casa do que você. Quem mora na sua casa ou quem mora com você na sua casa tem mais condições de opinar sobre sua casa do que eu, que estou vendo sua casa de fora. Eu posso correlatar sua casa com os fatos que existem, mas a análise pura e simples do que acontece na sua casa é de quem mora na sua casa. Por isso, para mim, o jogador de futebol acaba enxergando coisas do jogo que os jornalistas não enxergam (MORA, 2016).³¹

Opinião parecida com a do jornalista Mauro Beting, que também destaca a experiência do ex-jogador.

É legal ter a visão de discernimento do jornalista, mas é muito legal ter a experiência do ex-jogador, que esteve lá dentro de campo. O ex-jogador olha e sabe se o cara é craque, se é enganador, conhece o ambiente interno do clube, entende muito mais de técnica e tática, sabe como o jogador pega na bola. O jornalista deve ter a humildade de enxergar as várias nuances do futebol e entender que o cara que esteve lá no campo pode sim entender e falar de futebol (BETING, 2016).³²

Outro jornalista que exalta a questão técnica e a experiência dos ex-jogadores é Lédio Carmona, jornalista e comentarista dos canais por assinatura SporTV desde 2005.

Para mim, o grande diferencial que o ex-jogador possui é a explicação da parte técnica, sem dúvida. A forma de explicar um lance do jogo, a batida na bola, o momento e até o diagnóstico de uma lesão antes mesmo de se escutar o médico. Só a experiência de

³¹ Entrevista com o jornalista Marco Mora, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

³² Entrevista com o jornalista Mauro Beting, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

campo oferece isso. A parte tática, nós, jornalistas, também enxergamos. Mas o lado técnico é todo de quem jogou (CARMONA, 2018).

O jornalista Sergio Xavier Filho trabalha no meio esportivo desde 1994 e é comentarista de futebol nos canais por assinatura SporTV há dois anos. Ele é mais um que realça toda a bagagem adquirida pelo ex-jogador, salientando a importância que ele, o ex-jogador, deve dar a esse diferencial.

A técnica, o vestiário, a pressão, a gente pode estudar e buscar de todas as formas o conhecimento, mas nunca teremos a experiência real do jogo profissional de futebol. O ex-jogador fez uma espécie de curso intensivo de futebol por 15 ou 20 anos. Viveu o futebol como nenhum apaixonado ou estudioso do esporte viveu. Claro que o ex-jogador/comentarista pode não aproveitar nada disso e fazer comentários protocolares. Aliás, essa é basicamente a diferença entre os bons e os maus. O ex-jogador que se dá bem usa a bagagem em cada análise, em cada observação (XAVIER FILHO, 2018).

Wagner Vilaron é jornalista há 25 anos. Já trabalhou como repórter e colunista dos jornais O Estado de São Paulo, Diário de São Paulo e Lance, e há onze anos exerce a função de comentarista esportivo dos canais por assinatura SporTV. Ele destaca também a habilidade dos ex-jogadores em relatar histórias decorridas na época em que atuavam.

Os diferenciais estão na vivência dentro de um clube, de um grupo, do mercado, de modo geral. Mas entendo que, ao contrário do que possa parecer, este diferencial não aparece tanto no momento de analisar um jogo, mas sim nas histórias que muitas vezes servem para ilustrar ideias e pontos de vista. Os subsídios para analisar um jogo, uma estratégia, podem ser adquiridos com estudo, dedicação e preparo. No entanto, as histórias são sempre mais saborosas quando contadas por seus protagonistas (VILARON, 2018).

3.4 – CUIDADOS PARA O EX-JOGADOR

A experiência prática que o ex-jogador possui, em relação ao jornalista, no exercício da função de comentarista esportivo, pode ser também um ponto de alerta e cuidado para ele. O jornalista Paulo Vinicius Coelho, por exemplo, afirma que esse conhecimento de dentro do campo não basta para que o ex-jogador possa se tornar um comentarista.

O ex-jogador não pode chegar falando que tem conhecimento de dentro do campo e que isso basta. Isso não basta. O comentarista tem que conversar com as pessoas. O conhecimento está mudando, o jogo está mudando. Claro, o ex-jogador pode trazer experiências dele do tempo de jogador. Dizer sobre o jeito de bater na bola, a forma de domínio de bola do jogador, por exemplo. Mas tudo fica melhor com alguém que fez jornalismo. Se o ex-jogador fizer jornalismo, certamente vai agregar muita coisa (COELHO, 2018).

Mesma linha de raciocínio segue o jornalista José Trajano, diretor de esportes dos canais por assinatura ESPN durante 17 anos.

Tem ex-jogador completamente despreparado, que acha que sabe tudo só porque jogou futebol profissional. Aí quando chega para comentar uma partida de futebol internacional, por exemplo, não sabe o nome dos jogadores, de onde vieram, a história dos times. Falam qualquer besteira e acham que vão se bancar só porque estiveram em campo (TRAJANO, 2016).³³

Outros jornalistas também reforçam o pensamento de que o ex-jogador deve entender que é preciso algo a mais, além da experiência vivida dentro de campo, como por exemplo, o comentarista dos canais por assinatura SporTV Lédio Carmona.

Alguns cuidados são fundamentais nesta transição entre jogador e comentarista: usar os ensinamentos e as experiências vividas dentro de campo, mas sem achar que ainda é um jogador; procurar estar mais próximo do jornalismo do que do universo do futebol profissional. Estudar e estar sempre informado, em vez de achar que já sabe tudo e não precisa aprender mais nada (CARMONA, 2018).

Já Wagner Vilaron vai além e destaca outros pontos em que o ex-jogador deve ter cuidado ao migrar do futebol profissional para a televisão.

O principal é resistir à pressão corporativista de achar que só o ex-jogador é qualificado para analisar futebol. Curioso é que essas mesmas pessoas aceitam e respeitam jornalistas que falam sobre qualquer outro assunto. Por exemplo, não se vê cobrança para que o comentarista de Política tenha sido vereador, deputado ou senador. Ou que o comentarista de Economia tenha comandado alguma instituição financeira. Superado esse primeiro obstáculo, é importante qualificar-se para ser um bom comunicador. Afinal, pouco adianta ter conhecimento e experiência se, no momento de compartilhá-los, não existir articulação adequada. E não poderia ficar de fora o investimento em cultura geral. O ex-jogador, de modo geral, tende a achar que sua vivência prática é suficiente para exercer a nova função. Na prática, descobre que não é bem assim (VILARON, 2018).

Mauro Beting, jornalista esportivo há 27 anos, defende a possibilidade de os ex-jogadores estudarem jornalismo, como forma de melhorarem a forma como se expressam.

O ideal é que eles pudessem fazer um curso de jornalismo ou de comunicação, mas enfim, tem gente que é natural falando, né!? Que já se expressava muito bem quando jogador. E o ex-jogador não precisa falar rebuscado. Para falar, ele não precisa, necessariamente, saber todas as formas gramaticais. Ele pode usar uma linguagem mais popular, que toque mais o público (BETING, 2018).

³³ Entrevista com o jornalista José Trajano, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

Sergio Xavier Filho também acredita que a falta de um vocabulário e de um estudo da língua portuguesa prejudicam os ex-jogadores, colocando em perigo, inclusive, a audiência da transmissão.

A gente enxerga essa questão do ex-jogador pelas besteiras que muitos falam. Dói demais para um jornalista que estudou e que tem o manejo da língua portuguesa ouvir um ‘haverão’. Os erros de vocabulário, de gramática e de compreensão acabam desqualificando o que o ex-jogador tem a dizer. Às vezes ele até tem algo bom para falar. Mas, por não saber dizer claramente, acaba sendo desqualificado pela audiência, audiência esta que também pode ser prejudicada, no fim das contas (XAVIER FILHO, 2017).

William Machado trabalhou como comentarista dos canais por assinatura SporTV durante três anos. Como jogador, defendeu clubes de expressão nacional, como Grêmio e Corinthians. O ex-jogador não fez curso de jornalismo, mas afirma que sempre teve gosto pelas leituras. E que esse prazer em ler o ajudou no exercício da profissão de comentarista.

Na função de comentarista, me ajuda muito todo o meu gosto pessoal pela leitura. Me ajuda no vocabulário e no senso crítico, principalmente. Sempre que preciso debater, me pergunto ‘Concorda? Não concorda? Por que? Tenho condições de contrapor a outra opinião?’. Na maioria das vezes eu leio até mais sobre outros assuntos do que futebol, para enriquecer meus conhecimentos gerais (MACHADO, 2017).

Mas o ex-jogador também responsabiliza as próprias emissoras de televisão, no sentido de dar condições para que os ex-jogadores se aperfeiçoem.

Não é legal o jogador não saber se expressar, falar um português errado. A televisão é um meio de comunicação que fala para milhões de pessoas. Então, se você falar errado, talvez esteja ensinando milhões de pessoas a falarem errado. Você acaba deseducando a pessoa. As emissoras de televisão deveriam ter essa preocupação em acompanhar isso e dar condições para esses ex-jogadores melhorarem. Você acaba expondo a pessoa ao ridículo. E a própria imagem da televisão pode ficar arranhada (MACHADO, 2017).

Outro ex-jogador que teve a preocupação em se aperfeiçoar no português foi Casagrande. O atual comentarista da TV Globo vai além, ao tentar compreender a importância do raciocínio lógico em um curto espaço de tempo.

Assim que eu comecei na TV Globo, tive aulas de português, porque a televisão te exige isso. No dia a dia, às vezes você erra uma palavra e tudo bem. Na televisão é diferente. Você está falando para milhares, milhões, e todos estão atentos ao que você fala. Depois eu tive uma fonoaudióloga, porque eu falo muito rápido e as pessoas não entendiam nada. Tem também a questão do timbre de voz, o modo de falar. Também aprendi o famoso *timing*, o tempo certo de falar. É importante criar um raciocínio com início, meio e fim, ser objetivo nos comentários, não inventar histórias longas que possam comprometer a narração do jogo. Um comentário, em uma partida de futebol, não é um debate. Então você tem que fazer comentários que possam ser compreendidos e conclusivos em um curto espaço de tempo (CASAGRANDE, 2018).

3.5 – CORPORATIVISMO NOS COMENTÁRIOS?

Além da preocupação com o vocabulário, há um outro tópico que gera discussão, ao se debater a inserção dos ex-jogadores no meio do comentário esportivo: o corporativismo, isto é, uma defesa natural por parte dos ex-jogadores que, com o microfone na mão, podem evitar críticas aos jogadores. Os jornalistas Maurício Noriega e Lédio Carmona, ambos profissionais dos canais por assinatura SporTV, acreditam no fato. Para Noriega, “Existe sim. Em especial quando o comentarista é de uma geração na qual ele enfrentou atletas que ainda estão em atividade ou treinadores com os quais ele tenha trabalhado. São raros os comentaristas ex-jogadores que escapam a este perfil” (NORIEGA, 2018). Já Carmona acredita que “ainda existe corporativismo, mas já foi pior. Normalmente isso acontece no início, mas com o passar do tempo, o ex-jogador vai se afastando disso” (CARMONA, 2018).

Marco Mora, que foi diretor de esportes da TV Globo por mais de três décadas, tenta explicar a preocupação que a televisão, como entidade, deve ter, em relação ao compromisso com a coletividade.

