

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA  
CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS  
PROGRAMA DE PÓS – GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**TONIEL COSTA DO CARMO SANTOS**

**O ENTRETENIMENTO E O TELEJORNALISMO ESPORTIVO  
ABERTO BRASILEIRO: Uma análise do Globo Esporte e do Jogo Aberto**

Cachoeira-BA

2021

**TONIEL COSTA DO CARMO SANTOS**

**O ENTRETENIMENTO E O TELEJORNALISMO ESPORTIVO**  
**ABERTO BRASILEIRO: Uma análise do Globo Esporte e do Jogo Aberto**

Dissertação apresentada ao Centro de Artes, Humanidades e Letras da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia para a obtenção do título de Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Mídia e Sensibilidade

Orientação: Prof. Dr. Sérgio Augusto Soares Mattos

Cachoeira-BA

2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

---

S237e Santos, Toniel

O Entretenimento e o Telejornalismo Esportivo Aberto Brasileiro: uma análise do Globo Esporte e do Jogo Aberto. / Toniel Santos. Cachoeira, BA, 2021. 138f., il.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Augusto Soares Mattos

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Centro de Artes Humanidades e Letras, Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Mídias e Formatos Narrativos, Bahia, 2021.

1. Jornalismo Esportivo. 2. Globo Esporte (Programa de televisão). 3. Jogo Aberto (Programa de televisão). 4. Industria de entretenimento - Brasil. I. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Centro de Artes, Humanidades e Letras. II. Título.

CDD: 070.449796

---

Ficha elaborada pela Biblioteca do CAHL - UFRB.  
Responsável pela Elaboração – Juliana Braga (Bibliotecária – CRB-5/ 1396)  
(os dados para catalogação foram enviados pelo usuário via formulário eletrônico)

TONIEL COSTA DO CARMO SANTOS

**O ENTRETENIMENTO E O TELEJORNALISMO ESPORTIVO ABERTO  
BRASILEIRO: Uma análise do Globo Esporte e do Jogo Aberto**

Dissertação apresentada ao programa de Mestrado em Comunicação  
da UFRB, sob orientação do Prof. Dr. Sérgio Augusto Soares Mattos.

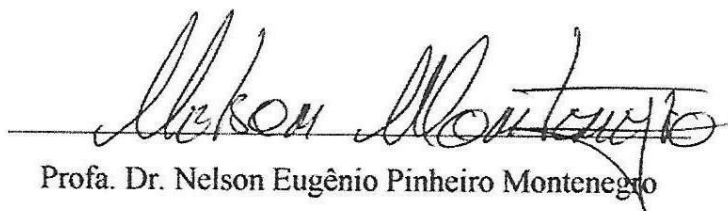
Aprovado, 30 de setembro de 2021

Comissão Examinadora:



Prof. Dr. Sérgio Augusto Soares Mattos

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA – UFRB



Prof. Dr. Nelson Eugênio Pinheiro Montenegro

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA – UFRB



Profa. Dra. Daniela Abreu Matos

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA – UFRB

## AGRADECIMENTOS

A Deus pelo privilégio de desfrutar da vida e por ter me concedido força e sabedoria durante todo esse período.

À minha mãe Janice, por ter partilhado comigo todas as etapas, não apenas do projeto, mas também de todo o curso, me auxiliando, motivando, fortalecendo e sonhando junto comigo em alcançar esse objetivo.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Sérgio Augusto Soares Mattos, que, assim como no Trabalho de Conclusão de Curso da graduação, dedicou seu conhecimento para guiar o percurso e me dar tranquilidade nos momentos difíceis. A sua atenção foi fundamental para que eu não perdesse o foco nos meus objetivos.

A todos os discentes que fazem parte do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, desde as professoras Dra. Jussara Maia, presidente do colegiado e coordenadora do curso que esteve lecionando em uma das disciplinas e Dra. Regiane Oliveira, vice-presidente e vice-coordenadora, passando pelos docentes Dr. Guilherme Moreira Fernandes, Dr. Jorge Cardoso Filho e Dra. Renata Pitombo Cidreira.

Agradeço também aos docentes que passaram pelas disciplinas que cursei como a Profa. Dra. Nadja Vladi Cardoso Gumes, pela colaboração fundamental nos rumos teóricos da pesquisa, Dr. Júlio Cesar Machado Pinto, por compartilhar o seu conhecimento com a nossa turma e Dra. Daniela Abreu Matos, que foi essencial para a elaboração do projeto, delineando os caminhos a seguir e auxiliando na superação das dificuldades que apareciam no processo.

A todos os discentes da turma 2019.1 que compartilharam comigo as incertezas, obstáculos, mas também os progressos e vitórias durante esse período de aprendizado. Todos ficarão marcados em minha trajetória.

Agradeço também a todos os funcionários do Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela compreensão no atendimento das nossas demandas.

## RESUMO

No telejornalismo esportivo, a espetacularização possibilitou a transformação do esporte em produto da indústria de entretenimento. Esta pesquisa aborda como a informação e o entretenimento são instaurados e se relacionam nos programas telejornalísticos esportivos da televisão aberta brasileira. Diante disso, essa abordagem analisa a presença do entretenimento e a sua relação com a informação nos telejornais esportivos Globo Esporte da TV Globo e Jogo Aberto da TV Bandeirantes. Para alcançar esse entendimento esta dissertação leva em consideração os conceitos de gênero e formatos jornalísticos, gênero televisivo, modo de endereçamento e *infotainment*, se baseando nas concepções dos teóricos Itania Maria Mota Gomes (2007, 2011), José Marques de Melo (2016) e Carlysângela Silva Falcão (2017), que condensou as abordagens de Leonel Azevedo de Aguiar e Adriana Barsotti (2016), Itânia Gomes (2008, 2009a, 2009b) e Fábria Angélica Dejavite (2006). Nessa perspectiva, foram analisados 12 (doze) programas que compreendem (06) seis edições do Globo Esporte e (06) seis edições do Jogo Aberto que foram ao ar nas segundas-feiras que ocorreram entre os dias 18 novembro a 23 de dezembro de 2019, período das decisões dos principais torneios esportivos. A escolha dos programas das segundas-feiras se deu por se tratar de um dia onde ocorre a repercussão da maioria dos eventos do fim de semana esportivo. Após a análise, chegou-se à conclusão que os programas telejornalísticos esportivos são configurados pelo embaralhamento entre jornalismo e entretenimento. Verificou-se através dos métodos utilizados de gênero e formatos jornalísticos, gênero televisivo, modo de endereçamento e infotainment, que o Globo Esporte e o Jogo Aberto são configurados pelo entrelaçamento entre informação e entretenimento.

**PALAVRAS-CHAVE:** Entretenimento. Telejornalismo Esportivo. Globo Esporte. Jogo Aberto.

## **ABSTRACT**

In sports telejournalism, the spectacularization enabled the transformation of sport into a product of the entertainment industry. This research addresses how information and entertainment are established and related in sports television news programs on Brazilian open television. Therefore, this approach analyzes the presence of entertainment and its relationship with information in the TV Globo sports news programs Globo Esporte and Jogo Aberto on TV Bandeirantes. To achieve this understanding, this dissertation takes into account the concepts of journalistic genre and formats, television genre, addressing mode and infotainment, based on the conceptions of theorists Itania Maria Mota Gomes (2007, 2011), José Marques de Melo (2016) and Carllysângela Silva Falcão (2017), who condensed the approaches of Leonel Azevedo de Aguiar and Adriana Barsotti (2016), Itânia Gomes (2008, 2009a, 2009b) and Fábila Angélica Dejavitte (2006). From this perspective, 12 (twelve) programs were analyzed comprising (06) six editions of Globo Esporte and (06) six editions of the Open Game that aired on Mondays that took place between November 18 and December 23, 2019, period of decisions of the main sporting tournaments. The choice of programs on Mondays was made because it is a day where the repercussion of most sports weekend events occurs. After the analysis, it was concluded that sports TV news programs are configured by the shuffling between journalism and entertainment. It was verified through the methods used of journalistic genres and formats, television genre, addressing and infotainment mode, that Globo Esporte and Jogo Aberto are configured by the intertwining between information and entertainment.

**KEYWORDS:** Entertainment. Sports Telejournalism. Globo Esporte. Open Game.

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1: Gêneros e formatos jornalísticos de acordo com a classificação José Marques de Melo, Luiz Beltrão e Guilherme Jorge de Rezende .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabela 2: Categorias e gêneros dos programas na televisão brasileira. ....</b>	<b>52</b>
<b>Tabela 3: Levantamento Datafolha – torcidas do Brasil 2019. ....</b>	<b>89</b>
<b>Tabela 4. O Globo Esporte e o gênero em José Marques de Melo e Itania Gomes. ....</b>	<b>108</b>
<b>Tabela 5. O Jogo Aberto e o gênero em José Marques de Melo e Itania Gomes.....</b>	<b>110</b>
<b>Tabela 6. Operadores de análise do modo de endereçamento no Globo Esporte.....</b>	<b>111</b>
<b>Tabela 7: Organização temática em categorias no Globo Esporte .....</b>	<b>114</b>
<b>Tabela 8. Operadores de análise do modo de endereçamento no Jogo Aberto.....</b>	<b>117</b>
<b>Tabela 9: Organização temática em categorias no Jogo Aberto. ....</b>	<b>119</b>
<b>Tabela 10. Estratégias do Infotainment no Globo Esporte .....</b>	<b>124</b>
<b>Tabela 11. Estratégias do Infotainment no Jogo Aberto.....</b>	<b>124</b>



## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1: Léo Batista apresentando o Esporte Espetacular em 1976. ....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 2: Glenda Kozlowski e Elia Júnior apresentando o Show do Esporte .....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 3:Plataforma do Cartola FC .....</b>	<b>73</b>
<b>Figura 4:Cartola FC no Fantástico destacando Tinga.....</b>	<b>74</b>
<b>Figura 5:Cartola FC no Globo Esporte Bahia com Tamires Fukutani.....</b>	<b>75</b>
<b>Figura 6: Léo Batista apresentando a primeira edição do Globo Esporte em 1978.....</b>	<b>77</b>
<b>Figura 7: Thiago Leifert apresentando o Globo Esporte.....</b>	<b>78</b>
<b>Figura 8: Debate com comentaristas no Jogo Aberto .....</b>	<b>79</b>
<b>Figura 9: Globo Esporte com Alex Escobar e Régis Rösing.....</b>	<b>85</b>
<b>Figura 10: Globo Esporte com Alex Escobar e os atletas Diego, Bruno Henrique e William Arão.....</b>	<b>88</b>
<b>Figura 11: Matéria sobre o Vasco com Melissa Corrêa e Leandro Castán .....</b>	<b>91</b>
<b>Figura 12: Abertura do Globo Esporte com Alex Escobar .....</b>	<b>92</b>
<b>Figura 13: <i>Pedra, papel e tesoura</i> com jogadores do Vasco .....</b>	<b>92</b>
<b>Figura 14: Alex Escobar em dois momentos na abertura do Globo Esporte.....</b>	<b>93</b>
<b>Figura 15: Trecho da carta de Diego Alves.....</b>	<b>95</b>
<b>Figura 16: Desembarque do Flamengo.....</b>	<b>96</b>
<b>Figura 17: Carol Barcellos apresentado a chegada do Liverpool.....</b>	<b>97</b>
<b>Figura 18: Ítalo Ferreira em dois momentos sendo destaque no Globo Esporte.....</b>	<b>97</b>
<b>Figura 19: Escalada do Jogo Aberto em dois momentos .....</b>	<b>98</b>
<b>Figura 20: Renata Fan e Denílson aplaudindo a Seleção Brasileira Sub-17 .....</b>	<b>99</b>
<b>Figura 21: Denílson comentando a vitória do Flamengo .....</b>	<b>100</b>
<b>Figura 22: Renata Fan na abertura do Jogo Aberto .....</b>	<b>101</b>
<b>Figura 23: Renata Fan e Denílson no Jogo Aberto.....</b>	<b>101</b>
<b>Figura 24: Denílson reagindo a derrota do Palmeiras .....</b>	<b>103</b>
<b>Figura 25: Torcedores zombando de Denílson .....</b>	<b>103</b>
<b>Figura 26: Jogo Aberto exhibe cenas de violência no rebaixamento do Cruzeiro.....</b>	<b>104</b>
<b>Figura 27: Enquete do Jogo Aberto sobre a contratação de Vanderley Luxemburgo.....</b>	<b>105</b>
<b>Figura 28: Chico Garcia apresentado o Jogo Aberto.....</b>	<b>106</b>

<b>Figura 29: Chico Garcia e Ronaldo Giovanelli.....</b>	<b>107</b>
<b>Figura 30: Reações nas redes sociais após a final da Copa do Mundo de Clubes .....</b>	<b>107</b>
<b>Figura 31: Alex Escobar no cenário do Globo Esporte.....</b>	<b>113</b>
<b>Figura 32: Renata Fan no cenário do Jogo Aberto .....</b>	<b>117</b>
<b>Figura 33: Renata Fan e Denílson no cenário do Jogo Aberto.....</b>	<b>117</b>

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>1. TELEJORNALISMO E ENTRETENIMENTO DE ESPORTES.....</b>	<b>18</b>
1.1. Televisão e telejornalismo no Brasil em sete fases.....	18
1.2. Um panorama histórico do jornalismo esportivo na televisão .....	28
1.3. Entretenimento: diversão e linguagem .....	33
1.4. O telejornalismo como um produto da indústria cultural .....	35
1.5. A mercantilização do entretenimento.....	39
<b>2. UM PANORAMA TEÓRICO-METODOLÓGICO .....</b>	<b>43</b>
2.1 Gênero, modo de endereçamento e <i>infotainment</i> .....	43
2.2. Dos gêneros jornalísticos ao gênero televisivo. ....	49
2.3. Os operadores de análise do modo de endereçamento.....	53
2.4. O Infotainment na televisão: estratégias .....	56
<b>3. TRATANDO DE TELEJORNALISMO ESPORTIVO ABERTO .....</b>	<b>62</b>
3.1. O Esporte na Globo: destacando o Esporte Espetacular .....	62
3.2. O esporte na Band: Show do Esporte, Faixa Nobre do Esporte e Esporte Total .....	65
3.3. Aspectos contemporâneos nos programas esportivos. ....	67
3.4. As redes sociais como estímulo para a audiência.....	69
3.5. Cartola FC: entre o real e o virtual.....	71
<b>4. ANÁLISE DOS PROGRAMAS JOGO ABERTO E DO GLOBO ESPORTE.....</b>	<b>76</b>
4.1. Um olhar sobre o Globo Esporte.....	76
4.2. Panorama do Jogo Aberto. ....	79
4.3. Procedimentos metodológicos.....	80
4.4. Análise do Globo Esporte .....	83

4.4.1. Programa 1.....	83
4.4.2. Programa 2.....	87
4.4.3. Programa 3.....	90
4.4.4. Programa 4.....	91
4.4.5. Programa 5.....	94
4.4.6. Programa 6.....	96
4.5. Análise do Jogo Aberto .....	98
4.5.1. Programa 1.....	98
4.5.2. Programa 2.....	101
4.5.3. Programa 3.....	102
4.5.4. Programa 4.....	104
4.5.5. Programa 5.....	105
4.5.6. Programa 6.....	106
4.6. Análise dos resultados. ....	108
4.6.1. Gênero jornalístico e gênero televisivo no Globo Esporte .....	108
4.6.2. Gênero jornalístico e gênero televisivo no Jogo Aberto.....	110
4.6.3. Operadores de análise do modo de endereçamento no Globo Esporte .....	111
4.6.4. Operadores de análise do modo de endereçamento no Jogo Aberto. ....	115
5. CONCLUSÕES.....	120
6. REFERENCIAS .....	126
7. ANEXOS .....	133

## INTRODUÇÃO

O esporte se instaura como uma parte importante no cenário midiático. A mídia desempenha um papel central na produção, reprodução e ampliação de muitas das questões associadas às modalidades esportivas no mundo moderno. Enquanto fenômeno, o esporte se afirma na formação do discurso midiático que, através dos vários meios de comunicação, tais como jornais, revistas, rádio, televisão e, mais recentemente, a internet, gera um aumento do interesse pelas modalidades.