A empresa vai analisar esses três requisitos para alcançar boas audiências – qualidade, criatividade e credibilidade – na hora de contratar o comentarista. Mas a credibilidade é primordial na escolha. E a coisa do compromisso com a coletividade que o ex-jogador pertenceu é algo que tira muitos pontos da credibilidade, porque ele está ali para ser um analista dos fatos que estão ocorrendo. Ele tem a obrigação de ter o compromisso com a verdade, mas muitas vezes ele contemporiza com erros e defeitos do que está acontecendo. E se você não passar para o telespectador sinceridade, ele vai te rejeitar. Todas as vezes que algum acontecimento de dentro do campo se relaciona com o que está fora – uma agressão, por exemplo – isso deve ser tratado universalmente. Não pode ficar apenas na esfera daquela partida. E nesse ponto, o ex-jogador peca, pois ele traz na bagagem um compromisso com a classe, um certo corporativismo. Tal qual um astro de rock, o jogador de futebol não gosta de ser criticado. E aí esse compromisso com a informação, com a análise, acaba ficando comprometido (MORA, 2016).³⁴

Wagner Vilaron, jornalista que tem como companheiros de transmissão alguns ex-jogadores, também discorre sobre a questão, afirmando que não há dúvidas em relação à existência do corporativismo.

Não tenho dúvida em relação a isso. Evidentemente não se pode generalizar, mas existe uma tendência de achar que só ex-jogador ou ex-treinador está capacitado para falar sobre futebol, formando-se uma espécie de confraria e reserva de mercado. Queira ou não, ao mesmo tempo em que a proximidade dos ex-jogadores com o

³⁴ Entrevista com o jornalista Marco Mora, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

mercado do futebol proporciona boas histórias, por outro lado pode comprometer a análise crítica, uma vez que o alvo da avaliação, muitas vezes, é a pessoa que jantou na casa dele na noite passada. Já vi comentarista ex-atleta reticente em criticar determinado treinador porque foi o técnico que lhe deu oportunidade na seleção brasileira. Ou pisando em ovos para falar de algum jogador porque é amigo pessoal do alvo da crítica (VILARON, 2017).

Outro jornalista que concorda sobre a existência do corporativismo entre os ex-jogadores e seu antigo meio profissional é Sergio Xavier Filho.

Existe corporativismo. Existe um medo, que é agravado pelo vestiário. O vestiário, para o jogador, é algo sagrado, um templo com importância enorme. E ele é inacessível, é exclusivo do jogador. Então, no momento em que você sai desse templo e vai para o outro lado, é difícil você quebrar tudo aquilo que pregava antes. É difícil se livrar desse sentimento e desse pertencimento de comunidade. Toda hora que se desliga a câmera ou o microfone, o ex-jogador vai te contar as melhores histórias, que nunca contaria no ar (XAVIER FILHO, 2017).

William Machado, ex-jogador, concorda. Como alguém que esteve no meio, ele também critica a falta de discernimento do jogador em receber críticas.

Difícil não ter corporativismo. Mas é preciso entender que é necessário criticar sem ofender, sem partir para o lado pessoal. Ainda assim, quando eu aceitei ser comentarista, eu preferi me afastar um pouco das pessoas ligadas ao futebol, justamente para evitar problemas. É difícil a pessoa ser criticada e entender a crítica. Como comentarista, eu gostaria de ir mais aos clubes e assistir aos treinamentos, para ter mais propriedade para falar e ver se o que eles estão fazendo lá será colocado em prática. Mas não é fácil, justamente por essa situação das pessoas não saberem receber críticas (MACHADO, 2017).

3.6 – DIFERENCIAIS DO JORNALISTA

Ao analisar o papel do ex-jogador na função de comentarista esportivo de televisão, grande parte das opiniões de jornalistas e ex-jogadores destaca a experiência do ex-jogador como fator fundamental para o sucesso deles no meio. Mas fica claro também que os jornalistas e os próprios ex-jogadores se queixam da dificuldade que muitos deles têm com a língua portuguesa, com o vocabulário e com a construção de um raciocínio lógico que possua início, meio e fim. Além disso, há jornalistas que destacam o fato da importância de se exercer a função de repórter antes de se tornar comentarista. Um deles é Mauricio Noriega, jornalista e comentarista dos canais por assinatura SporTV desde 2002.

Antes de ser comentarista esportivo eu fui repórter. Por isso, fui a muitos treinos de futebol e conversei com muito jogador. E isso me ajudou muito, principalmente no início da carreira de comentarista. Acredito que, antes, o jornalista deva passar por várias funções dentro da profissão para depois, com mais bagagem, se tornar um comentarista (NORIEGA, 2018).

O mesmo pensamento é defendido por Paulo Vinicius Coelho, jornalista e comentarista dos canais por assinatura FOX Sports.

Eu quis me tornar comentarista porque eu assistia os comentaristas falando ‘eu acho isso, eu acho aquilo’. E eu acredito que ser comentarista não é isso. É tentar analisar, usar os fatos, as apurações, as informações para analisar as coisas. Eu achava que podia ser uma junção de repórter com analista. Ser comentarista não é usar o que você é para dizer o que você acha. É ter a capacidade de ser analista. Muitas vezes o comentarista acredita que está ali para dar a opinião dele. Não é isso. Alguma coisa você deve agregar. Informação, apuração, conversa com fontes, conhecimento. Eu acho que nós, comentaristas, ouvimos muito pouco. A gente deve saber ouvir, que é um exercício de repórter. Ele observa e ouve. Assim você acumula conhecimento que você não tinha. E você passa esse conhecimento para o telespectador (COELHO, 2018).

O jornalista Sergio Xavier Filho cita, como um diferencial a favor do jornalista, a importância de se estabelecer paralelos e fazer referências. De acordo com o comentarista dos canais por assinatura SporTV,

Tudo o que você tiver de bagagem, de suporte para organizar ideias, para fazer referências, ajuda. Tudo te ajuda a estabelecer paralelos. O que mais nos auxilia para expressar uma situação de jogo é fazer metáforas. Para isso, você deve ter um começo, um meio e um fim de raciocínio. E, salvo raras exceções, o ex-jogador tem muita dificuldade nesse quesito. Acredito eu, por uma provável falta de formação (XAVIER FILHO, 2017).

Xavier Filho ainda faz uma comparação com outros setores do jornalismo, citando economia e política, por exemplo. “Se você vai fazer um paralelo da economia do país, em relação ao jogo, você não pode falar bobagem. Se for um jogo internacional que envolva política, é mais sério ainda, pois pode envolver geografia, história etc” (XAVIER FILHO, 2017).

Marco Mora, ex-diretor de esportes da TV Globo, acredita que o jornalista é mais bem informado, no que diz respeito ao conjunto social. Mas que ele deve ter cuidado, pois, em certo momento, esse fato pode ser prejudicial. Dessa forma, a simplicidade passa a ter importância.

Ele enxerga o conjunto social de outra forma, e ao enxergar de outra forma, ele elitiza a informação. E ao fazer isso, ele pode estar criando um problema para ele mesmo, porque o morador da periferia, que não tem esse entendimento que o jornalista tem, pode não entender a mensagem a ser passada. Por isso a importância em ser simples e óbvio (MORA, 2016).³⁵

³⁵ Entrevista com o jornalista Marco Mora, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

3.7 – O ÓBVIO NO COMENTÁRIO ESPORTIVO

Marco Mora fala sobre a importância em ser simples e óbvio nos comentários, para que todas as classes sociais entendam a mensagem da forma correta. Ele descreve um pouco mais o que pensa sobre a obviedade no comentário esportivo.

Difícil fugir do óbvio. A obra é sempre a mesma, com 22 jogadores correndo atrás da bola. As pessoas acabam preferindo a obviedade. Elas enxergam melhor o óbvio do que algo muito bem construído. As pessoas reconhecem na obviedade algo confortável, seguro. Lembremos que nós vivemos em um país com deficiência educacional. Então o óbvio é mais inteligível do que o não óbvio (MORA, 2016).³⁶

Casagrande, comentarista da TV Globo, concorda. Para o ex-jogador, o comentarista que procura fugir da obviedade pode se complicar.

A gente escuta muito que o comentarista deve fugir do óbvio. Eu não concordo. Eu tento falar o óbvio da minha maneira, porque o futebol é óbvio. Se eu fugir do óbvio, o cara que gosta de futebol não vai entender nada. Então, por exemplo, se o Corinthians está ganhando de 4 x 0, porque eu vou inventar? É claro que o time está melhor, chutou mais a gol, tem o domínio do jogo. Outro caso: se um time tem dois jogadores expulsos. Eu não preciso falar que o esquema tático passa de 3-5-2 para 3-3-1-1 ou coisa parecida. É nesse momento que o comentarista começa a se complicar. O óbvio é mais fácil e é mais certo. Quanto menos você achar que é o Einstein do comentário, melhor será (CASAGRANDE, 2018).

Paulo Vinícius Coelho compartilha da opinião que há situações óbvias do jogo que devem ser repetidas e reforçadas.

Eu acho que tem coisa óbvia que o comentarista fala na transmissão, mas são coisas que você tem que falar, repetir. Por exemplo: falar que o time x está melhor que o y. É óbvio que sim, o telespectador está vendo que está melhor, mas você precisa racionalizar isso para ele. O comentarista é o avalista daquilo que o telespectador está assistindo. E você pode complementar o óbvio com uma análise. Então o time x está melhor que o y porque o time criou esse espaço, porque o outro time está desarrumado... (COELHO, 2018).

Denílson é ex-jogador do São Paulo, do Betis (Espanha) e da Seleção Brasileira, e que há oito anos trabalha como comentarista da TV Bandeirantes. Ele acredita que é preciso destacar o óbvio. Mas afirma que é importante também tentar enxergar algo diferente.

Muitas vezes o óbvio é óbvio, e você tem que falar. Mas eu tento sempre ver algo diferente. Por exemplo, muitos comentaristas, sejam jornalistas ou ex-jogadores,

³⁶ Entrevista com o jornalista Marco Mora, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

adoram falar do sistema tático. 3-5-2, 4-4-2 e por aí vai. Eu penso que a maioria das pessoas que estão assistindo ao jogo não quer saber disso. Eles preferem ouvir sobre a atuação individual dos jogadores. Eu acabo usando até o meu lado brincalhão para fugir da obviedade (DENÍLSON, 2016).³⁷

Sergio Xavier Filho ressalta o conformismo, ao falar da obviedade presente nos comentários.

A obviedade anda de mãos dadas com o conforto. Não exige queima de fosfato, pode ser elaborada no modo rápido de pensar do cérebro, como diz o psicólogo Daniel Kahneman. Não tem risco também, já que o óbvio é aceito pela maioria. Se o comentarista quiser o conforto do pelotão, tudo certo. Será apenas mais um até o fim da vida. Se tiver mais ambição, tentar fazer a diferença e ser percebido como alguém que pensa, aí a obviedade pouco ajudará (XAVIER FILHO, 2018).

Na mesma linha de pensamento de Xavier Filho, está o jornalista Wagner Vilaron. Para ele, é improvável imaginar que algo óbvio deva ser reforçado. “Talvez em alguns poucos momentos, algo óbvio possa ser citado. Mas tenho dificuldade de imaginar alguma obviedade que mereça realmente ser reforçada. Caso contrário, a análise corre o risco de ficar extremamente empobrecida e soar mais como falta de vocabulário do que ênfase na ideia” (VILARON, 2018).

3.8 – COMENTÁRIO ESPORTIVO E ENTRETENIMENTO

Denilson afirma que utiliza o seu lado divertido como forma de fugir da obviedade dos comentários. Nesse momento da pesquisa, torna-se importante lembrar a definição de entretenimento, já citada no capítulo um da dissertação. “O termo entretenimento, do latim "inter" (entre) "tenere" (ter), evoluiu para o inglês *entertainment*, “aquilo que diverte com distração ou recreação” ou “um espetáculo público ou mostra destinada a interessar ou divertir”” (GABLER, 1999, p. 25).

No mesmo capítulo um, foram citadas algumas opiniões de jornalistas e ex-jogadores sobre o entretenimento presente nas transmissões esportivas. O ex-jogador Caio Ribeiro, por exemplo, acredita que há uma mistura de jornalismo e entretenimento, pois, ao mesmo tempo em que se busca a informação, a notícia, há de se levar em conta a paixão do torcedor envolvida.

³⁷ Entrevista com o ex-jogador Denilson, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

O jornalista Marco Mora destaca a questão lúdica envolvida em uma transmissão de futebol complementando que, diferentemente de um programa de debate, o evento esportivo é um entretenimento. Há ainda outras opiniões sobre o assunto. Paulo Vinicius Coelho acredita que há espaço para os dois.

Quando sai um gol, meu comentário tem o objetivo de passar ao telespectador uma visão que ele não tenha percebido. Normalmente, através de uma informação, no meu caso. Mas isso não exclui que, de vez em quando, o comentarista faça algum tipo de brincadeira. Mas aí não é mais jornalismo. Já vira entretenimento. É parte de uma conversa que estamos tendo, eu e a pessoa que nos assiste em casa. Há espaço para as duas coisas (COELHO, 2017).

O jornalista Sergio Xavier Filho também acredita no modelo mesclado entre jornalismo e entretenimento. Mas destaca o papel fundamental do jornalismo como ação inicial.

A primeira, e mais importante, é fazer jornalismo mesmo. É interpretar informações e dar significado a elas. Há quem não veja jornalismo nisso. Eu discordo. A matéria-prima básica, a informação, vem de forma muito rápida e chega para todos. Então é primordial saber interpretá-la de forma coerente. A segunda função do comentarista é o entretenimento. É tornar agradável aquele instante em que o telespectador está gastando com você. Para isso, há algumas armas, como ser cativante e bem-humorado. Se o jogo está excelente, movimentado, ótimo. O jogo tem que ser melhor que você. Mas se a partida está ruim, é dever do comentarista não fazer com que a pessoa que está assistindo desligue a televisão ou mude de canal (XAVIER FILHO, 2017).

Maurício Noriega, jornalista e comentarista de futebol há mais de dez anos, afirma que a escolha entre jornalismo e entretenimento vai depender muito da linha editorial que a empresa deseja seguir. E defende um modelo híbrido, em que jornalismo e entretenimento estão presentes ao mesmo tempo. Ele afirma que “um bom comentário pode ser leve, divertido, e ao mesmo tempo sério e informativo. Não vejo porque não seja possível fazer comentários que sejam capazes de entreter a audiência. O melhor modelo é o jornalismo que entretém” (NORIEGA, 2018).

Para o jornalista Wagner Vilaron, mais importante do que determinar se é necessário praticar apenas jornalismo ou se o entretenimento é bem-vindo ao meio esportivo, é fundamental entender o que o público deseja.

Entendo que a questão passa diretamente sobre o gosto e a expectativa do telespectador. Aos poucos vamos deixando para trás aquela fase em que a televisão impunha o seu estilo como o correto e definitivo e cabia ao público adequar-se a ele. Por isso é importante ter uma equipe composta por diferentes estilos. Sempre haverá aqueles que preferem algo mais sóbrio, baseado em correção e credibilidade, assim como o grupo que busca um estilo mais relaxado e brincalhão. O grande equívoco é o profissional tentar ser aquilo que não é (VILARON, 2017).

Lélio Carmona acredita que esta relação entre jornalismo e entretenimento é um grande desafio, pois há um limite que não pode ser ultrapassado.

Aí está um dos grandes desafios da atualidade. Acho que uma transmissão não é lugar para entretenimento. É um evento, onde os sentimentos, paixões e emoções das pessoas normalmente afloram. Mas acho que algumas tiradas bem-humoradas e bem-feitas, na hora e no limite certos, podem ser feitas. O difícil é achar a medida certa. Se errar na mão, fica péssimo e de mau gosto. É um desafio (CARMONA, 2018).

3.9 – COMENTARISTA NA TV ABERTA E NOS CANAIS POR ASSINATURA

Mauricio Noriega afirmou que a escolha entre jornalismo e entretenimento nos comentários esportivos dependerá da linha editorial que a empresa deseja seguir. Por isso, ao se falar de tipos de comentaristas esportivos, é importante evidenciar as diferenças no papel do comentarista que trabalha na TV aberta e nos canais por assinatura, também conhecidos como TV fechada. Atualmente, as principais emissoras de TV aberta que fazem transmissões de futebol são a TV Globo e a TV Band (popularmente conhecida como Bandeirantes). Em relação aos canais por assinatura, as emissoras de maior relevância são o SporTV, o FOX Sports, a ESPN e a TV Esporte Interativo (apenas com transmissões em seus canais digitais). Essas quatro empresas, além de transmitirem as principais competições nacionais de futebol, também exibem os mais importantes campeonatos europeus de futebol.

Ao realizar uma análise do cenário atual do telejornalismo esportivo brasileiro, constata-se que as emissoras de televisão aberta têm em seu elenco apenas ex-jogadores atuando como comentaristas de transmissões de futebol. Já nas emissoras de televisão por assinatura, há uma mescla entre jornalistas e ex-jogadores. Porém, cada vez mais, essas emissoras de televisão por assinatura estão em busca de jogadores aposentados.

Mauricio Noriega acredita que o impacto da imagem pesa a favor do ex-jogador ser escolhido pela TV aberta.

O ex-jogador não precisa ser apresentado para o telespectador. O Casagrande com o Corinthians, o Caio com o São Paulo, o Júnior com o Flamengo. O torcedor que está assistindo já faz uma conexão imediata. No caso do jornalista, ele não tem essa conexão. Requer uma explicação de quem é aquela pessoa. A TV aberta não tem muito tempo para esse tipo de explicação. E ela dá preferência para a questão do especialista. Na TV por assinatura, por haver, teoricamente, um público mais segmentado e mais tempo para explicar as coisas, pode-se buscar um outro tipo de posicionamento. Essa

relação de identificação rápida, necessária na TV aberta, pode não ser fundamental, podendo-se prestar mais atenção no que o comentarista fala, e não apenas no seu passado como atleta (NORIEGA, 2018).

Wagner Vilaron segue uma linha de raciocínio parecida. Para o jornalista, a identificação do ex-jogador é fundamental no momento da escolha.

O fator primordial para a escolha de ex-jogadores, entendo, seja identificação. A TV aberta atinge todos os níveis sociais, econômicos e intelectuais da sociedade. Portanto, você precisa de figuras que sejam familiares a toda essa diversidade de telespectadores. E os ex-jogadores, como Caio, Casagrande e Junior atendem a tal demanda (VILARON, 2017).

Vilaron também descreve motivos que acredita serem importantes na decisão de um canal de televisão por assinatura escolher pela contratação de jornalistas e ex-jogadores para exercer a função de comentarista esportivo.

No caso da TV fechada, existe um importante filtro: o financeiro. O cidadão precisa pagar para ter acesso àquele conteúdo. No caso dos jogos em *pay-per-view* paga-se duas vezes. Temos, portanto, um público segmentado, com um nível de exigência muito maior. Para esta parcela, é necessário oferecer mais do que um rosto conhecido. Ela exige um grau mais profundo de análise, poder de argumentação, coerência, raciocínio sequencial e técnicas de expressão e comunicação diferenciadas. Existe também a questão da grade dos canais por assinatura. São inúmeros programas e transmissões diários, que exigem um grande número de comentaristas. Estes passam boa parte do tempo deslocando-se pelo País, rotina que os ex-atletas tiveram durante seus 20 anos de carreira e que nem sempre estão dispostos a repetir quando se aposentam (VILARON, 2017).

O jornalista Sergio Xavier Filho acredita que o telespectador tem papel fundamental para que a TV aberta opte pelo ex-jogador.

Acredito que exista um medo da TV aberta em ter uma opinião jornalística sobre o jogo, pois ela está muito próxima do entretenimento. Então o ex-jogador tem a preferência pelo nome e pela fama que teve na carreira profissional. Além disso, acho que há também um despreparo do telespectador, em analisar o jornalismo esportivo sem a paixão envolvida. Naquele momento em que o torcedor sentou no sofá, ele quer somente se divertir, ter um 'amigo' ao lado dele. E, muitas vezes, o ex-jogador preenche essa lacuna (XAVIER FILHO, 2017).

Lédio Carmona reforça o grupo que crê no fato de que o público tem um peso determinante para que as emissoras de televisão optem pelos ex-jogadores.

Acredito que na TV aberta só haja ex-jogadores porque o público é maior e a necessidade em usar nomes conhecidos e que chamem a audiência, maior ainda. É mais um show, uma atração, e precisa de nomes de maior impacto. Eu, como jornalista e comentarista de TV por assinatura, não me sinto nem um pouco melindrado com isso e entendo o critério e o propósito (CARMONA, 2018).

O ex-jogador Juliano Belletti acredita que o público-alvo da TV aberta e da TV fechada seja o fator fundamental no momento da escolha.

Penso que, talvez, o público da TV aberta, que tem donas de casa e crianças, por exemplo, goste mais de ver os ex-jogadores contando detalhes boleiros das jogadas, dos jogadores, dos lances de jogo, do que a linguagem jornalística. Por outro lado, na TV fechada, as maiores audiências são das pessoas que gostam muito de futebol e que, conseqüentemente, acreditam entender de tudo que se passa dentro de campo (BELLETTI, 2017).

3.10 – IDENTIFICAÇÃO E TORCIDA DECLARADA

Mauricio Noriega citou a conexão imediata que o telespectador realiza, em relação aos ex-jogadores comentaristas, ao opinar sobre a identificação de Caio Ribeiro com o São Paulo, de Casagrande com o Corinthians e de Junior com o Flamengo. Essa mesma identificação foi citada também por Wagner Vilaron. Além desse vínculo, o jornalista faz uma análise sobre uma possível escala direcionada dos comentaristas ex-jogadores, de acordo com a identificação que eles possuíam com clubes pelos quais jogaram e se destacaram.

Não podemos ignorar também o aspecto comercial. Não é sempre, mas é possível notar que muitas vezes a TV aberta escala ex-jogadores identificados com o clube que terá a partida transmitida. O Casagrande faz os jogos do Corinthians, o Caio Ribeiro do São Paulo, o Juninho Pernambucano do Vasco, o Júnior do Flamengo. Imagino que não se trata de uma escala aleatória. De alguma forma, esta identificação pode ser explorada comercialmente (VILARON, 2017).

Sem entrar nos aspectos comerciais da questão levantada por Vilaron, o ex-jogador Casagrande faz questão de defender que essa identificação não influencia seus comentários. Mas destaca que, muitas vezes, o torcedor não compreende essa isenção.

Essa identificação não me afeta, em relação ao Corinthians. Acredito que também não afete o Caio, em relação ao São Paulo. O problema é que o torcedor acredita muito nessa situação. Então ele vem dizer que eu só falo bem do Corinthians porque é o meu time de coração. Aí chega um outro torcedor e fala que, por eu ser torcedor do Corinthians, eu pego muito pesado e só falo mal do clube. Cada um ouve do jeito que quer, né? É complicado. E o fato é que a TV Globo é uma empresa séria. Se nós fossemos parciais como muitos torcedores acham que somos, a gente não estaria lá, né? (CASAGRANDE, 2018).

A imparcialidade defendida por Casagrande também é abraçada por Denílson. Para o ex-jogador e comentarista da TV Bandeirantes, não há problema em ser torcedor declarado de um clube e ser comentarista profissional.