A chegada da televisão no ano de 1950 e sua expressiva inclusão nos lares brasileiros nas décadas de 1960 e 1970 ampliaram o alcance de alguns esportes e os tornaram definitivamente um fenômeno de massas em nível nacional. Na década de 1980, a abertura do mercado global, proporcionou um processo de revolução tecnológica nas comunicações, aliado às transformações econômicas, que, por sua vez, possibilitaram a redução dos processos de integração regional no âmbito das culturas nacionais (PADEIRO, 2015).

A televisão transformou o esporte em espetáculo apropriado para um consumo globalizado, adaptando-o à sua linguagem. A redução dos tempos inativos e da conseqüente imprevisibilidade do tempo total dos jogos, além do estabelecimento de paradas programadas para introdução de material publicitário no decorrer das partidas são elementos que corroboraram para isso. No voleibol, por exemplo, foram abolidas as chamadas vantagens, onde uma equipe só pontuava quando o adversário errasse duas vezes seguidas. Agora, as equipes pontuam se a bola cair apenas uma vez na quadra do adversário.

A busca pelo espetacular e pelo extraordinário é um recurso que os canais de televisão utilizam na batalha pela audiência. No jornalismo esportivo, a espetacularização de modalidades de alto rendimento intensificou a exploração do esporte como produto de entretenimento dentro da cobertura televisiva especializada.

A atividade esportiva, antes apenas vista como recreativa, também passou a ser considerada um negócio altamente lucrativo. A partir da década de 1990, grandes empresas de comunicação, patrocinadores e as entidades que organizam as competições que promovem a frequente veiculação de informações e imagens sobre equipes, atletas e campeonatos com cobertura midiática, intensificaram a exploração do potencial rentável das práticas esportivas, fazendo com que a sociedade consuma cada vez mais o esporte como produto da indústria do

entretenimento. Uma pesquisa do Ibope Repucom<sup>1</sup> na TV brasileira apontou que o tempo dedicado ao esporte cresceu 53% de 2007 a 2013. Foram 286,8 mil horas correspondentes a transmissões de jogos, eventos, documentários e programas jornalísticos de todas as modalidades esportivas.

O entretenimento está cada vez mais presente na televisão brasileira. A diversão, lazer e questões de menor relevância funcionam como instrumento de aproximação do telespectador em meio às disputas pela audiência e pelo mercado publicitário. O Informe de Acompanhamento do Mercado de TV aberta<sup>2</sup>, realizado pela Ancine, revelou que 48,6% do conteúdo das redes Globo, Band, CNT, Record, RedeTV!, SBT, TV Brasil, TV Cultura e TV Gazeta são destinados à conteúdos de entretenimento, enquanto 21% são de conteúdos informativos, 6,2% de publicidade, 2,7% de educação e 21,6% de outros.

Foi pensando nesses pressupostos que surge a inquietação de tratar sobre o jornalismo e o entretenimento no âmbito da mídia esportiva, especificamente na televisão. Esse trabalho prossegue a linha de pesquisa do Trabalho de Conclusão de curso que realizei na graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo em 2010, no que tange a tratar da relação entre esportes e telejornalismo.

Esta pesquisa inicialmente pretende entender como os aspectos ligados aos conceitos de jornalismo e entretenimento se instauram e se relacionam nos programas telejornalísticos esportivos da televisão aberta brasileira. Quando se trata da questão do entretenimento, as percepções geralmente se situam na dicotomia entre o seu aspecto positivo, no sentido de trazer mais leveza para a programação e o negativo, que considera o entretenimento como ferramenta de esvaziamento do conteúdo do telejornalismo esportivo, desfavorecendo o interesse público. Procura-se entender que o entretenimento, mais do que ajudar ou atrapalhar, configura a estrutura dos telejornais esportivos abertos brasileiros.

Diante disso, essa abordagem teve como objetivo geral analisar a presença do entretenimento e a sua relação com a informação nos telejornais esportivos Globo Esporte da TV Globo e Jogo Aberto da TV Bandeirantes. Para isso, buscou-se como objetivos específicos entender o lugar da informação e do entretenimento nestes programas telejornalísticos, problematizando do conceito de entretenimento no jornalismo esportivo,

---

<sup>1</sup>O IBOPE Repucom é uma parceria entre Repucom (empresa de pesquisas de marketing esportivo e patrocínio) e a Kantar IBOPE Media (que realiza medição da audiência na América Latina).

<sup>2</sup> O estudo, realizado em 2016 se refere aos conteúdos veiculados em São Paulo, sede da maioria das emissoras.

verificando se a relação entre jornalismo e entretenimento nos programas telejornalísticos esportivos promove desconstrução ou configuração e discutir a questão do gênero no telejornalismo esportivo.

No campo esportivo, a escolha pelos programas telejornalísticos da Rede Globo e da Rede Bandeirantes se dá, por se tratarem de duas emissoras que se consolidaram na cobertura de competições nacionais e internacionais, possuindo profissionais que são referência na área e programas telejornalísticos tradicionais.

A pesquisa teve como objetos os programas telejornalísticos esportivos Globo Esporte, da Rede Globo e Jogo Aberto, da Rede Bandeirantes. Os programas são exibidos diariamente entre as 11h30 da manhã e 13h30 da tarde, sendo que a versão nacional do Jogo Aberto é exibida entre 11h30 às 12h30, enquanto o Globo Esporte começa às 13h00 e vai até às 13h30, trazendo as notícias e debatendo os temas esportivos do momento. Por se tratar de produtos de televisivos, as análises consideram os recursos dessa linguagem, aliado aos elementos discursivos e sociais. Entre os dias 18 de novembro a 23 de dezembro de 2019 foram analisados 12 (doze) programas que foram exibidos às segundas-feiras, sendo 6 (seis) edições de cada programa. Esse período compreende o final da temporada de competições de diversas modalidades esportivas, especialmente do futebol. Pretende-se analisar as edições das segundas-feiras, pois consiste na edição que repercute tanto os jogos da rodada quanto os demais eventos esportivos que geralmente se realizam nos fins de semana.

Para obter o entendimento de como informação e entretenimento se instauram nos programas telejornalísticos esportivos, a investigação pretende levar em consideração os conceitos de gênero e formatos jornalísticos, gênero televisivo, modo de endereçamento e *infotainment*.

Itania Maria Mota Gomes (2007) enfatiza uma metodologia de análise do telejornalismo baseada na perspectiva dos estudos culturais associado aos estudos de linguagem. Com base nesse método, essa dissertação utiliza os conceitos de gênero televisivo e modo de endereçamento, onde serão empregados os operadores de análise dos modos de endereçamento que são os mediadores, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática.

Esta análise também está baseada na formulação de gêneros e formatos jornalísticos feita por José Marques de Melo (2016), considerando também as considerações do panorama elaborado pelo referido autor e por Francisco de Assis.

A ligação entre informação e entretenimento, denominada pelo neologismo Infotainment, será identificada através da presença de estratégias destacadas por autores com Leonel Azevedo de Aguiar e Adriana Barsotti (2016), Itânia Maria Mota Gomes (2008, 2009a, 2009b) e Fábila Angélica Dejavite (2006). Carlysângela Silva Falcão (2017) condensou essas concepções e, com base nisso, esta pesquisa utiliza cinco dos pressupostos condensados que são: foco à personalização, dramatização de conflitos e curiosidades; textos leves e atraentes com linguagem clara e coloquial; temática com enfoque no aspecto lúdico do fato; importância dada ao papel da audiência; e entradas ao vivo.

Quanto aos procedimentos técnicos a abordagem segue os princípios da pesquisa bibliográfica e da análise empírica. Na primeira são usados livros, artigos científicos e outros textos disponíveis sobre o tema abordado. Inicialmente foi realizado um levantamento de textos sobre os temas: entretenimento, jornalismo e midiaticização do esporte. Em seguida, as referências trazidas nas disciplinas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) foram acrescentadas, não somente para encontrar abordagens de autores que possuíam afinidade com o tema, mas como instrumento de aprimoramento dos procedimentos metodológicos. Em seguida foi feita uma organização lógica por assunto, antecedendo a redação do texto. A pesquisa empírica utilizará as edições dos programas Globo Esporte e Jogo Aberto disponíveis nas páginas na plataforma *Globoplay* e no Canal Oficial no *Youtube* do Jogo Aberto.

Esta dissertação se divide em 4 (quatro) capítulos, onde o primeiro, denominado “Telejornalismo e entretenimento de esportes” trata dos dois temas principais dessa pesquisa, partindo de um percurso histórico da televisão e do telejornalismo nas perspectivas de Sérgio Mattos e de Guilherme Rezende, passando pelo resgate da memória dos noticiários de esporte na televisão. O entretenimento é apresentado na perspectiva de Carlos Henrique de Souza Padeiro que o vincula à leveza, enquanto Vinícius Andrade Pereira avalia que o consumo midiático possibilita ao entretenimento emergir como uma linguagem específica. A relação entre o telejornalismo e a lógica capitalista, bem como a perspectiva mercadológica do entretenimento também são destacadas neste item.

Em seguida, “Um panorama teórico-metodológico” expõe os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa, trazendo conceitos de gênero e formatos jornalísticos em José Marques de Melo, gênero televisivo, modo de endereçamento e *infotainment* com Itania Gomes. A exposição subdivide as perspectivas dos dois últimos conceitos, no sentido



de trazer os operadores de análise do modo de endereçamento elaborada por Gomes (2007) e as estratégias do infotainment compiladas por Carlysângela Silva Falcão.

Em “Tratando de telejornalismo esportivo” busca-se abordar os diversos aspectos que envolvem o esporte na televisão na Rede Globo e na Rede Bandeirantes, passando pela história dos programas Esporte Espetacular, Show do Esporte, Faixa Nobre do Esporte e Esporte Total. O capítulo também destaca o papel das redes sociais em trazer o telespectador para os programas, focalizando particularmente o Cartola FC, jogo virtual voltado para o Campeonato Brasileiro de futebol masculino que serve de vínculo entre o usuário e o programa televisivo Globo Esporte.

O capítulo “Análise dos programas: Jogo Aberto e Globo Esporte”, apresenta as investigações dos programas telejornalísticos da Rede Globo e da Rede Bandeirantes, trazendo um olhar inicial sobre a estrutura e história dos dois programas, passando pelo detalhamento dos procedimentos metodológicos utilizados na análise. A investigação das edições apresenta as observações coletadas nos dois programas, utilizando tabelas, figuras e diagnóstico com base primeiramente nas estratégias do infotainment. Posteriormente, na discussão dos resultados, foram verificadas a presença dos operadores de análise do modo de endereçamento e a perspectiva de gêneros jornalísticos e televisivos nos dois programas. Em seguida, os anexos trazem as tabelas de pautas por modalidade esportiva nas edições analisadas do Globo Esporte e no Jogo Aberto.

Busca-se com essa investigação entender que a junção entre informação e entretenimento, mais do que uma característica que prejudica ou auxilia, é intrínseca aos programas telejornalísticos esportivos Globo Esporte, da Rede Globo e Jogo Aberto, da Rede Bandeirantes.

## **1. TELEJORNALISMO E ENTRETENIMENTO DE ESPORTES**

Este capítulo tem como foco o telejornalismo e o entretenimento dedicado aos esportes e se divide em cinco seções. Inicialmente, em “Televisão e telejornalismo no Brasil em sete fases” será apresentado um percurso histórico da televisão na perspectiva de Sérgio Mattos e do telejornalismo de acordo com o olhar de Guilherme Rezende. Em seguida, o tópico “Um panorama histórico do jornalismo esportivo na televisão” resgata a memória dos noticiários de esporte na televisão. Luciano Andrade Ribeiro, Marcus Von Groll, Ed Pôrto Bezerra, José Gomes Tubino e Angelo Ambrósio Tosta são alguns dos autores que tratam da evolução dos programas esportivos na televisão.

A subdivisão “Entretenimento: diversão e linguagem”, apresenta a perspectiva de Carlos Henrique de Souza Padeiro que traz o entretenimento vinculado à leveza, enquanto Vinícius Andrade Pereira enfatiza que o consumo midiático do entretenimento o configura como uma linguagem específica, identificando quatro marcas que corroboram para esse entendimento. Já em “O telejornalismo como um produto da indústria cultural” aborda a relação entre o telejornalismo e a lógica capitalista, partindo das fundamentações de Ivo Lucchesi e posteriormente destaca o trabalho de Virgínia Fonseca que, por sua vez, traz concepções dos autores Gisela Taschner e Renato Ortiz que observam o fenômeno da indústria cultural.

O 1º capítulo é concluído com o tópico “A mercantilização do entretenimento” onde são apresentados dados da 20ª Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia com o objetivo de situar o entretenimento no mercado brasileiro. Já Elizara Carolina Marín enfatiza a importância da desregulamentação e da privatização no processo de ampliação do acesso aos bens culturais e de consumo.

### **1.1. Televisão e telejornalismo no Brasil em sete fases.**

A televisão no Brasil surge durante um período de crescimento industrial. Sérgio Mattos salienta que o aumento da industrialização intensificou a migração das áreas rurais para as urbanas. A televisão surge oficialmente no país em 18 de setembro de 1950 nos “estúdios precariamente instalados em São Paulo” (2000, p. 41) e começou a ser implantada no Brasil em fevereiro de 1949, quando Assis Chateaubriand adquiriu da empresa estadunidense RCA

Victor trinta toneladas de equipamentos que seriam necessários para montagem de uma emissora que seria a TV Tupi-Difusora. Nessa época, o rádio era o veículo de comunicação mais popular, atingindo quase todos os estados do país. Enquanto a televisão estadunidense se desenvolveu apoiada no cinema, a brasileira foi influenciada pelo rádio, utilizando sua estrutura, formato de programação, seus técnicos e artistas (MATTOS, 2010).

A televisão emerge como um novo entretenimento para a elite do Rio de Janeiro, local onde se concentrava a vida cultural do país. Gerald Thomas entende que “o crescimento da televisão, a partir de 1950, pode ser atribuído ao favoritismo político, o qual concedia licenças para exploração de canais sem um plano pré-estabelecido” (THOMAS, 1979 *apud* MATTOS, 2000).

Mattos (2010) apresenta sete fases do desenvolvimento da televisão brasileira, considerando o início de cada fase a partir de acontecimentos relacionados com o contexto social, econômico, político e cultural do país. Ele divide as fases em elitista (1950-1964); a populista (1964-1975); a fase do desenvolvimento tecnológico (1975-1985); a da transição e da expansão internacional (1985-1990); a fase da globalização e da TV paga (1990-2000); da convergência e da qualidade digital (2000-2010) e a fase da portabilidade e da interatividade (2010-).

Por sua vez, Guilherme Jorge de Rezende (2010) periodiza o desenvolvimento histórico do telejornalismo brasileiro em fases. Rezende destaca a fase da influência radiofônica (1950-1960); a fase da busca pela linguagem própria (1960-1969); a fase do telejornalismo em redes-paradigma (1969-1983); a alternativa no horário nobre (1983-1990); a da ancoragem à brasileira (1990-1997); a fase dos canais segmentados (1997-2000) e a fase dos novos modelos (2002-...). Busca-se nesse item relacionar sete fases do desenvolvimento da televisão com as sete fases do desenvolvimento do telejornalismo brasileiro.

A abordagem das sete fases tem como objetivo não somente trazer um apanhado histórico da televisão e do telejornalismo, mas destacar o processo de evolução da linguagem que possibilitou ao embaralhamento entre informação e entretenimento se tornar algo tão característico do momento atual do jornalismo na TV.