Eu não vejo problema nenhum em saber que o comentarista torce pra determinado clube. O Paulo Vinicius Coelho e o Mauro Beting, por exemplo. Todos sabem que eles são palmeirenses, mas olha a coerência que eles têm nos comentários. Você deve ser profissional, não adianta. Diante das câmeras, falando para milhares de pessoas, você não pode deixar a sua emoção falar mais alto (DENÍLSON, 2016).³⁸

Denílson cita Mauro Beting. E o jornalista segue a linha de pensamento defendida pelo ex-jogador.

Acho legal quem assume o time. Para os casos dos comentaristas de estúdio e de cabine, é mais fácil até. Qual é o problema de a gente ter time? Tanto faz para que time nós torcemos. Nós somos meros instrumentos entre os fatos. Eu tenho, como ser humano, direito de ser palmeirense. E tenho o dever, como profissional, de não torcer para o Palmeiras quando estiver trabalhando. Eu estou sendo pago para analisar o Corinthians, o Palmeiras, a arbitragem, o torcedor (BETING, 2016).³⁹

Sergio Xavier Filho também defende a liberdade de o comentarista poder declarar sua torcida por determinado clube de futebol.

Não vejo nenhum problema em jornalista ser torcedor declarado. O mesmo preço que se paga por torcer, se paga por esconder. Acho que estamos na era da transparência. Cada vez mais se exige isso. E há uma diferença muito grande em você se declarar e você se comportar como. Basta ser competente. Você só está nesse ramo porque você é torcedor. Por outro lado, eu entendo quem não declara. Principalmente os profissionais que trabalham nos estádios e nas cabines de transmissão. Melhor ficar no anonimato do que se expor e correr o risco de sofrer algum tipo de violência. Se a gente vivesse em um ambiente mais civilizado, não teríamos esse problema (XAVIER FILHO, 2017).

Mauricio Noriega destaca a importância da impossibilidade de, mesmo havendo uma identificação, o comentarista não ser torcedor.

O comentarista não pode ser torcedor. Eu vejo muita confusão entre imparcialidade e isenção. O comentarista deve ser isento. Se eu acho que um time é melhor do que o outro, eu já estou assumindo um conceito parcial. Mas eu ainda consigo ser isento. Quando a seleção está jogando, é óbvio que a gente vai torcer para a seleção brasileira ganhar. Mas eu preciso ser isento e falar que foi pênalti contra o Brasil, se realmente foi pênalti. O comentarista nunca pode se deixar levar pelo sentimento de torcedor, da paixão (NORIEGA, 2018).

³⁸ Entrevista com o ex-jogador Denílson, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

³⁹ Entrevista com o jornalista Mauro Beting, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

3.11 – FORMAÇÃO JORNALÍSTICA PARA COMENTAR?

Além do debate sobre a questão da concordância ou não de o comentarista declarar para que clube de futebol torce, há uma outra discussão, sempre recorrente, quando se fala sobre o jornalismo, de modo geral: a necessidade de ter a formação jornalística, de ter um diploma em mãos. Esse assunto manifesta-se nesta dissertação, no âmbito do comentário esportivo. Seria necessária uma formação acadêmica em jornalismo como pré-requisito para o profissional ser capacitado a comentar?

Eu não acho que o comentarista é jornalista, no sentido de fazer jornalismo. São duas funções diferentes. Há o jornalista/comentarista e há o comentarista, simplesmente. Hoje tem muita garotada que provavelmente não quer ser jornalista, mas adoraria ser comentarista. E ainda há essa enxurrada de ex-jogadores. Isso acontece porque nós temos muitos veículos de esporte. E aí acaba aparecendo de tudo: o ex-jogador informado, o desinformado, o bobalhão, o jornalista que não tem nenhuma história, que saiu da fralda e quer saber de tudo, o que tem conteúdo, o que conhece de tática...(TRAJANO, 2016).⁴⁰

Mauro Beting destaca a facilidade que as pessoas têm em acessar qualquer tipo de conteúdo na internet, facilitando a vida de quem deseja ser comentarista, seja ele jornalista diplomado ou não.

Hoje em dia, com todas as ferramentas que nós temos, com acesso à internet, você tem acesso à história também, é só querer buscar. Então, se o ex-jogador estiver realmente interessado em se aperfeiçoar na linguagem, é só querer buscar estudo, informação. E daí se ele não tem diploma? Quem disse que o diploma de jornalismo transforma a pessoa em comentarista de futebol? (BETING, 2016).⁴¹

Wagner Vilaron acredita que, apesar da necessidade em se aprender determinadas obrigações que todo o profissional da área da Comunicação deve possuir, a necessidade de adquirir um diploma em Jornalismo não deveria ser uma obrigação.

A noção do que é notícia, de que forma comunicá-la com clareza e objetividade são importantes para qualquer profissional que trabalhe na área da Comunicação. Porém, isso pode ser desenvolvido no dia a dia. Portanto, no caso específico da função de comentarista esportivo, acredito que a formação seja desnecessária (VILARON, 2018).

⁴⁰ Entrevista com o jornalista José Trajano, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

⁴¹ Entrevista com o jornalista Marco Mora, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

Mauricio Noriega opina sobre a necessidade ou não em ter o diploma de Jornalismo, através de exemplos das possíveis situações em que o profissional irá atuar no meio esportivo.

Depende dos objetivos de quem contrata e de quem é contratado. Se a empresa quer usar o ex-jogador apenas como comentarista especificamente de transmissões, não é necessária a formação em Jornalismo. Mas se vai exigir dele uma atuação jornalística, a formação é fundamental, para que as noções e diferenças entre informação, opinião, isenção e responsabilidade fiquem mais claras. Se o ex-jogador vai apresentar um programa com viés jornalístico, eu acho obrigatória a formação. Mas se o programa seguir uma linha de show, de entretenimento, aí não vejo necessidade em ter a formação jornalística (NORIEGA, 2018).

Já Marco Mora defende a necessidade de uma formação para os ex-jogadores que desejam exercer a função de comentarista esportivo. O jornalista acredita que “Deveria ter uma formação para os ex-jogadores, mas não tem. O jornalista não cria fatos, ele relata os fatos. Então, quando um ex-jogador tem uma fonte, que pode ser um jogador, técnico ou dirigente, e transmite a informação que ele recebeu para o público, ele acaba praticando jornalismo” (MORA, 2016).⁴² O jornalista Sergio Xavier Filho também apoia algum tipo de treinamento para os ex-jogadores.

Acho fundamental algum tipo de treino, algo como um *coaching* profissional. Pode vir pela via acadêmica ou pode ser desenvolvido na emissora de televisão. Mas não dá para colocar o ex-jogador na frente da câmera e esperar que, feito um ‘mandiopan’, ele se transforme instantaneamente em um grande comentarista. Podem aparecer exceções, os brilhantes, mas a lógica é que isso não passe de um fruto do acaso (XAVIER FILHO, 2018).

Para Casagrande, a formação acadêmica do ex-jogador está no fato de eles terem sido jogadores profissionais e de todo o conhecimento que adquiriram nesse tempo.

Joguei 20 anos de futebol, passei por tudo que se pode passar numa carreira de jogador e aí, quando eu paro, não posso falar de futebol? E a pessoa que estudou e não passou por nada daquilo que eu passei pode falar sobre esse assunto só porque estudou? Não concordo. O ex-jogador não é aproveitado na televisão somente por aquilo que fala. Tem por trás toda a história, a carreira dele, o que ele significou para o futebol. A história do jogador pode ser considerada a faculdade dele. O jornalista é remunerado pelo conhecimento dele, por aquilo que ele fala, que ele pensa, pelo estudo que ele teve. Com o ex-jogador, acontece de forma parecida. Ele está na televisão pelo conhecimento que ele adquiriu (CASAGRANDE, 2016).⁴³

⁴² Entrevista com o jornalista Marco Mora, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

⁴³ Entrevista com o ex-jogador Casagrande, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

Para o ex-jogador Denílson, não importa se a pessoa que está com o microfone tem formação jornalística ou não. O importante é que o conteúdo falado seja relevante.

No meu tempo de jogador, eu lidava da seguinte forma: quem fez essa observação? Um jornalista. Ele tem credibilidade? Legal, vou ouvir. Não tem? Não darei atenção. Foi um ex-jogador? Qual a história dele no futebol? Relevante? Vou ouvir. Não ganhou nada, não foi exemplo, foi polêmico? Não vou dar atenção. Então não tem diferença se o cara é jornalista com diploma ou ex-jogador. Importa se ele tem alguma relevância ao expor suas ideias (DENÍLSON, 2016).⁴⁴

3.12 – O CASO DE JUNINHO PERNAMBUCANO

Os jornalistas que defendem a necessidade de um mínimo de formação jornalística, por parte dos ex-jogadores, puderam reforçar seu argumento após um episódio envolvendo o então comentarista da TV Globo Juninho Pernambucano. O ex-jogador provocou uma polêmica por seus comentários no canal por assinatura SporTV, do Grupo Globo. Durante o programa Seleção SporTV do dia 30 de abril de 2018, Juninho, que atuava como debatedor da atração, falou sobre um caso envolvendo o jogador Diego, do Flamengo, perseguido por parte da torcida, e acabou criticando os jornalistas que cobrem diariamente os mesmos clubes de futebol, conhecidos no meio como setoristas.

Juninho afirmou que “Os setoristas são muito piores hoje em dia. Eu sei que eles ganham mal, mas cada um tem o caráter que tem. Se eu sou setorista, o que eu ia fazer, tentar fazer um ótimo trabalho para tentar ir para outra etapa, subir. Parte da imprensa também tem culpa na violência, porque há um excesso de pilha. Já vi isso também de olhar para você, um jogador que é profissional, não tem formação e ganha R\$ 100 mil. Tem um cara que está ali, estudou quatro anos, fez de tudo para se formar jornalista, para ser setorista e ganha mal. Talvez ele leva isso em consideração. É difícil você ganhar R\$ 3 mil ou R\$ 4 mil em uma sociedade e se você não for um cara fera, tem que entrevistar um cara que ganha mais e que você considera ele um ninguém”.

A afirmação do ex-jogador repercutiu de forma negativa, resultando em uma atitude enérgica da direção do canal SporTV: rebater o profissional, ao vivo. Ainda durante o programa,

⁴⁴ Entrevista com o ex-jogador Denílson, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

o apresentador André Rizek leu a seguinte nota oficial emitida pelo Grupo: “É uma nota oficial redigida pela direção: ‘A opinião dos comentaristas em qualquer programa do SporTV é sagrada, e será sempre respeitada, mas não reflete necessariamente a opinião do canal. Hoje mais cedo, no Seleção, Juninho Pernambucano criticou severamente os repórteres que cobrem o dia a dia dos clubes, que são chamados de setoristas. O SporTV não concorda com a opinião e nem com a generalização. Há bons e maus profissionais em todas as categorias. Temos mais de 30 setoristas trabalhando hoje no Grupo Globo e eles recebem aqui nossa confiança e solidariedade. Muitas vezes são eles que mais sofre com o desequilíbrio e a eventual violência dos torcedores. Isso não quer dizer que o Juninho não tenha o direito à sua opinião, que é e continuará sendo livre. Mas é importante fazer esse registro”.

O ex-jogador ainda teve a oportunidade de rebater a nota oficial, afirmando que: “Eu completo só que nunca é generalizado, porque ninguém é assim, ou é bom ou é mau. Claro que não é generalizado, mas é minha opinião e não retiro. Eu fui perseguido por setoristas, eu vivi isso, vi de perto isso. Então eu tenho base para falar. Inclusive já coloquei setorista na Justiça. Eu sei como funciona, por isso que dei minha opinião. Mas quem manda é a direção e tem o total direito de concordar ou não comigo”.

A Associação de Cronistas Esportivos do Rio de Janeiro também se manifestou contra as falas do ex-jogador de futebol: “A Associação de Cronistas Esportivos do Rio de Janeiro (ACERJ) discorda veementemente das opiniões emitidas pelo ex-jogador e atual comentarista esportivo Juninho Pernambucano, nas quais critica a atuação de repórteres – sejam eles setoristas ou não – lançando denúncias de suposto envolvimento com dirigentes de clubes, questionando caráter e falando em ‘prostituição’. Se Juninho tem alguma acusação a fazer, que cite nomes, apresente provas e responda por isso – sem generalizar toda a classe. Este ex-jogador não tem formação jornalística para saber o que é a apuração de uma notícia e não pode tentar enlamear toda a categoria, da qual pretende ser integrante. Juninho ainda reforça seu desconhecimento na área ao tentar tratar o setorismo de clube como condição menor na classe. Reduzir a discussão à diferença salarial entre jogadores e jornalistas é ignorar a capacidade intelectual dos profissionais envolvidos. Se Juninho se expressou mal, que venha a público se explicar. Caso contrário, terá o repúdio dos verdadeiros jornalistas”.⁴⁵

⁴⁵ Disponível em <<https://www.acerj.com.br/nota-oficial/>>

Dias depois do ocorrido, Juninho, que era contratado como comentarista do Grupo Globo desde abril de 2014, deixou de fazer parte do elenco. A empresa se posicionou por meio de nota oficial. “Na última sexta-feira, dia 4, Juninho Pernambucano solicitou a rescisão de seu contrato de trabalho com o Grupo Globo. Ele se afastará de suas funções como comentarista da Globo e do SporTV para tratar de assuntos pessoais. A Globo aceitou o pedido e agradece a Juninho Pernambucano a importante contribuição na análise dos eventos esportivos que acompanhou como comentarista”.⁴⁶

Em outubro de 2018, em uma entrevista concedida à versão brasileira do portal digital do periódico El País, da Espanha, o ex-jogador falou publicamente, pela primeira vez, sobre o episódio ocorrido, afirmando que “aquela nota interrompendo o programa para me censurar partiu de um diretor covarde, que eu ainda não sei o nome. Foi a gota d’água. Na mesma semana, decidi não prestar mais serviços à Globo e pedi para sair”.⁴⁷

O episódio possibilita a discussão, já debatida anteriormente, sobre a necessidade ou não de o comentarista esportivo ter a obrigação de possuir uma formação acadêmica em jornalismo. Mauricio Noriega acredita que, nesse caso específico do Juninho Pernambucano, dificilmente alguém que tivesse cursado uma Faculdade de Jornalismo teria agido da mesma forma.

Um jornalista de formação até poderia falar, mas acho menos provável. Um bom jornalista, ético e responsável, evitaria a generalização. Há uma banalização hoje da profissão de jornalista, principalmente após o imbróglio criado no Superior Tribunal Federal sobre a obrigatoriedade ou não do diploma. Na Faculdade se estuda ética, diferença entre informação e opinião, responsabilidade, aprender a ouvir o outro lado. Infelizmente, poucos dos jogadores, ex-jogadores, treinadores e ex-treinadores contratados para trabalhar com opinião se interessam em estudar Jornalismo. Seria ótimo para eles (NORIEGA, 2018).

Sergio Xavier Filho compartilha da opinião. O jornalista afirma que a formação teórica teria sido importante para o ex-jogador, pois ela se reflete sobre o exercício da atividade.

Passar pela academia ajuda a pensar mais na comunicação. Entender melhor a força da palavra. E o Juninho Pernambucano, de fato, pulou essa etapa. Ele vinha sendo reconhecido e respeitado como comentarista pela contundência, mas exagerou. O grande ativo do Juninho é a sua coragem para defender pontos de vista com

⁴⁶ Disponível em <<https://uolesportevetv.blogosfera.uol.com.br/2018/05/07/juninho-pernambucano-deixa-globo-apos-declaracao-polemica-sobre-jornalistas/>>

⁴⁷ Disponível em <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/19/deportes/1537394219_927623.html>

veemência, algo que o diferenciava na época de jogador também. Mas passou do ponto e, pior de tudo, generalizou (XAVIER FILHO, 2018).

Generalizar também é o principal ponto destacado pelos jornalistas Lédio Carmona e Wagner Vilaron. Mas eles acreditam que a formação jornalística não seria um diferencial, nesse caso envolvendo Juninho Pernambucano.

Não vejo a formação jornalística como diferencial para evitar tal comportamento, neste caso específico. Entendo que o que faltou foi um pouco de traquejo, cuidado e experiência em programas de debate ao vivo. A formação jornalística poderia ter ajudado, claro, mas não precisamos de um curso de Jornalismo para sabermos que não devemos generalizar. A vida e o bom senso nos ensinam isso também (VILARON, 2018).

Lédio Carmona chama a atenção com a necessidade do cuidado com as palavras em um programa de debate.

O Juninho Pernambucano sempre soube se posicionar e suas opiniões sempre foram interessantes. Comentaristas precisam e devem ter opinião e se posicionar. Só é preciso cuidar com a forma como usamos as palavras e discursos. A questão básica não foi a questão de ter ou não diploma, mas sim o equívoco da generalização (CARMONA, 2018).

3.13 – A OPINIÃO DOS EXECUTIVOS DE TELEVISÃO

Até o presente momento desta dissertação, estão sendo expostas opiniões e visões de alguns jornalistas e ex-jogadores que atuam no meio do telejornalismo esportivo. Foram citados também os pontos de vista de Marco Mora e José Trajano, dois antigos diretores da TV Globo e dos canais ESPN, respectivamente. Mas é fundamental tentar compreender a opinião de profissionais do mercado televisivo que exercem, atualmente, cargos de liderança nas principais emissoras de televisão que transmitem conteúdo esportivo.

Emanuel Castro foi diretor dos canais por assinatura SporTV de 2003 a 2009. Atualmente, exerce o cargo de diretor de qualidade e melhoria de conteúdo do Grupo Globo. Ele entende que, diferentemente do passado, quando os ex-jogadores consideravam a migração para a televisão como uma aventura, hoje em dia já existe um preparo, por parte deles. “Enxergo esse aumento dos ex-jogadores de forma natural. Muitos atletas já enxergam o fato como uma nova carreira e se preparam para isso, o que não ocorria no passado. Dessa forma, veremos cada vez mais ex-jogadores na função de comentaristas” (CASTRO, 2018).

Opinião parecida com a de outros executivos de emissoras de televisão, como por exemplo Sidnei Bortotto, gerente de eventos esportivos dos canais por assinatura FOX Sports há seis anos. “Essa tendência sempre existiu. Atualmente, os ex-jogadores se preparam cada vez mais para a carreira de comentarista. Além da experiência, buscam se aperfeiçoar, compreender o público e os veículos nos quais colaboram” (BORTOTTO, 2018).

Rosa Maria Cicirelli, responsável pelo setor esportivo da TV Band, e Arnaldo Ribeiro, chefe de redação dos canais por assinatura ESPN desde 2014, também entendem que essa relação entre os ex-jogadores e a televisão não é mera eventualidade. Cicirelli enxerga como um processo natural. “O espaço para eles aumentou, com a chegada da TV por assinatura e também dos meios digitais. Hoje já existe uma preocupação dos ex-jogadores que pretendem seguir como comentaristas em se prepararem para atender essa demanda” (CICIRELLI, 2018). Ribeiro entende essa relação como salutar. “Eles estão cada vez mais preparados. E as emissoras de TV e os meios de comunicação, cada vez mais receptivos” (RIBEIRO, 2018).

Visto que a presença dos ex-jogadores dividindo espaço com os jornalistas na função de comentarista de futebol é uma realidade, e que eles – ex-jogadores – estão cada vez mais preparados para esse ofício, é importante saber a opinião desses profissionais que atuam como lideranças em suas respectivas emissoras, em relação aos motivos pelos quais os ex-jogadores tornaram-se importantes para o meio. Emanuel Castro, do Grupo Globo, entende que o ex-jogador, na função de comentarista, ajuda a ampliar a percepção do público.

As emissoras de televisão começaram a procurar os ex-jogadores para terem um ponto de vista diferente sobre uma partida de futebol. Os jornalistas, por não possuírem a experiência profissional, não conseguem perceber certos ângulos do jogo. O jornalista possui visão restrita sobre tudo o que está em jogo. O ex-jogador contribui para ampliar a percepção do telespectador, que também nunca esteve em campo (CASTRO, 2018).

Castro cita que as emissoras de televisão procuraram os ex-jogadores. Para Arnaldo Ribeiro, dos canais por assinatura ESPN, além desse fato, houve também o caminho inverso, em que os próprios ex-jogadores buscaram o meio televisivo.

Vejo a questão das emissoras de televisão e dos ex-jogadores como um movimento de mão dupla. As emissoras procuram os ex-jogadores pela vivência, pelo campo, pelo ‘humano’, pelo técnico. E os jogadores procuram as emissoras pela alternativa de carreira após pendurarem as chuteiras, por se sentirem mais preparados agora. Por passarem a mergulhar de fato no mundo ‘do outro lado do balcão’ (RIBEIRO, 2018).

Em momentos anteriores da dissertação, foram feitas relações entre a escolha pelos ex-jogadores e a audiência que eles podem trazer para as emissoras de televisão. Rosa Maria Cicirelli, da TV Band, cita essa questão da audiência. “Para criar um atrativo na busca pela audiência, o ex-jogador tem uma vivência que pode ser complementar ao comentário tático. E um grande jogador sempre atrai, no mínimo, a curiosidade do público para conhecer a sua opinião” (CICIRELLI, 2018). Ela também cita a preocupação das emissoras de televisão em relação à escala dos ex-jogadores, baseada unicamente em uma possível identificação que alguns deles possuem – ou possuíam, na época em que atuavam profissionalmente – com determinados clubes. “Por um lado, há sim essa importância de se conquistar audiência através da identificação de alguns ex-jogadores com seus antigos clubes. Mas, por outro lado, isso também segmenta. Por isso é importante que o comentarista trabalhe a imparcialidade. Dessa forma, conquista credibilidade” (CICIRELLI, 2018).

Arnaldo Ribeiro acredita que, por alguns fatores importantes, esse vínculo deixa de existir. “Acredito que o tempo de permanência deles na televisão, a qualidade que adquiriram e o carisma que possuem acabaram desvinculando a imagem colada aos principais times ‘de origem’. Hoje enxergo alguns como ‘comentaristas nacionais’” (RIBEIRO, 2018). Opinião semelhante à de Sidnei Bortotto, que afirma que “A identificação do torcedor com o ídolo é importante em uma transmissão. Mas alguns comentaristas ex-jogadores, como por exemplo Edmundo e Casagrande, têm bagagem e credibilidade para comentar qualquer jogo” (BORTOTTO, 2018). Seguindo uma linha de raciocínio equivalente, Emanuel Castro enxerga que, de fato, existe esse argumento no meio televisivo, mas que pode – e deve – facilmente ser extinguido. “Isso é apenas uma crença e um hábito. Tem a ver com a menor rejeição dos torcedores destes clubes. Mas é apenas uma crença baseada em hábitos que podem ser modificados” (CASTRO, 2018).

Castro também simplifica o fato de as emissoras de televisão aberta terem em seus elencos apenas ex-jogadores atuando como comentaristas, enquanto nas emissoras de TV por assinatura existem jornalistas e ex-jogadores. “A diferença, para mim, está na simples questão de orçamento e número de pessoas. A TV por assinatura precisa ter um número grande de comentaristas para preencher sua grade de programação, e o orçamento não permitiria que ela tivesse apenas ex-jogadores no seu elenco (CASTRO, 2018).

Rosa Maria Cicirelli, da TV Band, também enxerga a necessidade das emissoras de TV por assinatura preencherem a grade de programação como fator determinante para a escolha entre jornalistas e ex-jogadores.