A fase elitista apontada por Mattos (2010) corresponde aos anos de 1950 a 1964. A TV Tupi não somente foi a primeira emissora de televisão do Brasil, mas também foi a pioneira na América do Sul. Embora vista com ceticismo por parte da população, o aparelho

despertou a curiosidade de muitos assim que os duzentos televisores vindos por contrabando dos Estados Unidos foram expostos nas lojas, bares e no saguão dos *Diários Associados*.

A primeira transmissão foi feita com a orquestra do maestro Georges Henry, também diretor da Tupi, executando “Cisne Branco”, de Antônio Manoel do Espírito Santo e Benedito Macedo. Constava da programação inicial a transmissão da cerimônia de benção e batismo dos estúdios, além de esquetes até o encerramento, às 21 horas, com um show de Hebe Camargo que cantaria a “Canção da TV”, composta por Guilherme de Almeida. Hebe ficou repentinamente rouca, tendo sido substituída por Lolita Rodrigues e Vilma Bentivegna (MATTOS, 2010, p. 27).

Quatro meses depois da inauguração da TV Tupi Difusora de São Paulo, Chateaubriand funda a TV Tupi Rio. Mesmo com as poucas condições das instalações e problemas estruturais, a televisão foi considerada pela imprensa como um “novo e poderoso instrumento” (MATTOS, 2000, p. 68).

O primeiro telejornal brasileiro, *Imagens do dia*, estreou um dia depois da inauguração da TV Tupi, canal 3, em 19 de setembro de 1950. Nessa época, os telejornais eram produzidos precariamente e a repercussão das notícias era pequena, visto que poucas pessoas tinham um televisor em casa.

No início da fase da influência radiofônica (1950-1960) quando ainda não existia o videoteipe, o jornalismo, segundo Rezende (2010), era feito ao vivo. No ano seguinte, entra no ar o Repórter Esso, veiculado pela primeira vez em 1º de abril de 1952 e que permaneceu no ar até o dia 31 de dezembro de 1970. O telejornal, apresentado por Gontijo Teodoro, foi adaptado pela Tupi Rio a partir de um rádio jornal que transmitia notícias da *United Press International (UPI)*. A agência de publicidade *McCann-Erickson* produzia o telejornal, que era patrocinado pela empresa estadunidense *Standart Oil of New Jersey*, conhecida no Brasil como Esso (CARVALHO, 2007 *apud* MATTOS, 2010). Além da influência do rádio, a subordinação dos telejornais aos interesses dos patrocinadores foi outra característica dessa fase apontada por Rezende (2010).

Ao final da década de 1950, já existiam dez emissoras de televisão e em 1962 foi promulgado o Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4.117). Mattos (2000) afirma que a regulamentação foi um grande avanço para o setor, amenizando sanções e dando maior garantia as concessionárias. Inicia-se no período a fase da busca pela linguagem própria (1960-1969) no desenvolvimento do telejornalismo brasileiro (REZENDE, 2010). Ainda no ano de 1962 foi ao ar o *Jornal de Vanguarda*, considerado um marco na história do telejornalismo.

Também em 1962 foi ao ar o “Jornal de Vanguarda”, idealizado por Fernando Barbosa Lima, que se constitui em outro marco significativo na história do telejornalismo brasileiro. Ele foi inovador por ter instituído a participação de jornalistas, a exemplo de Vilas Boas Corrêa, Newton Carlos e Cid Moreira, em programas televisivos. Na época, Cid Moreira era chamado de “sombriinha”, porque juntamente com Célio Moreira e Luís Jatobá, fazia a leitura em *off* de notícias veiculadas no programa. O “Jornal de Vanguarda”, mesmo tendo sido premiado na Espanha como um dos melhores jornais de informação do mundo, não conseguiu sobreviver após o golpe de 1964, quando foi retirado do ar. Seu modelo, contudo, foi copiado por várias outras emissoras (MATTOS, 2000, p. 71).

Ainda no início da década de 1960, a chegada do videoteipe possibilitou a implantação de uma estratégia de programação horizontal. Sérgio Mattos salienta que “a veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana criou o hábito de assistir televisão rotineiramente” (MATTOS, 2010, p. 30). Ele afirma que a deposição do presidente João Goulart deu início a intervenção política mais poderosa sobre o desenvolvimento da televisão. O golpe de 1964 modificou o sistema político e a situação socioeconômica do país, afetando diretamente os meios de comunicação de massa. Inicia-se a fase populista da evolução da televisão no Brasil (MATTOS, 2010).

A adoção de um modelo econômico voltado para o desenvolvimento nacional foi centrado na “rápida industrialização, com tecnologia e capital externos, e baseado no tripé formado pelas empresas estatais, empresas privadas nacionais e corporações multinacionais” (MATTOS, 2000, p. 73). Nesse contexto, os veículos de comunicação de massa, com destaque para a televisão, operaram como difusores das ideologias do regime militar e da produção de bens duráveis e não duráveis.

No período dos governos militares (1964-1985), o Estado regulamentou os meios de comunicação de massa, estabelecendo leis, agências reguladoras e adotando novas tecnologias no sistema nacional de telecomunicações. “Foram instaladas as estações terrestres de satélites, ampliado o sistema telefônico e implantadas as linhas de micro-ondas, possibilitando ótima transmissão de TV em todo o território nacional” (MATTOS, 2000, p.74). Em 1967 foi criado Ministério das Comunicações que colaborou na implantação de mudanças estruturais no setor das telecomunicações e na intervenção das organizações privadas nas agências reguladoras, viabilizando a interferência política nos meios de comunicação.

Entre 1968 e 1979, o Ato Institucional Nº 5 concedeu ao Poder Executivo Federal o direito de impor censura aos veículos e fomentar a autocensura, evitando assim que qualquer publicação ou transmissão que pudesse levá-los a ser enquadrados e processados na Lei de Segurança Nacional fossem exibidas. Além da censura, o governo controlou a concessão de licenças e fez recomendações diretas e indiretas quanto ao conteúdo dos programas.

Contudo, Mattos (2010) enfatiza que o desenvolvimento da televisão brasileira, e principalmente da TV Globo, ocorreu justamente durante esse período de maior restrição governamental. A emissora teve o respaldo financeiro e técnico do grupo estadunidense *Time-Life*, embora a lei brasileira que se encontrava em vigor até então, não permitisse que companhias estrangeiras tivessem direito de serem proprietárias de meios de comunicação de massa. No fim dos anos 1960, a Globo já possuía larga audiência, devido a ter direcionado sua programação para as camadas socioeconômicas mais baixas da população com telenovelas, programas de concursos e filmes importados dos Estados Unidos.

Inicia-se a fase do telejornalismo em redes-paradigma (1969-1983), marcada pelo lançamento na Rede Globo de televisão do Jornal Nacional em 1º de setembro de 1969, transmitido simultaneamente, ao vivo, para o Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Belo Horizonte, Brasília e Porto Alegre. Um ano depois, a TV Bandeirantes de São Paulo lançou “Titulares da Notícia”. O telejornal dirigido por Gabriel Romeiro privilegiava depoimento de populares, valorizando o trabalho dos repórteres. As notícias do interior paulista eram divulgadas pela dupla Tônico e Tinoco. A TV Tupi também inovou com a “Rede Nacional de Notícias”, onde os locutores apareciam em primeiro plano com um ambiente de uma sala de redação ao fundo (REZENDE, 2010).

O Jornal Nacional concretizou um objetivo da TV Globo de transmissão de telejornais em rede. O Globo Esporte, iniciado em 1978 também faz parte dessa iniciativa da emissora, se situando na fase redes-paradigma definida por Rezende (2010). O programa telejornalístico esportivo nasce para ser exibido em rede para todo o país e, posteriormente ganha edições locais transmitidas diretamente das afiliadas da Rede Globo nos estados.

A segunda etapa do desenvolvimento da televisão no Brasil representou o abandono da improvisação dos anos 1950 e adoção de padrões de administração estadunidenses, tornando-se assim mais profissional. A televisão passou a ser considerada um símbolo da modernidade e passa a ter abrangência nacional (MATTOS, 2010).

O governo de Emílio Garrastazu Médici exerceu inúmeras pressões sobre as emissoras de televisão através de punições com multas e até suspensão de alguns programas, visando diminuir o que, oficialmente, foi justificado como uma “linha de agressão à sensibilidade e de grosseria” (MATTOS, 2010, p. 34). Isso levou a televisão a exibir programas de alta sofisticação técnica, nos moldes do “Fantástico – O Show da Vida”, que foi idealizado em 1973 por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, representando segundo Rezende (2010), uma

mudança radical na programação nas noites de domingo, por meio da combinação entre jornalismo e entretenimento.

O Fantástico foi criado como uma revista eletrônica de variedades, com reportagens especiais, shows e quadros de humor, qualidade de vida, esportes e curiosidades. A intenção de aliar jornalismo e entretenimento já existia desde as reuniões de criação. O site Memória Globo destaca que nessas reuniões estavam presentes, além dos jornalistas José Itamar de Freitas, Luiz Lobo e Luís Edgar de Andrade e os diretores da emissora Armando Nogueira, Alice-Maria, Mauro Borja Lopes, Augusto César Vannucci, João Lorêdo, Nilton Travesso, Maurício Sherman, Paulo Gil Soares, também contaram com a participação dos autores de novelas Manoel Carlos e Walter Durst e dos produtores musicais Luís Carlos Miéle e Ronaldo Boscôli. (MEMÓRIA GLOBO, 2004).

A revista eletrônica dominical também utilizou a mescla entre informação e entretenimento na cobertura dos fatos esportivos. O quadro “Gols do Fantástico” foi um dos que mais se destacaram na história do Fantástico. Inicialmente foi apresentado por Léo Batista e a partir de 2007 é comandado por Tadeu Schmidt, que narra os gols de forma descontraída, com piadas sobre os lances mais inusitados das partidas. Além disso, o jogador que marca três gols numa mesma partida ganha o direito de pedir uma música que é veiculada no programa. Essa iniciativa do quadro virou mania entre o público ligado ao futebol.

Porém, mesmo com a intenção de trazer um formato diferenciado de programa jornalístico, o Fantástico, assim como todos os programas informativos foi afetado pela Ditadura Militar. Mattos (2010) destaca que era exercido um controle rígido, com a finalidade de aliviar o quadro real da situação vivida no país, visto que eram noticiadas apenas as greves, agitações, atentados e conflitos ao redor do mundo, não no Brasil. Em março de 1973, o presidente Médici declarou que se sentia feliz em assistir os telejornais todas as noites.

Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se tomasse um tranquilizante após um dia de trabalho (MATTOS, 2010, p. 34).

Mattos salienta que alguns fatos determinaram os contornos da fase do desenvolvimento tecnológico (1975-1985), entre eles o fracasso eleitoral do Arena, partido político oficial nas eleições de 1974, elegendo seis senadores, enquanto o MDB elegeu dezesseis parlamentares; o fechamento do Congresso Nacional; a promulgação de reformas jurídicas e políticas; e o início do processo de distensão e abertura política (MATTOS, 2010).

As pressões da sociedade civil e das entidades civis levaram o presidente João Baptista Figueiredo a assinar a anistia, promovendo eleições diretas para os governos estaduais e legalizar os partidos políticos clandestinos. O processo culminou com a eleição indireta, no Colégio Eleitoral, disputada por dois candidatos civis e foi transmitida ao vivo pelas redes de televisão para todo o país.

Segundo Elizabeth Carvalho, a TV Cultura de São Paulo foi responsável pela consolidação do “sonho de um telejornalismo diário, dinâmico e inteligente, e voltado para a realidade brasileira” (CARVALHO, 1979-1980, p. 40). A “Hora da Notícia”, dirigido por Vladimir Herzog, não tinha grande preocupação com a forma, nem obedecia a um padrão específico, abordando assuntos que tinham uma ligação com o telespectador. Ainda sobre o telejornal “A Hora da Notícia”, Guilherme Jorge de Rezende acrescenta:

As razões que do sucesso do programa, a prioridade ao depoimento popular, porém, desagradavam o governo. Substituto de Fernando Jordão na direção do telejornal, Vladimir Herzog praticou seus ideais de jornalismo por pouco tempo e teve que pagar com a própria vida, vítima da intolerância política (REZENDE, 2010, p. 61).

De acordo com Mattos (2010), no final da terceira fase quatro redes comerciais operam em escala nacional (*Bandeirantes, Globo, Manchete e SBT*), duas regionais (*Record*, em São Paulo, e *Brasil Sul*, no Rio Grande do Sul) e uma rede estatal (*Educativa*).

O governo da Nova República também fez uso das redes de televisão para obter amparo popular. A fase da transição e da expansão internacional (1985-1990), se caracteriza pelas mudanças que ocorreram no setor das comunicações com a promulgação, em 5 de outubro de 1988, da nova Constituição Federal. No Capítulo V, específico sobre comunicação social em seu artigo 220, veda a censura, afirmando que a manifestação do pensamento não sofrerá qualquer restrição e impede a existência de qualquer dispositivo legal que possa cercear a liberdade de informação jornalística. A Carta também fixou normas para a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão, definindo que elas “devem promover programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, procurando estimular a produção independente, visando a promoção da cultura nacional e regional” (MATTOS, 2010, p. 38).

Esta fase do desenvolvimento da televisão brasileira foi marcada pela maior competitividade entre as grandes redes e um sucessivo avanço em direção ao mercado internacional, com destaque para a Rede Globo. Mattos (2010) destaca que a televisão brasileira alcançou maior maturidade técnica e empresarial. A campanha presidencial que elegeu Fernando Collor de Mello e Itamar Franco, pela primeira vez por meio do voto popular, comprova a influência da televisão. Durante a campanha, os partidos políticos



usaram o horário gratuito de propaganda eleitoral na televisão para divulgação de suas propostas. Também foram realizados debates entre os candidatos na televisão, atingindo altos índices de audiência.

Na linha do desenvolvimento do telejornalismo, Rezende (2010) denomina que esse momento corresponde a fase da alternativa no horário nobre (1983-1990). A eleição de 1989 marcou a história do Jornal Nacional no episódio da edição do último debate presidencial. Os candidatos Fernando Collor do PRN e Luiz Inácio Lula da Silva do PT, participaram de dois debates entre primeiro e o segundo turno das eleições. O primeiro foi transmitido dos estúdios da TV Manchete, no Rio de Janeiro, em 3 de dezembro e o segundo, dia 14, dos estúdios da TV Bandeirantes, em São Paulo. Os dois debates foram transmitidos das 21h30 às 24h, por um *pool* formado pelas quatro principais emissoras de televisão do país: Globo, Bandeirantes, Manchete e SBT. Foram quatro mediadores: Alexandre Garcia (Globo), Boris Casoy (SBT), Marília Gabriela (Bandeirantes) e Eliakim Araújo (Manchete), se revezando, um em cada bloco (MEMÓRIA GLOBO, 2004).

A Rede Globo apresentou duas edições do último debate presidencial, no dia seguinte à sua realização: uma no Jornal Hoje e outra no Jornal Nacional. O segundo resumo provocou grande polêmica. A Globo foi acusada de ter favorecido o candidato do PRN, tanto na seleção dos momentos como no tempo dado a cada candidato. O jornal *Folha de S. Paulo* sinaliza que o Jornal Nacional mostrou 3 minutos e 34 segundos de falas de Collor, enquanto Lula falou em 2 minutos e 22 segundos. Em todas suas aparições, Collor atacou Lula ou o PT. Lula não atacou Collor em nenhum dos trechos exibidos pelo jornal. Além das imagens, o jornal utilizou uma pesquisa do instituto Vox Populi com números que favoreciam a Collor na avaliação que os eleitores fizeram do debate.

O PT moveu uma ação contra a emissora no Tribunal Superior Eleitoral, porém o recurso foi negado. Em frente à sede da Rede Globo, no Rio de Janeiro, atores da própria emissora, junto com outros artistas e intelectuais, protestaram contra a edição (MEMÓRIA GLOBO, 2004). Após esse fato, Armando Nogueira se afastou da direção geral do Telejornalismo da emissora, sendo substituído por Alberico de Souza Cruz, que era o diretor de telejornais (ROCHA, 2004).