Acredito que só haja ex-jogadores na TV aberta por conta do público e, principalmente, pela exposição. Ali, é possível compor uma escala de programas e transmissões esportivas dando preferência para ex-atletas. Já na TV por assinatura, como a grade de programação é extensa, é preciso ter mais opinião, criar debates e também ter um respaldo maior de informações, como história e estatísticas (CICIRELLI, 2018).

Para outros profissionais do telejornalismo esportivo, além da questão do preenchimento da grade de programação, que é mais extensa na TV por assinatura, há também o argumento do tipo de linguagem usada.

Eu vejo uma diferença de linguagem, quando se fala de TV aberta e TV por assinatura. Tanto jornalistas como ex-jogadores adotam um perfil mais popular quando estão trabalhando na TV aberta. O comportamento muda um pouquinho no momento em que estão na TV por assinatura. Vejo a mescla entre eles como algo bem interessante. O que não exclui o valor de programas só com jogadores (RIBEIRO, 2018).

Sidnei Bortotto, do FOX Sports, cita a segmentação e o perfil de cada emissora, para justificar a escolha entre jornalistas e ex-jogadores nas emissoras de televisão abertas e por assinatura.

A TV por assinatura é mais segmentada, com um público mais voltado para a informação. Já a TV aberta permite uma maior descontração e menos aprofundamento nos temas. Tanto nas emissoras de televisão abertas quanto nas por assinatura, o quadro de comentaristas – sejam eles jornalistas ou ex-jogadores – variam de acordo com o perfil de cada emissora, de cada programa, de cada transmissão (BORTOTTO, 2018).

3.14 – A MULTIPERSPECTIVIDADE A FAVOR DOS COMENTÁRIOS

No início deste terceiro capítulo da dissertação, foi apresentada a noção da multiperspectividade, com o objetivo de relacioná-la à função de comentarista esportivo nas transmissões de futebol. Inspirado no perspectivismo de Nietzsche, que dizia que toda interpretação é necessariamente mediada pela perspectiva de quem a faz, Kellner afirma que, quanto maior o número de perspectivas e interpretações puderem ser utilizadas, mais abrangente e robusta será a compreensão.

Até o momento, o desenvolvimento deste capítulo se baseou em pontos de vista de jornalistas e ex-jogadores sobre diversos pontos que permeiam o universo do telejornalismo esportivo: os diferenciais que o ex-jogador possui no exercício da profissão e alguns cuidados que ele deve ter nessa transição do campo para o microfone; as vantagens que o jornalista com formação acadêmica possui; a obviedade presente nos comentários; a presença do entretenimento nas transmissões; a diferença como as emissoras de TV aberta e por assinatura tratam do assunto; a identificação e a paixão envolvida no comentário esportivo; e a questão da possível necessidade do diploma em Jornalismo para poder exercer a profissão de comentarista.

Após toda essa análise do universo do comentário esportivo, é o momento de se debater a relação entre eles, tendo como base as noções da multiperspectividade. Como os saberes e os pontos de vista de jornalistas e ex-jogadores podem dialogar entre si, conduzindo o telespectador a um melhor entendimento de um jogo de futebol?

O jornalista José Trajano defende a combinação entre os dois tipos de profissionais, argumentando que a presença de ambos não é excludente.

Acho que a boa combinação é quando você tem um jornalista e um ex-jogador. O jornalista pode trazer uma visão mais humanista do espetáculo do futebol e ter um olhar mais humano sobre determinadas questões. Ele também pode trazer mais informações e observar o que é relevante do ponto de vista jornalístico, até pensando no debate que haverá após o jogo. O ex-jogador vai te dar uma visão técnica e vai agregar com a visão específica do comportamento do atleta. Ele vai pegar uma imagem e dizer como o cara está batendo na bola, como saiu o passe, o deslocamento dele, a forma que o goleiro pulou na bola, como o zagueiro reagiu a determinado lance, porque não houve o drible. E essa combinação é muito interessante. Então, cada vez mais, a presença de um e de outro não são excludentes, mas se completam. Mas tanto para o jornalista quanto para o ex-jogador, é fundamental que se esteja bem preparado. Não adianta o jornalista dizer que se expressa bem, que não erra no português e que isso basta. Assim como não adianta o ex-jogador pensar que apenas o fato de ter jogado futebol o credencia a ser um bom comentarista. Para ambos, deve haver preparo, busca por conhecimento, qualificação (TRAJANO, 2016).⁴⁸

Outros jornalistas que atuam como comentaristas esportivos seguem a mesma linha de pensamento de Trajano, defendendo a participação de jornalistas e ex-jogadores e destacando algumas características importantes de cada um. Mauricio Noriega acredita que as visões são diferentes, mas os estilos, bem claros.

⁴⁸ Entrevista com o jornalista José Trajano, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

O ex-atleta agrega a experiência que teve, a vivência do vestiário. São situações de jogo que o jornalista não tem. E o jornalista traz como positivo a informação, a observação aguçada. A fusão dessas duas visões contribui muito para essa função de comentarista. Acho que cada um tem seu estilo e cada um tem uma visão bem específica que podem ser somadas (NORIEGA, 2018).

O jornalista Wagner Vilaron também defende a participação de jornalistas e ex-jogadores no comentário esportivo, mas faz uma ressalva sobre a necessidade de humildade e preparação de ambos os lados.

O ex-jogador precisa ter a humildade para entender que o fato dele ter jogado profissionalmente não o gabarita, automaticamente, para ter a palavra final sobre qualquer assunto relacionado a futebol. E que o assunto, como tantos outros, pode ser estudado, aprofundado. Já pensou se apenas ex-ministros da Fazenda ou ex-presidentes do Banco Central pudessem falar de Economia? Ou se para ser um comentarista de Política fosse obrigatório ter sido vereador, deputado, senador, presidente da República? Nenhum comentarista de cinema precisa ter sido ator ou diretor. Pois para jogadores e treinadores, no futebol, deveria ser assim. Os jornalistas, por sua vez, devem entender que se eles podem estudar e se aprofundar no futebol, ex-jogadores também podem estudar, se aprofundar e desenvolver habilidade e técnicas de comunicação. Além de manter uma distância saudável dos protagonistas do jogo, capaz de manter suas avaliações saudáveis. Essencialmente, o que acredito é que jornalistas e ex-jogadores não concorrem, mas sim se complementam na tarefa de analisar o esporte. E desde que os dois lados estejam devidamente preparados, quem mais ganha é o público (VILARON, 2017).

Luis Roberto de Múcio e Galvão Bueno, dois dos principais narradores da televisão brasileira, também compartilham da mesma opinião dos jornalistas. Luis Roberto, narrador da TV Globo desde 1997, acredita que a combinação entre jornalistas e ex-jogadores é o melhor formato possível.

Quando se tem o jornalista, há um domínio maior cultural, há o ponto de vista político, o porquê de uma crítica, uma bagagem maior para pontuar os fatos. Ele tem o domínio além do campo de jogo. Assim como eu acho muito bom ter na transmissão alguém que tenha jogado profissionalmente. O ex-jogador consegue dar a intensidade do grau de dificuldade daquilo que está acontecendo em campo, algo que é mais difícil para quem não esteve lá dentro (DE MÚCIO, 2018).

Galvão Bueno, narrador da TV Globo há 37 anos, destaca a busca por especialização, que cada um deles deve procurar.

Cada um traz a sua expertise para o trabalho e vai buscar se especializar no que precisa. O ex-jogador traz toda a sua experiência de ter jogado profissionalmente. Mas ele vai precisar fazer uma adaptação ao veículo para o qual está trabalhando. O

jornalista, que já tem mais facilidade para dominar o veículo, vai buscar o conhecimento prático da modalidade (BUENO, 2016).⁴⁹

Há também opinião divergente entre os jornalistas. Para Sergio Xavier Filho, não há necessidade de se pensar que as visões específicas de jornalistas e ex-jogadores devam se complementar.

Eu não acho um bom negócio você imaginar que tenham que se complementar. Que o jornalista tem que dar as grandes linhas e o comentário bonito, e o jogador deva passar somente o detalhe técnico e a visão do boleiro. Esse clichê pode até ter funcionado no início, mas agora é medíocre. Ambos deveriam ser cada vez mais analistas, competentes, ter facilidade de expressão, mergulharem no jogo em si, tentar entrar na cabeça do jogador, se colocar no lugar dele. Quanto mais parecidos, melhor. Mas cada um mantendo sua opinião. A leitura em torno de jornalistas e ex-jogadores comentando deveria ser a mesma. No fundo nós estamos fazendo a mesma coisa. Nós estamos passando informação, tentando ser cativante, revelando coisas que o público talvez não esteja enxergando com facilidade. Aspectos técnicos, táticos, motivacionais. Não precisa ter entrado em campo para imaginar o que os jogadores estão sentindo ao errarem um gol, por exemplo (XAVIER FILHO, 2017).

Pelo lado dos ex-jogadores que atuam como comentaristas, as opiniões se assemelham. A maioria pensa que há espaço para eles e para os jornalistas atuarem no mercado. Casagrande destaca a questão racional e emocional presente nos comentários.

O jornalista tem uma outra visão de alguns fatos. Ele faz colocações mais racionais, enquanto o ex-jogador tende a ser mais emocional. Mas eu acho que tem espaço para todos. Eu assisto jogos em vários canais, com jornalistas, com ex-jogadores, com os dois juntos. E eu nunca fico julgando o comentário deles. Na minha opinião, é tudo ponto de vista. Não existe certo e errado. Existem opiniões e visões diferentes de algumas coisas (CASAGRANDE, 2018).

O ex-jogador William Machado traz detalhes de como jornalistas e ex-jogadores podem se ajudar na profissão.

O jornalista, no convívio com o ex-atleta, pode começar a observar alguns detalhes específicos. A forma como o jogador se movimenta, como ele engana o adversário, a qualidade que ele tem em cortar para os lados de forma mais rápida que o adversário, o domínio de bola. Coisas que o ex-jogador tem mais facilidade para enxergar. Do outro lado, o ex-atleta pode aprender muito com o jornalista na forma como se expressar, na coerência do raciocínio. É muito difícil criar esse início, meio e fim no pensamento e colocar isso em palavras. A simplicidade em falar é muito complicada para o ex-jogador (MACHADO, 2017).

Caio Ribeiro tem uma opinião semelhante. Para o ex-jogador e atual comentarista da TV Globo,

⁴⁹ Entrevista com o narrador Galvão Bueno, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

O ex-jogador traz uma visão de campo, uma percepção do que acontece na partida, um conhecimento dos bastidores. O jornalista traz o lado teórico e tem uma vantagem que é saber se expressar melhor. Talvez uma maior dificuldade que o ex-jogador passe, ao tornar-se comentarista, é entender o futebol do ponto de vista do negócio, da audiência, do comercial (RIBEIRO, 2016).⁵⁰

Denílson é mais um ex-jogador que acredita nessa união. De acordo com o ex-jogador e atual comentarista da TV Bandeirantes, a ajuda entre os companheiros de transmissão é fundamental.

Eu aprendo demais com os jornalistas e acho que essa união deu muito certo. Por exemplo, eu pedia ao Mauro Beting, comentarista, ajuda para ter uma visão jornalística de tudo, já que eu não frequentei uma faculdade. Ao mesmo tempo, o Mauro, por não ter jogado profissionalmente, me perguntava sobre questões práticas do jogo, como por exemplo se é normal um jogador errar determinado lance. O Nivaldo Pietro, narrador, sempre me ajudou com as concordâncias gramaticais (DENÍLSON, 2016).⁵¹

Denílson citou Mauro Beting. O jornalista, que já exerceu a função de comentarista esportivo em diversas emissoras, como Bandeirantes e Fox Sports, acredita que há espaço para todos, mas que acima de toda essa discussão entre jornalistas e ex-jogadores, está a autenticidade.

Acredito que você deva ser o que você é. Se você estudou e estuda bastante e tem um vocabulário rebuscado, pode usá-lo de vez em quando. Se você jogou e faz aquele estilo boleirão, pode seguir dessa forma. Tem comentarista que se baseia nas estatísticas, na tática, e tem comentarista que foca na ação do jogo, no que está acontecendo ali em campo e nada mais. É possível ter o melhor dos dois mundos, ou seja, a prática e a teoria juntos. Há espaço para todos (BETING, 2018).

Haver espaço para todos é exatamente o que Caio Ribeiro defende. Assim como Mauro Beting, o ex-jogador também acredita que diferentes estilos de comentários podem estar presentes no meio.

Acredito que haja muito espaço para diferentes tipos de comentaristas. O Casagrande, por exemplo, tem uma pegada diferente, com um linguajar diferente do meu. O Denílson, na Band, conquistou seu espaço com um estilo mais divertido. Na TV fechada, para falar de jornalistas, gosto muito do estilo do Lédio Carmona e do Mauricio Noriega, do SporTV. O Paulo Vinicius Coelho, da Fox, já tem um estilo mais voltado para a análise dos números. E há espaço para todos (RIBEIRO, 2018).

⁵⁰ Entrevista com o ex-jogador Caio Ribeiro, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

⁵¹ Entrevista com o ex-jogador Denílson, concedida à jornalista Juliana Daguano, autora do Trabalho de Conclusão de Curso *Os olhares sobre uma paixão – Comentaristas esportivos de TV* (2016), na Pontifícia Universidade de São Paulo.

Após as declarações de jornalistas, ex-jogadores e executivos do meio esportivo a respeito de características e obrigações da função de comentarista de futebol na televisão, observa-se que, independentemente das opiniões desses profissionais (nas quais encontram-se semelhanças e discordâncias), é relevante destacar a ideia da multiperspectividade e percebê-la no campo dos comentaristas. Através dos saberes e dos pontos de vista de jornalistas e ex-jogadores, é possível haver um diálogo produtivo entre eles, conduzindo o telespectador a um melhor entendimento de um jogo de futebol.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Minha intenção, através desta dissertação de mestrado, é expandir o debate sobre a função de comentarista esportivo de futebol na televisão, um assunto que, baseado nas pesquisas prévias que realizei, não é discutido de forma aprofundada. Justamente pela limitação de literatura acessível, tornou-se importante abordar temas gerais do jornalismo, do telejornalismo e do telejornalismo esportivo, para que fosse possível traçar um panorama do comentarista de futebol, objeto de estudo desta pesquisa. A partir dele, tento desenvolver um pensamento e propor uma discussão a respeito da relação que existe atualmente, no mercado do telejornalismo esportivo, entre os dois tipos de profissionais que exercem essa função: o jornalista e o ex-jogador de futebol. Com base nas experiências de cada um deles, meu principal propósito é mapear a possibilidade da existência de uma conexão, de um diálogo entre jornalistas e ex-jogadores no momento em que atuam como comentaristas de futebol na televisão. Mas para a realização desse mapeamento, é importante – e necessário – apresentar e destacar, mesmo que de forma resumida, o início e o crescimento do jornalismo esportivo no Brasil. Assim como é significativo delinear a função de comentarista esportivo, registrando o surgimento no rádio, destacando a presença dos ex-jogadores no meio e ressaltando algumas das principais características dessa atividade. Essa é a minha tentativa nos capítulos um e dois dessa dissertação.

Com o objetivo de conseguir atingir um público generalizado, em vez de “conversar” apenas com uma coletividade específica, que tem intimidade com o jornalismo e suas particularidades (tanto no que se refere à televisão, como também ao meio esportivo), apresento no capítulo um o início do noticiário esportivo impresso no Brasil, passando em seguida para os primeiros passos das transmissões de jogos de futebol pelo rádio brasileiro e, posteriormente, alcançando o jornalismo esportivo praticado na televisão. Ao pesquisar e descrever os primeiros passos de atuação da mídia esportiva impressa, foi interessante constatar que, ainda que a televisão não tivesse chegado ao Brasil, e, conseqüentemente, tampouco o comentarista televisivo, já se desenvolvia um esboço do que viria a ser essa função através do surgimento e do crescimento dos cronistas esportivos. Por meio de jornalistas como Nelson Rodrigues e Mário Filho, as crônicas publicadas nos principais jornais impressos da época criavam algo que apareceria apenas anos mais tarde, através dos comentaristas esportivos do rádio e da televisão: a identificação com o público que se interessava pelo noticiário esportivo.

Com o surgimento e o crescimento do rádio no Brasil, as emissoras radiofônicas passaram a formar profissionais com o perfil de espetacularizar as transmissões e despertar no ouvinte uma emoção e uma paixão que não eram possíveis de serem percebidas no meio impresso. Os radialistas, participantes de departamentos cada vez mais organizados e estruturados, começaram a enxergar lacunas dentro da transmissão de uma partida de futebol. Foi a partir dessa percepção que se deu o surgimento do comentarista esportivo, que passou a dividir a responsabilidade com o narrador, antes figura única na irradiação dos jogos. Com o crescimento da função, destacava-se quem adquiria uma característica que seria, anos mais tarde, desenvolvida no meio televisivo: a objetividade. Abordarei novamente outras características sobre a função do comentarista esportivo, que foram apresentadas nos capítulos dois e três da dissertação. Antes, é importante lembrar a presença do entretenimento, ou, para ser mais preciso, do infotainment, neologismo que define a mistura entre a informação e o entretenimento, uma tendência da mídia contemporânea e que deve ser considerada conforme as transformações culturais de nosso tempo.

Após chegar ao Brasil, em 1950, a televisão se tornou o principal veículo de comunicação de massa. As empresas de TV, que se tornaram grandes grupos de comunicação, contribuíram de forma significativa na movimentação da economia do País. Os empresários do setor, em busca de audiência e de lucratividade, fizeram – e ainda fazem – investimentos em novelas, seriados, programas de auditório e telejornais. O segmento esportivo também se faz presente na estratégia das principais emissoras do Brasil. A evolução da sociedade e suas necessidades obrigam o telejornalismo esportivo a testar novas experiências, na tentativa de se buscar uma audiência que está cada vez mais migrando para o meio digital. Nessa busca para cativar o maior número possível de telespectadores, o infotainment vem crescendo exponencialmente no telejornalismo esportivo. Diversas vezes, percebe-se a diminuição da importância em se apurar, investigar e transmitir conhecimento do esporte. Torna-se mais relevante ser capaz de se apresentar diante das câmeras para cativar, divertir e emocionar o telespectador. Essa combinação do telejornalismo esportivo com o entretenimento é parte de uma evolução dos meios de comunicação, que adaptam seus conteúdos de forma a se tornarem menos entediantes, mais agradáveis e mais fáceis de serem compreendidos. Operando dentro da indústria cultural e privilegiando o entretenimento para promover o esporte como espetáculo, o jornalismo esportivo, dessa forma, tem a finalidade de se tornar interessante para um número cada vez maior de telespectadores.

Analisando especificamente o futebol, tema dessa dissertação, penso que as teorias de Theodor Adorno e Max Horkheimer sobre a mercantilização da cultura e as observações de Guy Debord a respeito da sociedade do espetáculo, além de se manterem atuais, encaixam-se perfeitamente no jornalismo esportivo praticado na televisão. A exploração das emoções nas transmissões de futebol e a preferência pelo *show*, em detrimento da informação, são características do grande espetáculo que se tornou o segmento esportivo na televisão. Mesmo tendo consciência de que cabe ao esporte uma narrativa mais simples, torna-se cada vez mais difícil encontrar algo que escape ao tratamento leve, divertido, espetacular ou sensacionalista. Através da lógica do espetáculo, a televisão conseguiu transformar o futebol em um produto televisivo, por meio de recursos tecnológicos, imagens fantásticas e câmeras que captam todas as reações dos jogadores, que são transformados (e, muitas vezes, atuam como tal) em personagens: Deuses, diabos, reis, príncipes, super-heróis, gênios, xerifes, matadores, artilheiros etc. Outra condição adotada pelas emissoras de televisão é o aumento no número de ex-jogadores atuando como comentaristas, dividindo espaço com os jornalistas. É esse o elemento que orienta essa dissertação.

O objetivo principal dessa pesquisa é desenvolver um pensamento e propor uma discussão a respeito da relação que existe atualmente, no mercado do telejornalismo esportivo, entre os dois tipos de profissionais que exercem a função de comentarista de futebol: o jornalista e o ex-jogador. A partir das experiências de cada um deles, minha principal intenção é mapear a possibilidade da existência de um diálogo entre esses dois tipos de profissionais. O impulso para que essa discussão saísse de uma simples ideia e se tornasse uma dissertação de mestrado se deu através das noções de Douglas Kellner sobre a multiperspectividade. De acordo com o acadêmico norte-americano, quanto maior o número de perspectivas e interpretações puderem ser utilizadas, mais abrangente e robusta será a compreensão. Na obra *A Cultura da Mídia* (2001), ele utiliza a ideia da multiperspectividade para falar sobre filmes e músicas. Minha proposta foi trazer essa percepção para o campo dos comentaristas esportivos de futebol na televisão e, a partir daí, sugerir algumas discussões a respeito dessa dualidade existente no mercado.

Como jornalista esportivo que convive no meio televisivo há 15 anos, percebo que essa é uma discussão sempre vigente e sem respostas absolutas. Por isso, com a intenção de

proporcionar uma conversa cada vez maior sobre o tema, decidi estabelecer esse debate através de uma pesquisa empírica, ou seja, a partir de entrevistas com fontes diretas que vivenciam e possuem conhecimento sobre o tema. Os cuidados e os diferenciais do ex-jogador nos comentários, os pontos positivos dos jornalistas, a presença do entretenimento e as diferenças nas escolhas da TV aberta e dos canais por assinatura foram alguns dos assuntos abordados com onze jornalistas e cinco ex-jogadores que atuam como comentaristas.

Não acredito que seja possível definir se é melhor ter apenas jornalistas ou apenas ex-jogadores atuando na função de comentarista de futebol. Entendo que a noção da multiperspectividade é essencial para basear minha opinião sobre o assunto. Através de uma quantidade maior de pontos de vista, sob óticas e realidades vividas completamente diferentes, melhor será a compreensão por parte do telespectador. Por isso, acredito que a formação ideal para uma equipe de transmissão é ter, ao lado do narrador, um comentarista jornalista e um comentarista ex-jogador. Mas é importante focar na questão central dessa pesquisa: como se dá a relação entre eles, no sentido de se construir um diálogo produtivo?

No jornalismo, cabe relatar e explicar os acontecimentos, para que o público tenha a capacidade de chegar às suas próprias conclusões sobre os fatos descritos. Os profissionais que atuam como comentaristas de futebol devem demonstrar essa preocupação, explicando a todo momento o que acontece no jogo. Porém, mais do que explicar, é preciso saber como fazê-lo, para que haja um entendimento do que está sendo dito. Nesse momento, jornalistas e ex-jogadores conseguem se destacar, cada um com as suas qualidades. Juntos, ambos podem contribuir positivamente dentro de uma transmissão televisiva. Os jornalistas, através de uma facilidade em se expressarem, em transmitirem a mensagem de forma clara, simples e com uma construção de raciocínio com início, meio e fim de pensamento. Já os ex-jogadores, se não possuem a facilidade da fala, conseguem se sobressair através da experiência vivida na época em que atuavam dentro de campo e, muitas vezes, por conhecerem e terem jogado com diversos atletas que ainda atuam profissionalmente.