José Bonifácio de Oliveira Sobrinho (Boni), então vice-presidente de operações da Rede Globo, numa matéria publicada pela *Folha de S. Paulo* no dia 17, disse que a CGJ cometera um erro de avaliação e fizera uma edição favorável a Collor. A orientação da direção da empresa, afirmou, era que os dois candidatos recebessem um tratamento igual, o que não acontecera no compacto do *Jornal Nacional*, que refletiu "com uma pitada de exagero" a superioridade de Collor sobre Lula. Boni

conta como foi: "Eu me lembro que vi a edição do jornal *Hoje* e a edição da noite, que eu achei que não tinha ficado correta. Ela não tinha favorecido o Collor de uma maneira extrema, mas tinha dado uma vantagem maior do que a que ele teve na realidade" (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 145).

Em 22 de abril de 2015, o Jornal Nacional, em série especial, admitiu o favorecimento a Collor de Mello na edição do debate das eleições presidenciais de 1989. "Um debate entre candidatos é um confronto de ideias que precisa ser visto no todo. Resumir, como se faz em um jogo de futebol, com os melhores momentos, que foi a ideia na época, é um risco enorme", disse o apresentador William Bonner.

Na quinta fase do desenvolvimento da televisão (1990-2000) foram aprovadas a Lei 8.389, 30 de dezembro de 1991, que regulamenta o Conselho de Comunicação Social e a Lei 8.977, que trata da regulamentação da TV a Cabo (MATTOS, 2010). A tendência de desenvolvimento global da década de 1990 estabeleceu as bases para o surgimento da televisão por assinatura, via cabo ou via satélite, fundamentada nos modelos estadunidenses. Foram exibidos programas interativos, a exemplo de "Você Decide", da Rede Globo que estreou em 1992. A década também registrou o crescimento das produtoras de televisão independentes e das emissoras regionais (MATTOS, 2010).

Os programas jornalísticos do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) caracterizaram a quinta fase do desenvolvimento do telejornalismo definida por Rezende (2010) como a fase da ancoragem brasileira (1990-1997) que foi marcada pelo forte apelo popular. No entanto, telejornais como o "Cidade 4", "24 horas", "Noticentro" e "Últimas Notícias", acabaram fracassando em audiência. Porém, a contratação de Marcos Wilson e Luiz Fernando Emediato para a direção do departamento de jornalismo e Boris Casoy, impulsionaram o surgimento de um novo formato no telejornalismo brasileiro

Boris Casoy, no entanto, não conformou a sua função de âncora do "TJ Brasil" ao modelo norte-americano de ancoragem. Além de conduzir o noticiário, passou a fazer entrevistas e emitir comentários pessoais sobre os fatos (REZENDE, 2010, p. 68).

A tendência de uniformização dos conteúdos informativos foi, para Guilherme Rezende, "uma característica que o telejornalismo brasileiro dos anos 1990 herdou da década anterior" (2010, p. 72). O dia 15 de outubro de 1996 marcou o início das transmissões do canal de notícias 24 horas da Rede Globo de Televisão, *Globo News*. A fase dos canais segmentados (1997-2000) antecedeu a entrada da Rede Bandeirantes com o canal *Band News* e da Rede Record com a *Record News* no mercado de TV por assinatura.

Na fase da convergência e da qualidade digital (2000-2010), a tendência do desenvolvimento tecnológico iniciada na primeira década deste terceiro milênio, segundo Mattos, aponta para uma convergência entre televisão e internet em que a preocupação por interatividade aumentou, estimulado pela implantação da TV Digital (MATTOS, 2010). As emissoras entraram num contexto de coexistência com a Internet e outras tecnologias da informação, reestruturando os modos de operação das TVs, no sentido dividir espaço com as novas mídias.

A sétima fase do desenvolvimento da televisão brasileira (2010-) é entendida por Mattos como uma fase marcada pela portabilidade e também pela interatividade.

Com a convergência digital o telefone celular vai ser usado, cada vez mais, para a transmissão e recepção de voz, acessar a Internet, verificar *e-mails*, fazer *downloads* de músicas, vídeos e filmes, fotografias, assistir programa de televisão, ouvir emissora de rádio, além de armazenar conteúdos e dados. Acrescente-se a isso o fato de que usando o celular, o usuário pode assumir o papel de receptor, transmissor e fonte de informações, rompendo assim alguns paradigmas da comunicação (MATTOS, 2010, p. 48).

Rezende (2010) denomina esse momento como a fase dos novos modelos (2002-...), que compreende a presença dos novos paradigmas como o Profissão Repórter, da Rede Globo e CQC, que foi ao ar na Rede Bandeirantes até 21 de dezembro de 2015.

No âmbito do telejornalismo esportivo, o Jogo Aberto, da Rede Bandeirantes se instala na fase dos novos modelos (REZENDE, 2010), representando um formato diferente de noticiário, onde a presença de comentaristas como parceiros na apresentação e a linguagem mais leve e próxima, principalmente ao torcedor de futebol são fatores característicos.

Esse período destacado por Rezende (2010) também é marcado pelas mudanças no Globo Esporte, que passa a apostar na interatividade, participação do telespectador e linguagem leve e descontraída.

Nesse sentido, tanto o programa telejornalístico esportivo da Rede Globo quanto o da Rede Bandeirantes se encontram vinculados com o embaralhamento entre informação e entretenimento. Esse percurso histórico buscou destacar que houve mudanças sociais, políticas e na estrutura do jornalismo e da televisão que abriram caminho para os atuais formatos de telejornais esportivos na TV aberta.

## 1.2. Um panorama histórico do jornalismo esportivo na televisão

Antes de tratar sobre a perspectiva da televisão, uma breve exposição será feita a seguir do advento do jornalismo esportivo nos meios impresso e radiofônico. No século XIX surgiram os primeiros registros jornalísticos sobre as modalidades esportivas. Odair Fonseca destaca que a revista francesa *Le Sport* (1854), publicava crônicas sobre os esportes mais praticados pelas elites que eram haras, turfe e caça, bem como faziam notas sobre canoagem, natação, pesca, boxe, bilhar e outras práticas também consideradas elitistas na época (FONSECA, 1997 apud NEVES, 2018). No *Dicionário enciclopédico Tubino do esporte*, Manoel José Gomes Tubino, Fernando Antônio Cardoso Garrido e Fábio Mazon Tubino (2007), enfatizam que, no século XIX, as primeiras publicações de notícias sobre esportes pelos meios de comunicação foram realizadas com o uso do telégrafo. Contudo, foi em 1852, em Londres na Inglaterra, que surgiu o jornalismo esportivo com o lançamento do primeiro diário de esportes, o *Sportsman* (TUBINO; GARRIDO; TUBINO, 2007 apud GROLL, 2016).

Já o jornalismo esportivo brasileiro, emerge em 1856 com *O Atleta*, uma publicação que, conforme André Ribeiro, passava “receitas para o aprimoramento físico dos habitantes do Rio de Janeiro” (RIBEIRO, 2007, p. 26). Thalita Neves enfatiza que o noticiário esportivo não possuía um espaço específico como nos dias atuais e os primeiros registros nas publicações brasileiras eram notas sobre caça, turfe e remo, práticas desportivas inerentes ao cotidiano das elites sociais do final do século XIX.

Por mais que algumas publicações estivessem começando a dedicar espaço noticioso ao esporte –inclusive com colunas específicas –o jornalismo esportivo já nascia como uma atividade subestimada e arraigada de preconceitos desde a virada do século. Isso porque, nessa época, o esporte era visto como recreação, sendo, portanto, inadmissível a possibilidade de notícias de entretenimento ocuparem as manchetes antes destinadas a temas nobres como política e economia [...]. Ainda de acordo com o autor, o fato de a prática desportiva ser, em princípio, quase exclusiva às classes de maior poder aquisitivo, também freava o desenvolvimento das editoriais esportivas. A lógica era a seguinte: sendo o esporte interesse apenas das elites – minoria no país –isso implicaria em menor vendagem de jornais. Logo, não seria lucrativo noticiá-lo (COELHO, 2003 apud NEVES, 2018, p. 4).

A década de 1920 é vista como um marco na história da imprensa esportiva brasileira, pois os jornais começavam a dar espaço para o esporte, especialmente para o futebol, ao mesmo tempo em que o rádio surgia no Brasil em 22 de setembro de 1922 (Ribeiro 2007 apud Groll, 2016). Ribeiro (2007) destaca que em 15 de outubro do mesmo ano, foi realizada a primeira transmissão esportiva ao vivo do rádio brasileiro na partida entre Brasil e

Argentina, valendo pelo Campeonato Sul-Americano de futebol. O jogo aconteceu no Estádio das Laranjeiras, no Rio de Janeiro e teve a locução de Leopoldo Santana da rádio Difusora. “Não foi uma transmissão com locução completa do jogo. Eram enviados boletins via telefone que eram repassados para os ouvintes pelos alto falantes” (RIBEIRO, 2007 apud GROLL, 2016, p. 19).

O rádio se configurou como fundamental meio de comunicação de massa para estabelecimento do vínculo entre o futebol e o espectador, considerando que, inicialmente, só a sociedade burguesa possuía o aparelho. Contudo, a chegada dos rádios de válvula em 1930 barateou os custos, tornando-o acessível para o público. Esse vínculo estabelecido entre o rádio e o futebol contribuiu para a massificação da modalidade no país. A Rádio Record foi a primeira, em 1931, a dedicar espaços fixos na grade de sua programação ao esporte.

A expansão do rádio nas décadas de 1930 e 1940 possibilitou, juntamente com o discurso nacionalista do Estado Novo, a formação de uma identidade nacional. O primeiro governo de Getúlio Vargas (1930-1945) institucionalizou a modalidade, visto que, foi nesse período que o rádio se consolidou, contribuindo para a popularização do esporte através das transmissões das partidas. Durante a 3ª Copa do Mundo de futebol masculino sediada na Itália em 1938, por exemplo, as transmissões foram realizadas diretamente da sede do torneio, mobilizando o público. Até alto-falantes foram montados para que aqueles que não possuíam aparelhos receptores pudessem acompanhar os jogos.

A televisão consolidou o futebol como um elemento característico da cultura do país. Refletindo sobre a relação estabelecida entre a TV e a cultura, Gomes (2011) pensa o gênero televisivo como categoria cultural. Entendendo o gênero como uma estratégia de comunicabilidade que ultrapassa a propriedade textual, se relacionando com as lógicas de produção e competências de recepção, a televisão adapta o seu formato às transformações culturais.

Desde o início da televisão no Brasil, o jornalismo esportivo sempre teve o seu espaço, a exemplo do programa “Vídeo Esportivo”, na TV Tupi, fundada pelo jornalista Assis Chateaubriand, que era comandado por Aurélio Campos. Roberta Oliveira, em dissertação de mestrado *Jornalismo esportivo/entretenimento: a construção identitária das edições carioca e paulista do Globo Esporte* (2013), afirma que o quadro que foi ao ar no primeiro dia de transmissões da TV Tupi, fazia parte do telejornal *Imagens do dia* e era apresentado diante de

uma miniatura de campo de futebol, onde estavam Aurélio Campos e o ex-jogador do Corinthians, Baltazar. Márcio Oliveira Guerra traz detalhes.

Walter Sampaio conta que foi em 1950 que o jornalismo esportivo teve a sua primeira reportagem registrada na televisão. Era a cobertura feita pelos cinegrafistas Jorge Kurkjan, Paulo Salomão e Alfonsas Zibas. Este último, segundo Sampaio, provocou uma situação inusitada logo na estreia da televisão com a cobertura esportiva. Zibas entrou em campo, com a bola rolando, achando que assim poderia registrar as imagens mais de perto. Só restou ao juiz expulsá-lo de campo. Na arquibancada, Kurkjan filmou também esses momentos (GUERRA, 2012 *apud* OLIVEIRA, 2013, p. 96).

A TV Tupi-Difusora de São Paulo também foi a primeira a fazer a transmissão direta de uma partida de futebol intermunicipal, quando as equipes do Santos e Palmeiras jogaram no dia 18 de dezembro de 1955, na Vila Belmiro em Santos. A primeira transmissão direta interestadual foi realizada no dia 22 de fevereiro de 1956, quando “os paulistas assistiram à partida Brasil x Inglaterra, realizada no Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro” (MATTOS, 2010, p. 200-201). Oliveira (2013) salienta que a locução esportiva na televisão causava estranhamento no público. Para competir com a TV Tupi, a autora destaca que Paulo Machado de Carvalho com a sua TV Record, também investiu na cobertura esportiva.

A primeira Copa do Mundo de futebol masculino televisionada para o Brasil ocorreu em 1962, no Chile. Ribeiro (2007) destaca que a competição que marcou o segundo título mundial da Seleção brasileira foi transmitida em *videotaípe*, através de uma parceria entre a Record e a Tupi, as duas maiores emissoras da época, com o apoio técnico da Televisa, emissora de televisão do México. Por sua vez, Mattos (2010, p. 195) afirma que “em 1966, a Copa Mundial de Futebol da Inglaterra foi a primeira a ser transmitida ao vivo pela televisão para todo o mundo”.

Ribeiro (2007) ressalta que o golpe militar de 1964 gerou uma das piores crises para a imprensa esportiva brasileira com perseguições a diversos veículos de comunicação entre rádios, jornais, televisões e também a jornalistas. Contudo nesse período, surge no Rio de Janeiro a TV Globo, do empresário Roberto Marinho em 1965 e, dois anos depois, nasce em São Paulo, a TV Bandeirantes. Nessa época, o jornalismo esportivo deixa de ter espaço apenas em quadros ou transmissões de partidas, visto que foram criados pelos canais de televisão, programas esportivos tipo *mesa redonda*<sup>3</sup> que reuniam, além de jornalistas, jogadores e dirigentes de clubes para um debate (RIBEIRO 2007 *apud* GROLL, 2016, p.30).

---

<sup>3</sup>Esse é um formato de programa onde é feita uma conversa ou troca de ideias entre os convidados presentes sobre um determinado tema específico

Considerando esse cenário de surgimento dos programas esportivos, Li-Chang Suen Cristina Silva Sousa destaca que a Globo criou em 1973 o programa semanal “Esporte Espectacular”. A proposta editorial marcou a junção entre o jornalismo e entretenimento no noticiário esportivo. A partir daquele momento, a autora acrescenta que a Globo passou a ditar as normas para cobertura de esportes, popularizando ídolos, principalmente do Sudeste do país, que foram seguidas pelas outras emissoras.

A década de 1980 foi marcada no telejornalismo esportivo pela consolidação da Rede Bandeirantes, que passou a dedicar mais espaço a transmissões de partidas, noticiários diário, chegando a ceder bastante tempo da programação dominical da emissora com o surgimento do Show do Esporte. Essas iniciativas levaram a emissora a ser conhecida como o *Canal do Esporte*. Ribeiro (2007) explica, destacando que, quando o locutor número um da Rede Globo, o jornalista Luciano do Valle deixou a emissora para abrir sua própria empresa, após um período de sete meses na TV Record, foi para a TV Bandeirantes e reconfigurou o cenário do telejornalismo esportivo brasileiro com a implantação do seu projeto.

Estava criado o Show do Esporte, uma verdadeira maratona esportiva comandada por Luciano do Valle, que a partir daquele instante passou a ser, além de narrador, um grande incentivador de esportes como vôlei, basquete e atletismo. Com essa nova cobertura, além do tradicional futebol, a TV Bandeirantes criou um novo slogan, passando a ser tratada como o Canal do Esporte (RIBEIRO, 2007 *apud* GROLL, 2016, p.25).

A década de 1990, segundo Ribeiro (2007), trouxe uma nova opção aos telespectadores brasileiros: a TV por assinatura. O autor salienta que a TV Globo e a TVA, do Grupo Abril foram pioneiras no seguimento. Em 1992, a cobertura esportiva passa a ter espaço nesse novo formato, com o lançamento do canal *Sportv*, da TV Globo, primeiro canal de esportes por assinatura do Brasil. Um ano depois, surge o TVA Esportes, do Grupo Abril, dando início a uma disputa pelos direitos de transmissão dos jogos de futebol.

A TVA assinou com o Clube dos Treze – entidade que era formada pelos principais clubes de futebol do Brasil – o direito de transmissão por três anos, enquanto a Globo assinou com a CBF, entidade que organizava o campeonato. O resultado disso acabou gerando uma briga judicial entre as duas empresas. A TVA passou a se chamar ESPN Brasil, e o novo canal, para poder transmitir os principais jogos do Campeonato Brasileiro, só podia por meio de liminares da justiça (RIBEIRO, 2007 *apud* GROLL, 2016, p.27).

O início dos anos 2000 foi marcado pela constante evolução da tecnologia, que fez emergir novas opções de acesso à informação no mundo da comunicação. Groll (2016)

explica que, além dos meios tradicionais, plataformas online, como o *YouTube* também exercem a função de comunicar. Essa tendência recente impulsionou os canais de esporte a investirem numa nova maneira de fazer jornalismo esportivo, não apenas através de parcerias com as plataformas da internet, mas se adequando à maneira de comunicar, pensando em estratégias para se modernizar, utilizando o entretenimento como método de inserção neste cenário.

Um exemplo da busca pela mudança na linguagem dos telejornais esportivos é o Globo Esporte. A linguagem leve e bem-humorada também foi intensificada no programa telejornalístico esportivo da Rede Globo. Mariana Oselame descreve as mudanças dos estilos do programa no decorrer do tempo.

Quando estreou, em 14 de agosto de 1978, o Globo Esporte comandado por Léo Batista estava mais para um “telejornal de esportes” do que para um programa de entretenimento. Era apresentado da tradicional bancada, com textos lidos no teleprompter. Três décadas e incontáveis revoluções tecnológicas depois, especialmente a versão apresentada em São Paulo, por Tiago Leifert, o Globo Esporte é, antes de tudo, um programa de televisão. A bancada deu lugar à mobilidade do apresentador e a linguagem engessada pelo teleprompter foi substituída pelo improviso e o (suposto) bom humor, sem roteiro (OSELAME, 2010 apud TOSTA, 2014, p. 16).

Ele menciona que o Padrão Globo de Jornalismo Esportivo, aplicado no Globo Esporte desde 2008, tem grande parte da responsabilidade pelo aumento da ênfase no entretenimento. O apresentador Tiago Leifert é considerado o principal expoente desse modelo, baseado no improviso e na linguagem coloquial e direta com o telespectador. Contudo, mesmo com a saída do apresentador do programa em julho de 2015, os outros apresentadores esportivos da emissora seguem o mesmo estilo. Em entrevista contida em Bezerra (2008), ele declarou:

O programa hoje tem jornalismo, mas a gente está tentando aquele seja um programa de televisão em primeiro lugar. A gente não quer que ele seja um programa só de jornalismo, a informação tem que estar lá, mas ela pode chegar ao telespectador de uma forma legal, não precisa ter aquela cara de jornalismo formal em que o apresentador não expressa opinião. Ele pode ser divertido, pode ser um programa de televisão, de entretenimento, porque não? (BEZERRA, 2008, p. 9).

Tosta acrescenta que esse novo formato se espalhou não apenas dentro da Rede Globo, mas também em várias outras emissoras. O Jogo Aberto, da Rede Bandeirantes, concedeu espaço para ex-jogadores de futebol, como é o caso de Ronaldo Giovanelli, Neto e Denílson Araújo, que possuem perfil mais descontraído. O programa, apresentado por Renata Fan, “utiliza não apenas texto simplificado e mobilidade no palco, mas também



efeitos sonoros, brincadeiras planejadas e debates "espontaneamente" engraçados" (TOSTA, 2014, p.16).

Desde o dia 05 de fevereiro de 2007 a Rede Bandeirantes de Televisão exibe no início das tardes de segunda a sexta, o Jogo Aberto, que mistura notícias com debates, principalmente de acontecimentos relacionados ao futebol. Assim como ocorre com o Globo Esporte, o Jogo Aberto possui uma versão nacional, que traz reportagens com os destaques do dia e a versão regional que é mais voltada para os debates com os comentaristas e convidados.

Além dos programas da Rede Globo e da Rede Bandeirantes, o Jogando em Casa também contribuiu para o estabelecimento do entretenimento no jornalismo esportivo, através da grande ênfase no humor. É o que afirma Gregory Karkus Vieira, em *Humor no jornalismo esportivo televisivo atual – estudo de uma tendência a partir da análise do programa “Jogando em Casa”* (2013). Ele identifica o programa, criado em 2007 pela extinta TV Esporte Interativo como o “pioneiro na utilização da atual tendência humorística como forma de abordar os assuntos esportivos” (VIEIRA, 2013, p. 31). O Jogando em Casa foi um programa de debate esportivo exibido de segunda à sexta-feira que utilizava linguagem leve e descontraída e era feito num cenário que remetia a uma sala de casa.

### **1.3. Entretenimento: diversão e linguagem.**

O entretenimento está vinculado com a diversão e com uma interrupção nas obrigações e dificuldades enfrentadas pelas pessoas durante a rotina diária. Essa pausa tem a finalidade de deslocamento de preocupações e suavização da luta pela sobrevivência. Padeiro (2015) enfatiza que a partir do século XX, os meios de comunicação de massa, percebendo o potencial altamente rentável do entretenimento, passam a explorá-lo de diversas formas.

Entre as definições mais comuns, Fábila Angélica Dejavite (2003) traz a compreensão de que o entretenimento consiste em “toda narrativa, performance ou qualquer outra experiência que envolva e agrade alguém ou a um grupo de pessoas, podendo trazer ainda embutido um conteúdo que cultiva temas, pontos de vista e perspectivas convencionais e ideológicos” (DEJAVITE, 2003, p. 5-6). A autora também evidencia o entretenimento como válvula de distração, de prazer e de divertimento, objetivando diminuir as tensões e proporcionando ocupar o tempo livre, fora do horário de trabalho.

Dejavite pontua que os estudos relacionados ao entretenimento se dividem em duas perspectivas. De um lado, uma perspectiva positiva, centrado num prisma utilitarista, entendendo-o como necessário e útil, visto que constitui uma possibilidade de contribuição para o crescimento do indivíduo, proporcionando alívio das tensões do dia-a-dia e equilíbrio de sua personalidade; e de outro, os que interpretam o entretenimento como um instrumento de alienação, em benefício de determinadas ideologias. “Para esses últimos, o entretenimento é visto como uma forma de manipulá-las em virtudes de objetivos políticos e econômicos (DEJAVITE, 2003, p. 6).

O entretenimento, na fase inicial da sua história, era visto como uma prática privada e frequentemente restrita aos domínios domésticos. É o que enfatiza Vinícius Andrade Pereira, acrescentando que, na segunda fase, “se transformou em *commodities*, a partir de indústrias como o cinema, a música, a Tve os *games*”(2013, p.10). Após essas duas fases, o entretenimento se transformou em receita para outros tipos de produtos e discursos, se constituindo como uma linguagem.

O entendimento de que o entretenimento se tornou uma linguagem é fundamentado por Pereira (2013) através da apresentação de quatro marcas: envolvimento emocional; elementos lúdicos; expressões simples e intuitivas e multissensorialidade.

A primeira marca citada no parágrafo anterior consiste em inserir na mensagem elementos que possam promover “um forte envolvimento emocional e, com isso, o envolvimento afetivo e imaginário” (PEREIRA, 2013, p. 11). O autor destaca que esses elementos estão presentes em diferentes formatos, com tanto que seja compatível com o meio ou arranjo midiático em que a mensagem se forme e circule (PEREIRA, 2013). Essa marca compreende recursos como a escolha de certas palavras e construções narrativas, no âmbito do texto; sonoplastia, música, e coloridos de vozes nas mensagens radiofônicas; cores, cenários, indumentárias e figurino dos atores, cortes e edições específicas em caso de filmes (PEREIRA, 2013).

Os elementos lúdicos podem ser entendidos como os tipos de efeitos que uma mensagem pode originar. Pereira pontua que esses elementos são capazes de “provocar algo de incomum, de insólito, de encantamento, pelos seus aspectos materiais” (2013, p. 11). As narrativas, portanto, devem seduzir devido aos seus aspectos estéticos e formais, proporcionando experiências de deleite, afetação, prazer, estranhamento, “algo extraordinário, como uma espécie de transe ou passe de mágica, em que a natureza do que se percebe se transforma e parece desafiar os próprios sentidos” (PEREIRA; POLIVANOV, 2011 *apud* PEREIRA, 2013, p. 11).

As expressões simples e intuitivas também são determinadas por Pereira (2013) como marcas do entretenimento como linguagem. Expressões concretas e de fácil entendimento são fundamentais para que, ao buscar a compreensão do sentido da mensagem, não se perca muito o encantamento que os elementos lúdicos proporcionaram, trazendo emoção à mensagem.

Linguagens icônicas como de um programa como o *Word*, no qual o desenho de uma impressora designa o botão para a função “imprimir”, uma tesoura designa o botão para a função “recortar um texto” etc, são bons exemplos dessas expressões (PEREIRA; POLIVANOV, 2011).

A marca da multissensorialidade pressupõe a ativação dos outros sentidos, como o tato e o olfato, objetivando uma maior atenção e envolvimento do público com a mensagem. Vinícius Pereira (2013) destaca que, nesse contexto, *gadgets* e mensagens prenderiam atenção de públicos superestimulados, o que pode explicar a alta valorização nos dias atuais das linguagens tridimensionais. O autor enfatiza que, por outro lado, as plataformas midiáticas que se fundamentam nesse tipo de linguagem, exigem frequentemente o toque, além da atenção visual, para operacionalização do dispositivo midiático. Dessa forma, a “multissensorialidade é sinônimo de envolvimento tátil de alguma ordem” (PEREIRA, 2013, p. 12).

O entretenimento está cada vez mais presente na televisão brasileira. Diversos gêneros utilizam desse recurso na tentativa de tornar a programação mais leve e atrativa. A diversão, lazer e questões de menor relevância funcionam como instrumento de aproximação do telespectador em meio às disputas pela audiência e pelo mercado publicitário. O Informe de Acompanhamento do Mercado de TV aberta<sup>4</sup>, realizado pela Ancine, revelou que 48,6% do conteúdo das redes Globo, Band, CNT, Record, RedeTV!, SBT, TV Brasil, TV Cultura e TV Gazeta são destinados à conteúdos de entretenimento, enquanto 21% são de conteúdos informativos, 6,2% de publicidade, 2,7% de educação e 21,6% de outros.

#### **1.4. O telejornalismo como um produto da indústria cultural**

O Informe de Acompanhamento do Mercado demonstra, portanto, que mais da metade da programação da TV aberta é voltada para conteúdos de entretenimento e de jornalismo. A contínua busca do ser humano por notícias traz como consequência o estabelecimento de uma

---

<sup>4</sup> O estudo, realizado desde 2007, teve a sua última edição publicada em 23/08/2017. Se refere aos conteúdos veiculados em São Paulo, sede da maioria das emissoras.

indústria da informação. Padeiro (2015) destaca que a expansão da tecnologia e o estabelecimento de uma classe consumidora são fatores que levam as empresas de comunicação a transformar as informações em notícias, oferecendo à sociedade como produto de mercado, mantendo a sua função social. Ivo Lucchesi afirma que há uma íntima correlação entre o desenvolvimento do capitalismo e a expansão da imprensa.

Os teóricos da Escola de Frankfurt, especialmente Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin e Herbert Marcuse abordaram essa relação. Adorno e Horkheimer, inclusive, cunharam a expressão “Indústria Cultural” (FONSECA, 2002) para definir o conjunto de organizações empresariais, com alto potencial técnico e de capital centralizado, que tem a função de produzir e distribuir bens culturais em grande escala, visando a rentabilidade econômica.

Já Adelmo Genro Filho enfatiza que o jornalismo emerge dentro da estrutura capitalista. Em *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*, ele destaca que “o jornalismo surgiu com o desenvolvimento das relações capitalistas, no bojo da cultura de massa, e expressa, hegemonicamente, uma ideologia que visa ao controle e à eterna reprodução da sociedade burguesa” (GENRO FILHO, 1987, p. 92).

Em sua abordagem, Lucchesi (2005) menciona e concorda com a concepção da psicanalista e ensaísta Maria Rita Kehl, que diferencia capitalismo de produção e capitalismo de consumo. O autor declara que o capitalismo de produção, de origem europeia, está enraizado na ética protestante, que consiste no sentimento de renúncia em busca da compensação, ou seja, que devemos fazer tudo no presente para, no futuro, obter a “experiência gozosa merecida” (LUCCHESI, 2005, p. 2). Por outro lado, o capitalismo de consumo, que tem suas raízes no hedonismo é caracterizado pela procura do prazer contínuo, perseguindo a realização imediata dos impulsos e priorizando o presente.

As duas modalidades de capitalismo apontadas por Lucchesi, reverberam na forma de comportamento da atividade jornalística. Considerando que, no Brasil, a novidade é mais prestigiada que a memória, quando se trata do jornalismo ocorre a substituição do “conceito de narratividade pelo de atualidade, o que também serve para potencializar o apelo sensacionalista” (LUCCHESI, 2005, p. 2). Da mesma maneira que o consumidor desfruta do prazer pelo objeto conquistado, o receptor das mensagens focaliza o seu interesse para novas informações.

Virgínia Pradelina da Silveira Fonseca (2002) salienta que o processo de implantação de um mercado de bens simbólicos no Brasil se inicia no governo de Juscelino Kubitschek (1956-1960) e se consolida na década de 1970 durante os governos militares. Em A

*subordinação do jornalismo à lógica capitalista da Indústria cultural*, ela traz concepções de autores sobre o fenômeno da indústria cultural, entre eles Gisela Taschner, que considera que o aparecimento de algumas características e formas de organização da indústria cultural ocorre antes dos anos 1960. Contudo, aponta que o surgimento do mercado cultural no Brasil é marcado pela proeminência de organizações como *Globo, Abril, Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e Manchete*. Taschner afirma que o desenvolvimento da indústria cultural no Brasil se dá devido a dois fatores: o ingresso do país na etapa monopolista do capitalismo, apoiado no capital privado nacional, estrangeiro e estatal; e o reordenamento político do Brasil após o golpe de 1964, baseado em uma aliança entre a burguesia, classes médias e os militares, excluindo as classes populares (1992 *apud* FONSECA, 2002). Assim sendo, o monopolismo e as medidas econômicas do autoritarismo do regime militar foram aspectos favoráveis à indústria cultural no país.

Outro teórico destacado por Virgínia Fonseca é o antropólogo Renato Ortiz (1991). Ele chama a atenção para o desenvolvimento de um mercado de bens materiais e um mercado de bens culturais, onde o último envolve uma dimensão simbólica que aponta para o viés ideológico, expressando um elemento político embutido no próprio produto, o que justifica que essa área receba um tratamento diferenciado do Estado que incentiva a indústria cultural, já que ela é fundamental para o projeto de poder. Entretanto, o setor governamental exerce vigilância quanto aos excessos (FONSECA, 2002).

Devido à percepção do governo militar a respeito da importância da atuação junto às esferas culturais, Renato Ortiz enfatiza que são criadas instituições como a Embratel, Embrafilme, Funarte e Pró-Memória, bem como reconhece que os meios de comunicação de massa são fundamentais para difusão das ideias de integração nacional, que é de interesse do Estado. Contudo, a implantação de toda uma infraestrutura de comunicações beneficia a classe empresarial que está mais interessada em outra integração: a dos mercados consumidores (1991 *apud* FONSECA, 2002).