Essa experiência dos ex-jogadores está aliada a uma característica que pode ser muito positiva para eles: a credibilidade, um objetivo buscado incessantemente na prática jornalística. Por se tratarem de figuras do esporte reconhecidas nacionalmente e até mundialmente, eles levam para a transmissão um prestígio adquirido durante suas carreiras profissionais. Porém, é

importante registrar também que essa intimidade dos ex-jogadores com o meio profissional do futebol pode causar conflitos, trazendo como consequência a possibilidade de um corporativismo nos comentários, um dos temas tratados no capítulo três. Muitas vezes, o compromisso dos ex-jogadores com a sua coletividade compromete uma análise mais aprofundada e verdadeira. Nesse ponto, torna-se importante também a presença dos jornalistas, que não possuem esse sentimento de pertencimento à comunidade e podem fazer as análises com base nos fatos decorrentes.

Para que essas análises sejam realizadas, é fundamental que o comentarista tenha informação, apure notícias do meio e estude, evitando que sua opinião seja baseada apenas nos “achismos”, tema também debatido na dissertação. Nesse sentido, tanto jornalistas como ex-jogadores podem se destacar. O jornalista, baseado em sua formação acadêmica, deve ir em busca de dados que possam lhe ajudar no acúmulo de conhecimentos que devem ser repassados ao telespectador durante uma transmissão. Para isso, é fundamental um estudo prévio sobre tudo que envolve aquela partida e campeonato, além de ser importante conversar com personagens envolvidos. Nesse quesito, o ex-jogador pode contribuir de forma significativa, pois a tendência é que, por ter vivenciado o meio profissional, ele tenha facilidade no contato com jogadores, técnicos e dirigentes.

Ao mesmo tempo que é preciso abastecer o telespectador com informações, tornou-se importante a presença do entretenimento no meio televisivo, um tema abordado profundamente nessa pesquisa. Entendo que a realidade do mercado, em busca incessante por audiência, tende a privilegiá-lo. E acredito que sua atuação, no que se refere ao papel do comentarista, tenha importância, já que é papel dele – comentarista – tornar agradável aquele tempo que o telespectador está cedendo à transmissão. Nesse sentido, concordo com a opinião do jornalista Maurício Noriega, em que ele afirma que o melhor jornalismo é aquele que entretém, sendo possível realizar um comentário leve e divertido, mas ao mesmo tempo informativo. Há também uma observação pertinente do ex-jogador Caio Ribeiro, no momento em que ele diz que o futebol envolve paixão e emoção, tornando-se uma distração para os problemas cotidianos. Por isso a importância de entreter e divertir esse público. Mas cabe também uma reflexão: será que é isso que o telespectador deseja? Será que ele tem preferência pela informação, pelo entretenimento, pelos dois juntos? Quem sabe a busca por essas respostas poderia ser tema de futuras investigações acadêmicas.

Outro tema que surge nas discussões sobre essa relação entre o jornalista e o ex-jogador na função de comentarista de futebol é a escolha feita pela TV aberta e pelos canais por assinatura. A realidade atual indica que a TV aberta dá preferência apenas a ex-jogadores, enquanto os canais por assinatura possuem em seus elencos jornalistas e ex-jogadores. Entendo os argumentos, oriundos dos próprios comentaristas e de profissionais que exercem cargos de liderança nas principais emissoras do País, de que o público dos canais por assinatura é mais segmentado e o de TV aberta, mais popular, além do fato de que a identificação dos ex-jogadores com o público tem um peso considerável a favor deles. Mas penso que há espaço para o jornalista exercer a função de comentarista nas transmissões de TV aberta. Mesmo sabendo que essa identificação tem um peso fundamental para a audiência, é possível que haja momentos, dentro de uma transmissão, em que a opinião jornalística torne-se importante, seja para um público popular ou segmentado. Exemplos pertinentes podem ser encontrados em jogos entre seleções: EUA x Irã e todo o contexto diplomático que envolvem os dois países; Argentina x Inglaterra e a relação com a Guerra das Malvinas. Mesmo no futebol brasileiro, pode ser necessário relativizar o contexto esportivo com o social, o histórico, o político ou o econômico.

Por fim, evocando novamente a questão central a ser abordada nessa pesquisa de mestrado, resgato a noção da multiperspectividade para realizar minha observação final. Nessa função de comentarista de futebol na televisão, constrói-se um diálogo produtivo entre jornalistas e ex-jogadores, a partir do momento em que o jornalista destaca, através de informações e dados, o que é relevante do ponto de vista jornalístico. Mas com o cuidado para não acreditar que basta apenas saber se expressar bem e em bom português para realizar comentários pertinentes. O ex-jogador, através da experiência vivida, poderá ressaltar uma visão técnica e específica do atleta e dos acontecimentos práticos de dentro do campo, como por exemplo, a forma como o jogador bateu na bola, ou o motivo de o jogador ter cruzado e não chutado para o gol. Para o ex-jogador, o cuidado é não pensar que apenas o fato de ter jogado futebol o credencia a ser um bom comentarista. Para ambos, deve haver preparo, estudo e qualificação.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ARBEX JR., José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

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

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BUCCI, Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

_____. **O Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2000.

CARDOSO, Tom; ROCKMANN, Roberto. **O Marechal da Vitória**. Uma História de Rádio, TV e Futebol. São Paulo: A Girafa, 2005.

COELHO, C. N. P. Em torno do Conceito de Sociedade do Espetáculo. In: COELHO, C. N. P.; CASTRO, Valdir José de. (org). **Comunicação e Sociedade do Espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

COUTO, André Alexandre Guimarães. **A hora e a vez dos esportes: a criação do Jornal dos Sports e a consolidação da imprensa esportiva no Rio de Janeiro (1931-1950)**. 2011. Dissertação (Mestrado em História Social) – Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

CURADO, Olga. **A Notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz Telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.

DICIONÁRIO da língua portuguesa. Aurélio. Disponível em <<https://www.dicio.com.br>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

DICIONÁRIO da língua portuguesa. Michaelis. Disponível em <<http://michaelis.uol.com.br>>. Acesso em: 27 mar. 2018.

DAGUANO, Juliana. **Os olhares sobre uma paixão** – Comentaristas esportivos de TV. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Pontifícia Universidade do Estado de São Paulo, São Paulo.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do espetáculo**. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FRANCO JR., Hilário. **A dança dos deuses. Futebol, sociedade e cultura**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

GABLER, Neal. **Vida, o filme**: como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GREEN, Maury. **Periodismo em TV**. Buenos Aires: Troquel, 1973.

GUEDES, Bruno Otto. **Palavra fácil**: história e análise da função de comentarista de futebol. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.

JUNIOR, Gonçalo, **País da TV** – A história da televisão brasileira. São Paulo: Conrad, 2001

KELLNER, Douglas. **A cultura da Mídia**. Bauru, SP: Edusc, 2001.

KUNCZIK Michael. **Conceitos de Jornalismo**. São Paulo: EDUSP, 1997.

LLOSA, Mario Vargas. **A civilização do espetáculo**. Uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. São Paulo: Objetiva, 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e Jornalismo. A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

_____. (Org). **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

_____. **Televisão, a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

MÁXIMO, João. **João Saldanha**: sobre nuvens de fantasia. Rio de Janeiro: Relume Dumará: 1996.

MININNI, Giuseppe. **Psicologia Cultural da Mídia**. São Paulo: SESC-SP, 2008.

MORÁN, José Manuel. A informação na televisão: critérios editoriais. **Comunicação e Sociedade – Televisão e realidade brasileira**. São Bernardo do Campo, n. 14, p.19-31, mai, 1986.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**. Rio de Janeiro: Forense, 1969

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. França 1938, III Copa do mundo. O rádio brasileiro estava lá. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**. 2000. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/ortriwano-gisela-copa1938.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

OSELAME, Mariana Corsetti. **Fim da Notícia: O “engraçadismo” no campo do jornalismo esportivo de televisão.** 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. **O predomínio do entretenimento no jornalismo esportivo brasileiro.** Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes / Universidade de São Paulo, São Paulo.

PATIAS, Jaime Carlos. O Espetáculo no Telejornal Sensacionalista. In: COELHO, C. N. P.; CASTRO, Valdir José de (Org). **Comunicação e Sociedade do Espetáculo.** São Paulo: Paulus, 2006.

RAMONET, Ignácio. **A Tirania da Comunicação.** Petrópolis: Vozes, 1999.

RAMOS, Roberto. Roland Barthes: Semiologia, Mídia e Fait Divers. **Revista Famecos,** Porto Alegre, 2011. n. 14, p. 119-127, abr, 2011.

RANGEL, Patrícia. Globo Esporte São Paulo: Ousadia e Experimentalismo no Telejornal Esportivo. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais.** Curitiba, 2009.

REZENDE, Guilherme de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial.** São Paulo: Summus, 2000.

RIBEIRO, André. **Leônidas da Silva – o Diamante Eterno.** Rio de Janeiro: Gryphus, 1999.

_____. **Os donos do espetáculo.** História da imprensa esportiva do Brasil. São Paulo: Terceiro Nome, 2007.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo?.** São Paulo: Brasiliense, 1980.

RUBIO, Katia. **O atleta e o mito do herói.** São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.

SOARES, Edileuza. **A Bola no Ar – O Rádio Esportivo em São Paulo.** São Paulo: Summus, 1994.

SODRÊ, Muniz. **Reinventando a Cultura – a Comunicação e seus produtos.** Petrópolis: Vozes, 1996.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou.** Do galena ao digital desvendando a radiofusão no Brasil e no mundo. São Paulo: Negócio, 1999.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **Lógicas no Futebol: dimensões simbólicas de um esporte nacional.** São Paulo: Hucitec, 2000.

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

VILAS BOAS, Sérgio. **Formação e Informação esportiva: jornalismo para iniciados e leigos.** São Paulo: Summus, 2005.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

Entrevistas:

BELLETTI, Juliano. Entrevista concedida ao autor em setembro de 2017.

BETING, Mauro. Entrevista concedida ao autor em janeiro de 2018.

BORTOTTO, Sidnei. Entrevista concedida ao autor em setembro de 2018.

BUENO, Galvão. Entrevista concedida ao autor em fevereiro de 2018.

CARMONA, Lédio. Entrevista concedida ao autor em setembro de 2018.

CASAGRANDE JR., Walter. Entrevista concedida ao autor em fevereiro de 2018.

CASTRO, Emanuel. Entrevista concedida ao autor em setembro de 2018.

CICIRELLI, Rosa Maria. Entrevista concedida ao autor em setembro de 2018.

COELHO, Paulo Vinicius. Entrevista concedida ao autor em outubro de 2017.

_____. Entrevista concedida ao autor em março de 2018.

DE MÚCIO, Luis Roberto. Entrevista concedida ao autor em fevereiro de 2018.

MACHADO, William. Entrevista concedida ao autor em setembro de 2017.

NORIEGA, Mauricio. Entrevista concedida ao autor em setembro de 2018.

RIBEIRO, Arnaldo. Entrevista concedida ao autor em setembro de 2018.

RIBEIRO, Caio. Entrevista concedida ao autor em fevereiro de 2018.

TRAJANO, José. Entrevista concedida ao autor em janeiro de 2018.

VASCONCELLOS, Paulo Cesar. Entrevista concedida ao autor em janeiro de 2018.

VILARON, Wagner. Entrevista concedida ao autor em agosto de 2017.

_____. Entrevista concedida ao autor em setembro de 2018.

XAVIER FILHO, Sergio. Entrevista concedida ao autor em setembro de 2017.

_____. XAVIER FILHO, Sergio. Entrevista concedida ao autor em setembro de 2018.