O que fundamentalmente caracteriza a imprensa na indústria cultural, de acordo com Taschner (1992) é a subordinação da mensagem jornalística à lógica empresarial. “As notícias, as informações, são concebidas integralmente como mercadorias, não apenas porque são produzidas com o emprego de técnicas próprias da indústria cultural, mas também porque estão sujeitas à sua lógica (1987; 1992 *apud* FONSECA, 2002, p.7).

Através da análise dos trabalhos de Taschner sobre o grupo Folhas e dos jornais *Última Hora* e *Notícias Populares*, para o âmbito do jornalismo impresso, Virgínia Fonseca apreende elementos que constituem a imprensa da indústria cultural. A primeira delas é o caráter de

mercadoria da informação, possibilitando uma maior flexibilidade da linha editorial, permitindo que os jornais assumam determinados posicionamentos, mas modifique-as, dependendo do rumo da opinião pública (TASCHNER, 1992 *apud* FONSECA, 2002).

Outra característica trazida por Taschner é a embalagem do jornal disposta de uma feição leve e graciosa. A preocupação é de fazer um produto atraente, digestivo e mais acessível com o objetivo de chamar a atenção dos leitores. Corroborando com essa característica, a terceira é a preocupação com os leitores, com a criação de editorias, seções, cadernos e suplementos para alcançar a todos os segmentos do mercado consumidor. “Quanto maior for a quantidade de leitores de um jornal, melhores são as condições de esse periódico „se vender“ para o mercado publicitário, também interessado nesse público amplo e diversificado” (FONSECA, 2002, p. 11).

A socióloga observa a maneira como ocorre o processo de assujeitamento da mensagem jornalística pela empresa. Uma das formas destacadas é a centralização das operações de redação que se dá através da criação de agências que produzem notícias e distribuem para outros veículos.

Centralizar a produção das notícias reduz os custos com pessoal, com espaço físico, com meios de transporte e com outros materiais necessários à realização do trabalho. Além disso, permite um maior controle da mensagem que está sendo produzida (FONSECA, 2002, p.11).

Uma das consequências da centralização da produção das mensagens é a padronização dos textos nos diversos veículos de um grupo (jornais, rádios, TVs, sites, etc.), gera um efeito de consonância. Outra consequência é a possibilidade de a empresa vincular, no âmbito trabalhista, todos os jornalistas da organização, tornando mais complexa a estrutura de produção dos jornais, visto que as editorias se transformam em mini redações; e o aumento e sofisticação do controle sobre o processo de trabalho, percebido, no papel dos manuais de redação.

A importância do manual na execução do trabalho dos jornalistas é tal que ela acaba por desempenhar função semelhante à exercida pelo velho jornalista experiente do passado diante do jovem profissional em início de carreira, quando o ofício era aprendido “no calor das redações” (FONSECA, 2002, p.12).

Os instrumentos de avaliação do profissional jornalista também se constituem como eficazes formas de controle. Taschner salienta que a evolução dos métodos de gerenciamento das redações, com a finalidade de alcançar o máximo de qualidade e produtividade com o mínimo de custos possível, provoca mudanças significativas na forma de avaliação e remuneração do trabalho dos jornalistas (TASCHNER, 1992 *apud* FONSECA, 2002).

A subordinação da mensagem jornalística pela empresa, também ocorre, de acordo com a socióloga na política de integração entre os setores administrativo, editorial e industrial dos jornais. Aliado a isso, as mudanças tecnológicas e de organização industrial das empresas, relativas à reprodução dos exemplares e à sua distribuição, também se apresentam como exemplo de submissão das mensagens à lógica empresarial (TASCHNER, 1992 *apud* FONSECA, 2002).

Um último aspecto da subordinação do jornalismo à lógica da indústria cultural, destacado no trabalho de Gisela Taschner é a relação entre matéria editorial, publicidade e quota-papel, que consiste na quantidade de papel de imprensa que a direção de redação pode dispor durante um determinado período de tempo para a produção do jornal.

A partir dessa quantidade, o diretor de redação planeja o número de páginas de cada edição. O setor de publicidade, entretanto, é que define o espaço inicial, programando, página por página, os anúncios a serem inseridos. O que sobra de espaço é que é distribuído entre as várias editorias. Essa divisão é feita em proporções variáveis em função da importância de cada matéria (TASCHNER, 1992 *apud* FONSECA, 2002, p. 14).

Virgínia Fonseca (2002) ainda aponta que outra forma de subordinação da mensagem jornalística à lógica empresarial são as constantes reformulações gráficas das páginas e de estruturação dos textos das notícias, que está vinculada à produção do texto e aos modelos de objetividade importados.

A chamada linguagem média, a linguagem jornalística, tem sido levada ao extremo da simplificação, a ponto de retirar das notícias – cada vez mais breves, mais curtas – qualquer possibilidade de contextualização. Isso tem contribuído para o empobrecimento da interpretação dos fatos. Títulos, boxes, infográficos, fotografias, legendas, resumos, artes, etc. – enfim, todos os recursos vêm sendo utilizados para melhorar e tornar mais atraente a embalagem da informação (FONSECA, 2002, p. 14).

Dessa forma, a autora considera que o modelo ideal de jornalismo, praticado sem restrições ou constrangimentos de natureza política ou econômica foi e continua sendo “uma meta, uma utopia não apenas de jornalistas, mas de toda a sociedade” (FONSECA, 2002, p. 15).

### **1.5. A mercantilização do entretenimento.**

Ao sintonizar o rádio, acessar a internet ou ligar a televisão é possível visualizar como o entretenimento é uma mercadoria valorizada na sociedade contemporânea. O sistema capitalista que vivemos não apenas se apropria do tempo de trabalho, mas também se

interessa pelo tempo livre que, então se transforma, no entendimento de Elizara Carolina Marín, em “tempo-mercadoria capaz de gerar lucros” (2009, p. 212).

A mídia ocupa uma posição central na produção de entretenimento. A revista *Exame*, publicou o resultado da 20ª Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia, realizada pela consultoria *PwC (PricewaterhouseCoopers)*. Esse levantamento evidencia que o mercado de entretenimento e mídia no Brasil deve saltar de 36 bilhões de dólares em 2018, para 47 bilhões de dólares em 2023. A reportagem de Angélica Vilela destaca que, na pesquisa anterior, feita em 2018, foi possível visualizar o perfil do consumidor de entretenimento do país.

Na última edição, o destaque ficou por conta da personalização. O consumidor – ansioso, altamente seletivo e voraz – exige experiências especialmente adaptadas às suas próprias preferências, contextos e horários. E usa uma variedade crescente de dispositivos conectados para descobrir e criar seu próprio mundo único de mídia (VILELA, 2019, p. 2).

As empresas buscam dados e padrões de uso e aproveitam essas informações para lançar seus produtos, mas não de forma massiva, alcançando bilhões de pessoas, mas de maneira personalizada, separando em grupos de indivíduos, possibilitando que seus serviços sejam cada vez mais endereçados ao cliente certo, aumentando a personalização das ofertas de consumo e de publicidade (VILELA, 2019).

Pensar o entretenimento midiático, de acordo com Marín, demanda inseri-lo no contexto da indústria da comunicação que vem se expandindo e desempenhando um papel central na economia mundial. “As empresas de comunicação desenvolvem-se internacionalmente para atrair mercado, criar competências e obter lucros” (MARIN, 2009, p. 213).

A estratégia empresarial, para investimento no setor de entretenimento, possibilita a ampliação dos horizontes dos lucros com a integração das diversas mídias como computadores, internet, câmera fotográfica, câmera de vídeo, televisão, videogames, telefones móveis e fixos, DVD, CD, rádios e revistas, entre outros mais, com o objetivo de ofertar uma série de produtos para “capturar mentes, hábitos e corporeidades” (MARÍN, 2009, p. 215). O crescimento do entretenimento não acarreta na democratização dos bens culturais. Na concepção de Marín (2009) as desigualdades sociais também se reproduzem no âmbito da diversão.

Daí que a democratização dos bens culturais ou a liberdade de opção não é uma coisa dada como pretendem os discursos naturalistas, empresariais e de *marketing*. Assim, as análises sobre o tempo livre e, dentro dele, o entretenimento não podem



prescindir dos fatores econômicos, sociais e simbólicos que engendram e determinam os usos e a falta de acesso aos bens (MARIN, 2009, p. 217).

Contudo, Marín (2009) enfatiza que o sistema de comunicação e de cultura de massa provocou a necessidade de ampliação do acesso aos bens culturais e de consumo para outras camadas sociais. Ele atribui essa abertura ao processo de mundialização, concretizado por meio de dois movimentos interligados: a desregulamentação e a privatização. No Brasil, tanto os governos militares (1964-1984), quanto o governo Sarney (1985-1990) e, sobretudo o governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), estabeleceram normas que possibilitaram a abertura do mercado de comunicações para o capital estrangeiro, embora a propriedade dos meios de comunicação permaneça concentrada em poucos grupos.

O Estado, portanto, atuou como um ator fundamental na desregulamentação que permitiu privatizações, entrada do capital estrangeiro (mídia televisiva aberta e fechada, telefonia fixa e móvel) e abertura à importação de mercadorias da indústria cultural estrangeira (CAPPARELLI; LIMA, 2004 apud MARÍN, 2009, p. 218).

Segundo Mattos (2010), a Lei de Capital Estrangeiro foi promulgada em 1964 e as empresas estrangeiras aumentaram investimentos no país. Em 1967, os maiores anunciantes eram multinacionais que durante o chamado milagre brasileiro “concentraram na televisão suas campanhas publicitárias vendendo mercadorias de consumo”. Continuando o autor deduz:

Como consequência do crescimento nacional sob o sistema político militar voltado para a produção de bens de consumo, serviços e bem-estar social, a televisão foi usada para promover entretenimento, encorajar o consumo e difundir as realizações econômicas do país e, ao mesmo tempo, perpetuar a imagem do regime militar (MATTOS, 2010, p. 50).

O autor destaca que a mídia eletrônica foi usada pelo regime com a finalidade de “construir o espírito nacional baseado na preservação das crenças, culturas e valores”, assim como foram impostos à população “as aspirações e conceitos de desenvolvimento, paz e integridade do regime de exceção” (MATTOS, 2010, p.36).

Contudo, os governos da Nova República estabeleceram relações não muito diferentes com a mídia eletrônica, principalmente a televisiva. Mattos observa que:

Depois de empossados, Fernando Collor de Mello, Itamar Franco, Fernando Henrique Cardoso, Luiz Inácio Lula da Silva, da mesma maneira que os presidentes militares e o presidente da Nova República [José Sarney], também fizeram uso da mídia eletrônica buscando respaldo para as medidas que adotaram, bem como distribuíram concessões de canais de TV e rádio (MATTOS, 2010, p. 130).

No caso da televisão, a política de desregulamentação e de privatização estimulou a competição entre canais públicos e privados; abertos e fechados. Dessa forma, o entretenimento funciona como estratégia para alcance de audiências e redução de custos.

A Pesquisa Global de Entretenimento e Mídia 2019-2023 também destaca que o Brasil ainda é o maior mercado de E&M (Entretenimento e Mídia) da América Latina. O país alcançou a terceira maior taxa de crescimento, ficando atrás apenas da China e da Índia: 5,5% ao ano até 2023. Considerando que a TV aberta está presente em 97% dos lares, Vilela (2019) aponta que os anunciantes investem a maior parte de sua receita nesse segmento, seguido da TV paga.

## 2. UM PANORAMA TEÓRICO-METODOLÓGICO

Este capítulo tem o objetivo de apresentar um panorama dos procedimentos metodológicos utilizados e se divide em quatro seções. Em “Gênero, modo de endereçamento e *infotainment*”, serão apresentados os conceitos e noções gerais sobre esses métodos com Itania Gomes. Utiliza-se também as concepções de José Carlos Francisco de Assis.

O item “Dos gêneros jornalísticos ao gênero televisivo”, além de utilizar as perspectivas de gênero jornalístico de José Marques de Melo, traz a classificação de Luiz Beltrão. O gênero televisivo é destacado através das classificações de José Carlos Aronchi de Souza, Guilherme Jorge de Rezende e Itania Gomes. Já na seção “Os operadores de análise do modo de endereçamento”, serão usados os operadores destacados por Itania Gomes, na tentativa de entender o funcionamento destes no campo do jornalismo esportivo.

Encerrando o capítulo, será apresentado o item “O Infotainment na televisão: estratégias”, onde é destacada a concepção de Itania Gomes sobre o embaralhamento entre informação e entretenimento. Em seguida, o tópico apresenta a abordagem de Carlysângela Silva Falcão que fez um levantamento de estratégias do infotainment de diversos autores.

### 2.1 Gênero, modo de endereçamento e *infotainment*.

O gênero é enfatizado por José Marques de Melo e Francisco de Assis como um agrupamento composto por elementos a ele coligados, os quais podem ser entendidos como formas de expressão através de textos, programas e materiais com diferentes características. Os autores também destacam o conceito de formatos midiáticos como variantes dos gêneros, estando a eles subordinados e se desenvolvendo segundo suas lógicas internas, próprias e multiplicando potencialidades. “São, em resumo, o instrumento – a forma – que emissores adotam para se manifestar e para fazer circular conteúdos elaborados em harmonia com circunstâncias distintas” (ASSIS; MARQUES DE MELO, 2016, p.47).

Já o conceito de gênero televisivo, na concepção de Itania Maria Mota Gomes, tem a finalidade de possibilitar ao analista reconhecer a existência de relações sociais e históricas entre formas culturais específicas e as sociedades e períodos nos quais essas formas são praticadas (GOMES, 2007). A autora aponta o gênero como uma estratégia de interação e entende que o investimento numa abordagem dos gêneros televisivos ultrapassa a “dicotomia

entre análise do produto televisivo e análise dos contextos sociais de sua produção ou de sua recepção” (GOMES, 2007, p. 19).

Na literatura das ciências da Comunicação a maioria dos estudiosos utiliza o conceito de Mikhail Bakhtin (1986) como referência no entendimento do significado dos gêneros. O filósofo russo define os gêneros como “tipos relativamente estáveis de expressões linguísticas desenvolvidas em situações comunicacionais específicas, que se refletem na forma, no conteúdo e na estrutura” (BAKHTIN, 1986 apud ASSIS; MARQUES DE MELO, 2016, p.43).

Os gêneros comunicacionais são determinados pelos fatores estilísticos, representando formas de expressão individual ou coletiva e orgânicos, que se adequam às “diferentes esferas da atividade humana” (BAKHTIN, 1986 apud ASSIS; MARQUES DE MELO, 2016, p.43). A partir disso, Bakhtin classificou os gêneros em primários, que compreende a comunicação oral, e secundários, que envolve a comunicação escrita. Os gêneros jornalísticos pertencem à segunda categoria.

Dessa forma, Marques de Mello e Assis (2016) evidenciam que os gêneros e suas subdivisões, ou seja, formatos e tipos são formas relativamente rígidas, fixas, que tem a finalidade de definir o modelo de atitude do espectador antes que este interroge sobre qualquer conteúdo específico, determinando assim o modo como esse teor é percebido. Através dos gêneros os produtos midiáticos são classificados. A aptidão para agrupar diferentes formatos e sua função social são duas características básicas que definem um gênero.

Os autores apresentam um panorama de gêneros jornalísticos com base nos pressupostos de Harold Laswell (1987), Charles Wright (1968) e Raymond Nixon (1963), classificando-os em gênero informativo, com a função de vigilância social; opinativo, servindo de fórum de ideias; interpretativo, com finalidade educativa e esclarecedora; diversional, para lazer e distração e utilitário, auxiliando na tomada de decisões cotidianas.

Marques de Melo desenvolveu uma classificação fundamentada em observações do jornalismo brasileiro entre os anos de 2002 a 2007, que é uma das mais difundidas no Brasil. A seguir são apresentados os gêneros e os seus respectivos formatos.

A discussão sobre o gênero deve supor, na concepção relacionada aos gêneros literários de Raymond Williams, o reconhecimento de dois aspectos.

Primeiro, a existência de relações sociais e históricas claras entre determinadas formas literárias e as sociedades e os períodos nos quais foram originadas ou praticadas; segundo, a existência de continuidades indubitáveis nas formas literárias através e além de sociedades e períodos com os quais têm essas relações. Na teoria dos gêneros, tudo depende do caráter e processo dessas continuidades (WILLIAMS, 1979 apud GOMES, 2007, p. 18).

Considerando esse pensamento, Gomes (2007) identifica o gênero como uma forma de situar a audiência televisiva quanto aos programas, assuntos abordados e o modo como este se destina ao público. Contudo, a autora propõe um avanço na teoria dos gêneros e na avaliação de programas televisivos, com o acolhimento da concepção de gênero televisivo ou gênero midiático. Perspectiva que coloca o gênero como estratégia de interação.

Nesse sentido, colocar a atenção nos gêneros televisivos implica reconhecer que o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero (GOMES, 2007, p. 19).

Geralmente os programas pertencem a um gênero particular, sendo que os programas telejornalísticos são uma variação da programação televisiva, integrando, na perspectiva de Gomes (2007) o gênero programa jornalístico televisivo.

Os programas jornalísticos possuem formatos socialmente reconhecidos. No caso dos programas jornalísticos televisivos, seguem formatos e regras específicas do campo jornalístico, negociadas com o campo televisivo.

É na articulação, portanto, entre os elementos próprios da linguagem televisiva, do fazer jornalístico e da representação da cultura que acreditamos que se dê a configuração de um *gênero ou subgênero* específico dentro da programação televisiva e, em consequência, os modos como ele, enquanto uma *estratégia de comunicabilidade* ou *estratégia de interação*, se endereça aos seus receptores (GOMES, 2007, p.20).

O conceito de modo de endereçamento surgiu, de acordo com Gomes, na análise fílmica, ligada a *screeentheory*. A noção tem a ver com a relação estabelecida entre o programa televisivo e a sua audiência, no sentido da construção de um estilo. Gomes enfatiza que a aplicação do modo de endereçamento nos estudos de jornalismo, possibilita tomar como pressuposto que a produção da notícia deve considerar, além da “orientação em relação ao acontecimento, mas também uma orientação em relação ao receptor” (GOMES, 2007, p. 22).

Gomes (2007) destaca David Morley (1978, 1999), John Hartley (1997, 2000, 2001) e Daniel Chandler (2003) como autores que articulam os modos de endereçamento para entender a relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido do texto televisivo. Chandler (2003), inclusive aponta para a relação do nosso olhar com as imagens como algo socialmente e historicamente construído. Ele chama a atenção para a

relação que o texto constrói com o telespectador, associando aspectos sociais, ideológicos e textuais ao modo de endereçamento (GOMES, 2007).

Na abordagem de Gomes (2007), quando aplicado aos estudos de jornalismo, o conceito de modo de endereçamento leva a tomar como pressuposto que a produção da notícia deverá considerar não somente uma orientação em relação ao acontecimento, mas também uma orientação em relação ao receptor.

O conceito de modo de endereçamento que é adotado por Gomes (2007), se relaciona ao “modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um *estilo*, que o identifica e que o diferencia dos demais” (2007, p. 23).

O neologismo *Infotainment*, serve como tradução da junção entre informação e entretenimento e tem sido alvo de investigadores e profissionais vinculados à cultura midiática. Gomes (2009) realizou, à época da apresentação do seu trabalho no XVIII Encontro da Compós, na PUCMG, Belo Horizonte, em junho de 2009, um levantamento demonstrando quantitativamente o interesse pelo estudo do tema:

Um rápido levantamento num dos principais bancos de dados para pesquisa científica, o Scopus, nos apresenta 242 itens, entre artigos (116), papers (70) e outros tipos de documentos, publicados a partir de 1995. Se limitarmos a pesquisa às Ciências Sociais, Artes e Humanidades, os itens caem para 26, sendo 21 artigos. Até o ano 2000, a base não registra mais que três documentos publicados por ano. Em 2007 e 2008 encontramos 59 e 47 registros, respectivamente (GOMES, 2009, p. 1).

O termo surgiu há aproximadamente três décadas e possui dois sentidos. Na indústria automobilística e nas engenharias da computação, se refere a uma série de aplicações digitais multimídia que permite que motoristas e passageiros tenham acesso em tempo real a serviços de informação e entretenimento como previsão do tempo, condições de estradas, mapas, músicas, e-mails, enquanto nas Ciências Sociais, particularmente na Comunicação “ele se refere ao embaralhamento de fronteiras de áreas presumivelmente distintas da cultura midiática, informação e entretenimento” (GOMES, 2009, p. 1-2).

A noção de infotenimento é delimitada por Carlysângela Silva Falcão (2017) a partir de dois pontos de vista básicos. A autora destaca os teóricos que se alinham a cada perspectiva.

A primeira visão tem o infotenimento como uma tendência global que perpassa diversos âmbitos sociais (BRANTS, 1998; GABLER, 1999; DELLI CARPINI; WILLIAMS, 2001; KELLNER, 2003, 2004; PRADO, 2003; THUSSU, 2007; GOMES, 2009a, 2009b; CARRILLO, 2013) e a segunda o percebe como um gênero em si mesmo (THUSSU, 2007; BADENES, 2009; MARTINO, 2009; LOSADA, 2010; GONZALO, DOMÍNGUEZ, GARCÍA, 2012; CARRILLO, 2013). Na verdade, esses dois pontos de vista podem (e mediante certos autores chegam a) se complementar, diante da ideia de ter-se um gênero híbrido surgindo em um contexto social modificado (FALCÃO, 2017, p. 54).

Gomes (2009) enfatiza que na Comunicação, dois enfoques concentram grande parte das discussões sobre o termo. De um lado, os estudiosos das relações entre comunicação e política investigam os efeitos do infotainment sobre o funcionamento da esfera pública, processos de democratização, de formação do cidadão e da participação política. De outro, os estudiosos do jornalismo voltam suas abordagens no âmbito das consequências das grandes mudanças tecnológicas, econômicas e regulatórias do campo midiático sobre a elaboração, difusão e consumo das notícias.

Com a consolidação do neoliberalismo no final do século XX, sistemas nacionais de comunicação foram desregulamentados e houve ampliação das possibilidades tecnológicas de produção, distribuição e consumo. Gomes (2009) salienta que esses fatores construíram o cenário denominado por globalização da cultura midiática que explica o *infotainment*.

No âmbito da televisão, Gomes sinaliza quatro tendências relacionadas à consolidação do infotainment, que trazem implicações na produção, distribuição e consumo.

[...] desregulamentação; ampliação da concorrência, inclusive para fora dos espaços nacionais, em especial com o desenvolvimento dos satélites; convergência de tecnologias e, portanto, o embaralhamento de fronteiras também entre os distintos *media* e distintas indústrias culturais; e, finalmente, a globalização (GOMES, 2009, p. 5).

Itania Gomes (2009) aponta que esse contexto fez com que a TV, que tinha um perfil ligado à indústria nacional e comercializava internacionalmente um programa que era produzido no contexto local adaptado para outros mercados, possui agora emissoras que comercializam formatos, que possibilitam plena adaptação às culturas nacionais ou regionais. Ela indica, como exemplo disso, o programa *Big Brother*, da *Endemol*, como um formato já produzido em 36 países, entre eles o Brasil.

Contudo, Gomes (2009) pondera que o uso demasiado do termo *infotainment*, tende a torná-lo improdutivo. Dessa forma, ela faz algumas ressalvas. A primeira é que a expressão não é um conceito e sim, uma junção de duas expressões que se referem à duas áreas da produção. Em seguida ela afirma que o termo é amplo o bastante para não se restringir à informação jornalística. A terceira ressalva é a necessidade de saber o que é entretenimento no âmbito da televisão. Dos significados destacados, a autora aponta que dois deles são os mais compatíveis com a complexidade da expressão.

[...] a) a um valor das sociedades contemporâneas (e, como valor, o entretenimento se traduz pela primazia do prazer e dos sentidos); b) a uma indústria que se dedica à produção de uma mercadoria ao mesmo tempo econômica e simbólica; [...] (GOMES, 2009, p.6)

A quarta ressalva de Gomes é a que a expressão *infotainment* ampara, não apenas informação e entretenimento, mas também realidade e ficção. A outra observação é a distinção entre *infotainment*, tabloidização e trivialização. A autora ainda destaca a ressalva de que é necessário “avaliar as condições de se considerar o *infotainment* como um novo gênero televisivo” (2009, p.9).

Viktor Chagas (2017) enfatiza que os estudos sobre o fenômeno da tabloidização se originam nos anos 1990 na Europa e nos Estados Unidos e, desde então tem sido analisado por pesquisadores que se tratam do aprimoramento e da profissionalização da imprensa em países em desenvolvimento. A tabloidização se manifesta pela minimização dos temas políticos e outros de grande importância em detrimento da exploração de uma cobertura sensacionalista e repleta de escândalos.

Tal operação resulta na proposta de que a “tabloidização” seria um *processo* que, como tal, toma lugar no tempo, e implica uma contaminação da mídia “séria” por uma perspectiva e um estilo próprios do jornalismo popular. [...]a tabloidização implica um movimento em que a mídia *mainstream* é “tabloidizada” pela influência de uma dinâmica competitiva por popularidade. Fatores econômicos, concorrência e fatores legais (a proteção à privacidade, por exemplo) estão entre as principais características desse cenário. (CHAGAS, 2017, p. 11-12)

Gomes (2009) relaciona a trivialização com o sensacionalismo, que, na prática jornalística é entendido como um modo de recorrência ao exagero, com frequente uso de imagens chocantes e textos que apelam para a emoção. A ênfase no sensacional destoa do padrão do discurso e da linguagem jornalística, conhecida pela objetividade no trato com as informações. Contudo, Danilo Angrimani sinaliza que as características sensacionalistas estão inseridas desde o início dos jornais.

No século XIX, havia jornais na França que eram conhecidos como *canards* e tinham apenas uma página. O conteúdo desses jornais eram histórias de catástrofes, crianças violentadas, cadáveres cortados em pedaços, eclipses, entre outros. Os primeiros jornais franceses surgidos entre 1560 a 1631, já tinham características sensacionalistas. O *Nouvelles Ordinaries* e o *Gazette de France* elaboravam notícias sensacionais, usando *fait divers* parecidos com os atuais. Havia também, antes mesmo desses dois jornais, os *occasionnels*, que eram brochuras, onde se expunha exageros, falsidades e *fait divers*. (ANGRIMANI, 1995 apud ROCHA, 2012, p. 4)

Um veículo sensacionalista, (Angrimani, 1995 *in* ROCHA, 2012) não possui credibilidade e ética no senso comum. O conceito é visto geralmente como negativo, pois se relaciona com imprecisão, erros de apuração e deturpação de informações. Paula Roberta Santana Rocha acrescenta que, com a entrada da Internet e a mistura de gêneros discursivos, o



uso das sensações é percebido como um recurso muito usado, mesmo em jornais mais reconhecidos que oscilam entre a realidade e a ficção para construir o seu discurso. (ROCHA, 2012, p. 7)

## 2.2. Dos gêneros jornalísticos ao gênero televisivo.

O estudo dos gêneros jornalísticos se origina, na concepção da maioria dos teóricos, na metade do século XX por intermédio do professor da Universidade de Paris, Jacques Kayser, contudo Marques de Melo (2010) pondera que os indícios dessa configuração já são percebidos antes na estrutura dos primeiros jornais.

Mas se quisermos estabelecer uma periodização acurada, vamos observar que os gêneros hegemônicos na atualidade possuem raízes profundas, desde o século XVII, perdurando até o século XIX.

Dependendo da cultura nacional, predomina o jornalismo argumentativo, como nos países latinos, onde a versão dos fatos assume até mesmo dimensão passional, enquanto nas comunidades anglo-saxãs prevalece o jornalismo referencial, valorizando racionalmente o relato impessoal dos acontecimentos e só secundariamente respaldando os comentários a respeito deles. (MARQUES DE MELO, 2010, p. 2)

Os primeiros periódicos utilizavam dois padrões narrativos de registro dos acontecimentos. Tobias Peucer (2000) verifica a *novellae* (notícias) que são, entre outras coisas “formas de histórias” e *relationes novellae* (relatos jornalísticos), que consiste na sucessão de acontecimentos recentes. (MARQUES DE MELO, 2010, p. 4)

Já o jornalismo argumentativo que advém do gênero opinativo cresce no século XVIII, durante os processos revolucionários nos Estados Unidos (1776) e na França (1789). Marques de Melo destaca que nessa época a imprensa servia de “arena de combate”. No Brasil, esse padrão chega no século XIX, tomando duas formas percebidas por Lustosa (2000) “por um lado, o jornalismo panfletário (ideológico), e, por outro lado, o jornalismo carbonário (fisiológico)”. (MARQUES DE MELO, 2010, p. 4).

A seguir uma tabela com as classificações de gêneros e formatos jornalísticos na perspectiva dos teóricos José Marques de Melo, Luiz Beltrão e Guilherme Jorge de Rezende. Esta pesquisa se baseia nas concepções de Melo (2016).

**Tabela 1: Gêneros e formatos jornalísticos de acordo com a classificação José Marques de Melo, Luiz Beltrão e Guilherme Jorge de Rezende.**

CLASSIFICAÇÃO	GÊNERO JORNALÍSTICO	FORMATO JORNALÍSTICO
JOSÉ MARQUE DE MELO	Gênero informativo	Nota          Notícia Reportagem    Entrevista
	Gênero opinativo	Editorial    Comentário    Artigo Resenha    Coluna        Caricatura Carta        Crônica
	Gênero interpretativo	Análise      Perfil          Enquete Cronologia   Dossiê
	Gênero diversional	História de interesse humano História colorida
	Gênero utilitário	Indicador    Cotação    Roteiro    Serviço
LUIZ BELTRÃO	Jornalismo Informativo	Notícia          Reportagem História de interesse humano Informação pela imagem
	Jornalismo Interpretativo	Reportagem em profundidade
	Jornalismo Opinitivo	Editorial    Artigo          Crônica Opinião ilustrada    Opinião do leitor
GUILHERME JORGE DE REZENDE	Jornalismo Informativo	Nota    Notícia    Reportagem Entrevista          Indicador
	Jornalismo Opinitivo	Editorial    Comentário    Crônica

Fonte: ASSIS; MARQUES DE MELLO, 2016, p. 50-51. BELTRÃO, 1976 *apud* COSTA, 2007, p. 2. REZENDE, 2000.

Luiz Beltrão (1976) foi o primeiro autor a propor uma classificação de gêneros jornalísticos no Brasil, delineando três categorias. Marques de Melo (2010) enfatiza que no século XX os gêneros informativo e opinativo, propiciaram o surgimento de novos gêneros e formatos complementares como o interpretativo, que varia do jornalismo analítico-educativo e o gênero diversional, de natureza emotiva, cuja identidade movimenta-se entre o “mundo real e o imaginário. Uma noção de gênero utilitário toma forma no fim do século XX, que possui basicamente duas funções apontadas por Marques de Melo (2010): encorajar a cidadania participativa, como respaldo para a tomada de decisões individuais sobre questões de interesse público e fomento do consumo responsável.

Ainda no século XX surgem outros gêneros e formatos derivados dos já existentes, como o jornalismo analítico, sustentado pelo gênero interpretativo; o jornalismo de serviço

que consiste numa modificação do gênero utilitário e o jornalismo de entretenimento ou literário, vindo do gênero diversional. (MARQUES DE MELO, 2010).

A ascensão do *show business* contamina a produção informativa, induzindo ao resgate de certas formas de expressão que mimetizam os gêneros ficcionais, embora os relatos permaneçam ancorados na realidade (BARRET, 1965; JOHNSON, 1971; BERNAL & CHILLÓN, 1985; LIMA, 1993 apud MARQUES DE MELO, 2010, p. 6).

Cada item da classificação de José Marques de Melo destacado na Tabela 1 possui características próprias. O autor salienta que os formatos oriundos dos gêneros informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário existem de acordo com lógicas estabelecidas historicamente e considerando o avanço do jornalismo. Para a compreender o objeto as análises textuais não são suficientes. É necessário considerar a questão da prática.

A leitura correta e coerente das formas de expressão jornalística -independentemente da finalidade – só se torna possível com a apreensão do processo, dos bastidores, dos antecedentes. Se não, corre-se o perigo de se deixar levar apenas pela entonação ou pela aparente intenção de um texto. (ASSIS; MARQUES DE MELO, 2016. p. 51)

A identificação e classificação de gêneros e formatos surge com o desenvolvimento da atividade. No relato do real nas palavras de Marques de Melo “as *sub-rotinas* dos gêneros se desdobram” (2016, p. 52), sendo que umas são validadas e outras desaparecem tão rapidamente quanto surgem. É preciso, portanto, observá-las constantemente, pois somente dessa forma é possível compreender a evolução do Jornalismo.

A “Classificação Marques de Melo” se refere especificamente à imprensa brasileira. Dessa forma, o autor pondera que essa taxionomia de gêneros e formatos pode não ter a mesma relevância dependendo da questão geográfica. O recorte temporal deve ser considerado para monitoramento de pertinência e acréscimo de novos itens ao conjunto. A classificação foi estabelecida de acordo com padrões acadêmicos, mas não se esgota em si, nem está imune aos embates entre os pares e o mercado. (ASSIS; MARQUES DE MELO, 2016, p. 53)

Com base nos estudos de Marques de Melo, Guilherme Jorge de Rezende propôs uma classificação de gêneros, adequando do jornalismo impresso para a televisão. A classificação para os gêneros televisivos foi definida conforme a tabela abaixo:

Rezende (2009) também destaca a categoria telejornalismo que abrange várias subcategorias, a saber, Telejornal, Documentário, Reportagens Especiais, Entrevista, Programa de Debates, Plantões, Retrospectivas de fim de ano e Espetáculos Midiáticos. O autor acrescenta que o jornalismo integra também gêneros híbridos como Programas de Variedades, *Talk Shows* e revistas femininas.

José Carlos Aronchi de Souza apresentou no livro *Gêneros e formatos na televisão brasileira (2004)* uma sistematização que serve de guia para reconhecimento dos gêneros e categorias transmitidos pelas redes de televisão do Brasil. Como a sua classificação traz a divisão entre “categoria e gênero”, optou-se por inseri-la em uma tabela específica. Dessa forma o autor elaborou a seguinte classificação:

**Tabela 2: Categorias e gêneros dos programas na televisão brasileira**

<b>CATEGORIA</b>	<b>GÊNERO</b>
Entretenimento	Auditório Desenho animado Filme Infantil Novela Série Talkshow Western(faroeste)
	Colonismo social Docudrama <i>Gameshow</i> (competição) Interativo <i>Quizshow</i> (perguntas e respostas) <i>Reality show</i> (TV-realidade) Sitcom (comédia de situações) Teledramaturgia(ficção)
	Culinário Esportivo Humorístico Musical Revista Série brasileira Variedades
Informação	Debate Documentário Entrevista Telejornal
Educação	Educativo Instrutivo
Publicidade	Chamada Filme comercial Político Sorteio Telecompra
Outros	Especial Eventos Religioso

Fonte: José Carlos Aronchi de Souza, 2004.

Na tentativa de promover diálogo entre os estudos de linguagem e os estudos culturais, Itania Gomes (2007) observa como ponto convergente a discussão sobre gêneros textuais, literários e discursivos, assim como a possibilidade da elaboração de uma teoria dos gêneros televisivos.

Gomes (2007, p. 19) aponta o gênero televisivo como uma estratégia de interação e entende que o investimento numa abordagem dos gêneros televisivos ultrapassa a “dicotomia entre análise do produto televisivo e análise dos contextos sociais de sua produção ou de sua recepção”.

Ao observar os gêneros televisivos é necessário entender que o receptor direciona sua interação tanto com o programa quanto como o meio de comunicação, baseado nas expectativas geradas pela identificação do gênero. Com base nisso, Itania Gomes destaca:

Os gêneros são formas reconhecidas socialmente a partir das quais se classifica um produto midiático. Em geral, os programas individualmente pertencem a um gênero particular, como a *ficção seriada* ou o *programa jornalístico*, na TV, e é a partir desse gênero que ele é socialmente reconhecido. No caso da recepção televisiva, por exemplo, os gêneros permitem relacionar as formas televisivas com a elaboração cultural e discursiva do sentido. (GOMES, 2007, p. 19)

Os programas jornalísticos e os de entretenimento, por exemplo possuem formatos socialmente reconhecidos. No caso dos programas jornalísticos televisivos, seguem formatos e regras específicas do campo jornalístico negociadas com o campo televisivo.

É na articulação, portanto, entre os elementos próprios da linguagem televisiva, do fazer jornalístico e da representação da cultura que acreditamos que se dê a configuração de um *gênero ou subgênero* específico dentro da programação televisiva e, em consequência, os modos como ele, enquanto uma *estratégia de comunicabilidade* ou *estratégia de interação*, se endereça aos seus receptores (GOMES, 2007, p.20).

Os programas telejornalísticos consistem numa variação específica dentro da programação televisiva. Gomes destaca que esses telejornais compõem o gênero *programa jornalístico televisivo*, que, por sua vez, obedece a formatos e regras características do campo jornalístico em negociação com o campo televisivo. A autora acrescenta que:

[...] os telejornais, programas de entrevistas, documentários televisivos, as várias formas de jornalismo temático (esportivos, rurais, musicais, econômicos) são variações dentro do gênero: podemos chamá-los subgêneros ou formatos. (GOMES, 2007, p. 19)

Diante disso, Gomes conclui que na articulação entre os elementos próprios da linguagem televisiva, do fazer jornalístico e da representação da cultura se dá a configuração de um *gênero ou subgênero* específico dentro da programação televisiva e, conseqüentemente, “os modos como ele, enquanto uma *estratégia de comunicabilidade* ou *estratégia de interação*, se endereça aos seus receptores” (GOMES, 2007, p. 20).

### **2.3. Os operadores de análise do modo de endereçamento.**

Em *Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo*, Itania Gomes (2011) enfatiza que a pesquisa sobre programas jornalísticos televisivos deve levar em consideração os elementos que constituem os dispositivos semióticos da TV, os recursos de filmagem, edição, montagem de imagem e de som empregados e os elementos propriamente verbais.

A análise deve nos levar ao que é específico da linguagem televisiva, tal como construída num determinado programa e, conseqüentemente, tal como socialmente partilhado pela audiência. A gravação ao vivo, as simulações, bem como infográficos, mapas do tempo, vinhetas, telões e cenários virtuais formam o conjunto dos recursos que, para além de credibilidade, dão agilidade e ajudam a construir a identidade dos programas e das emissoras. A análise do texto verbal, por sua vez, deve revelar as estratégias empregadas pelos mediadores para construir as notícias, interpelar diretamente a audiência e construir credibilidade. (GOMES, 2011, p. 37)

A autora então desenvolve operadores de análise dos modos de endereçamento, com a finalidade de favorecer a articulação entre os elementos semióticos e os elementos sociais, ideológicos, discursivos, culturais, discursivos e comunicacionais. Esses operadores, segundo ela, não são excludentes, exaustivos e organizados de acordo com regras externas ao objeto de análise. Se articulam entre si e servem de meio de acesso ao modo de endereçamento do programa jornalístico televisivo específico. Gomes (2011) designa os operadores de análise dos modos de endereçamento como mediadores, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática.

Os mediadores são os âncoras, comentaristas, repórteres e correspondentes. O apresentador, como figura principal, estabelece a ligação entre o telespectador, os repórteres e as fontes. O entendimento do modo de endereçamento passa necessariamente pela identificação dos apresentadores, o posicionamento que eles têm diante das câmeras, ou seja, diante do telespectador e também pela análise do vínculo que os mediadores estabelecem com o telespectador tanto no programa quanto ao longo de sua história dentro do campo. Diante disso, Gomes faz menção da noção de performance.

A noção de *performance*, tal como utilizada no teatro, tem sido um importante recurso descritivo para este operador analítico. A noção põe em relevo o caráter interpretativo do desempenho dos atores, dos mediadores televisivos: o ator representa a partir de seu próprio corpo, de suas próprias características, mas ele desempenha um *papel*. A performance do mediador é um aspecto central dos modos de endereçamento dos programas telejornalísticos[...] (GOMES, 2007, p. 25).

Compreendendo que mediador é o responsável pela predominância do verbal na televisão, Gomes (2011) adota as estratégias narrativas e argumentativas desenvolvidas, considerando os recursos retóricos e persuasivos empregados como ferramenta para observação do texto verbal dos mediadores.

O operador de análise do contexto comunicativo se relaciona a conjuntura em que o programa atua, compreendendo o emissor, o receptor e as circunstâncias espaciais e temporais em que ocorre o processo comunicativo.

A comunicação tem lugar em um ambiente físico, social e mental partilhado. Isso pode ser melhor explicado pelo recurso à noção de instruções de uso de um texto, ou seja, aqueles princípios reguladores da comunicação – os modos como os emissores se apresentam, como representam seus receptores e como situam uns e outros em uma situação comunicativa concreta. (GOMES, 2011, p. 39)

Gomes (2011) destaca que um programa jornalístico sempre define os seus participantes, objetivos e modos de comunicar de forma explícita (“você, amigo da Rede Globo”, “para o amigo que está chegando em casa agora”, “esta é a principal notícia do dia”, “Agilidade, dinamismo e credibilidade é o que queremos trazer para você”, “você é meu parceiro, nós vamos juntos onde a notícia está”) (2011, p. 39) ou implícita, por intermédio das escolhas técnicas, cenário e postura do apresentador.

No pacto sobre o papel do jornalismo, terceiro operador, a relação entre o programa e o telespectador é regulada, através de diversos acordos tácitos, no sentido de negociar o que deve ser esperado.

Para compreensão do pacto é fundamental a análise de como o programa *atualiza* as premissas, valores, normas e convenções que constituem o jornalismo como instituição social *de certo tipo*, em outras palavras, como lida com as noções de objetividade, imparcialidade, factualidade, interesse público, responsabilidade social, liberdade de expressão e de opinião, atualidade, quarto poder, como lida com as ideias de verdade, pertinência e relevância da notícia, com quais valores-notícia de referência opera (GOMES, 2007, p. 26).

A forma como as emissoras utilizam os recursos técnicos, com as tecnologias de imagem e som e maneira de exibição a audiência do trabalho necessário para fazer a notícia são, na concepção de Gomes, “fortes componentes da credibilidade do programa e também da emissora e importantes dispositivos de atribuição de autenticidade” (GOMES, 2011, p.40).

A autora exemplifica a exibição das redações como fundo das bancadas de telejornais como uma das estratégias de construção de credibilidade e aproximação com o telespectador, que se torna participante da produção jornalística. Contudo Gomes (2011) define as transmissões ao vivo como o melhor exemplo do modo como os programas telejornalísticos buscam dos telespectadores o reconhecimento da autenticidade da cobertura.

Gomes (2011) cita outros dispositivos analíticos úteis na identificação do pacto sobre o papel do jornalismo como os formatos de apresentação das notícias (nota, reportagem, entrevista, indicador, editorial, comentário, resenha, crônica, caricatura; enquete, perfil, dossiê), cronologia e a relação com as fontes de informação, assim como os conceitos de lugar de fala (BRAGA, 1997) e de quadros narrativos construídos pelo programa (*frame*).

Por sua vez, o operador de análise da organização temática tem maior importância quando se trata de programas telejornalísticos temáticos como o telejornal temático como o esportivo. É preciso, no entanto, se dedicar a observar o modo de organizar as diversas editorias e como é construída a proximidade geográfica. Gomes (2011) enfatiza a necessidade de investigação da forma de abordagem da temática e como se articula com os outros operadores de análise. Ela ainda acrescenta:

Para os telejornais, entretanto, a análise da organização temática demanda maior atenção e por vezes só pode ser compreendida através da observação do modo específico de organizar e apresentar as diversas editorias e do modo específico de construir a proximidade geográfica com sua audiência. (GOMES, 2011, p. 40)

#### **2.4. O Infotainment na televisão: estratégias**

O entrelaçamento entre informação e entretenimento caracteriza a mídia na sociedade atual. Contudo, Gomes (2009) aponta essa realidade como algo que é mais criticado e debatido do que investigado, visto que, não é possível encontrar definições sistemáticas, entender claramente os motivos de sua existência, nem analisar potencialidades. Declara ela que “a expressão *infotainment* tornou-se uma muleta para críticos apressados” (2009, p.2).

O Acordo Geral sobre Comércio de Serviços<sup>5</sup> (*General Agreement on Trade in Services*), regulamenta as formas de prestação de serviços realizadas pelo comércio internacional no campo da Organização Mundial do Comércio e, em termos dos sistemas globais de comunicação, serviu de base legal para a consolidação do neoliberalismo (GOMES, 2009).

No Brasil, o marco regulatório foi a Emenda Constitucional nº. 8, promulgada em agosto de 1995 e transformada na Lei Geral das Telecomunicações – nº. 9.472/97, de julho de 1997, revogando assim o antigo Código Brasileiro de Telecomunicações<sup>6</sup>. Gomes (2009) enfatiza que a norma institucional não apenas autoriza que a iniciativa privada explore os serviços de telecomunicações, como cria um órgão regulador para o setor, a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações). A autora evidencia que a regulamentação do neoliberalismo

---

<sup>5</sup> O acordo, aprovado em 15 de fevereiro de 1997 e implica, no relato de Gomes (2009) o compromisso das nações integrantes da OMC em liberalizar seus serviços básicos de telecomunicações, abrindo o setor à participação do capital estrangeiro.

<sup>6</sup> O Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962) foi promulgado pelo Congresso Nacional do Brasil e consolidou a regulamentação da área de telecomunicações e radiodifusão no Brasil.



ocorrida nos anos 1990 realçou em todos os setores a abertura do mercado nacional ao capital estrangeiro, considerada uma via fundamental para o desenvolvimento do país<sup>7</sup>.

No âmbito da televisão, Gomes (2009) sinaliza quatro tendências relacionadas à consolidação do infotainment que trazem implicações na produção, distribuição e consumo. A desregulamentação; a ampliação da concorrência não somente dentro, mas também fora dos territórios nacionais, propiciado especialmente pelo desenvolvimento dos satélites; a convergência de tecnologias, gerando o embaralhamento de fronteiras entre os distintos *media* e distintas indústrias culturais; e a globalização são as tendências destacadas.

Itania Gomes (2009) aponta que esse contexto fez com que a TV, que tinha um perfil ligado à indústria nacional e comercializava internacionalmente um programa que era produzido no contexto local adaptado para outros mercados adaptando-o à língua local e censuras políticas e religiosas, possuísse agora emissoras que comercializam formatos, que possibilitam plena adaptação às culturas nacionais ou regionais. Ela traz como exemplo disso *Big Brother*, da *Endemol*, um formato já produzido em 36 países, entre eles o Brasil.

O *infotainment* seria, então, o resultado desse cenário global. Nos anos 80 e 90 do século XX, a consolidação de grandes conglomerados da mídia, que se ocupam ao mesmo tempo da produção de entretenimento e de informação, a cada vez mais alta exigência de audiência e de lucro na indústria da cultura e a transmissão televisiva da primeira guerra do Golfo, evidenciaram o estreitamento entre informação e entretenimento (GOMES, 2009, p. 6).

Nos dias atuais, a literatura qualifica uma série de produtos como *infotainment*, abrindo possibilidade de identificação como um novo gênero. Na televisão, particularmente, essa lista compreende entre outros programas os *reality shows*, *talk shows*, programas investigativos, os que teatralizam a vida cotidiana, programas que debatem os assuntos da realidade e inserem recursos do entretenimento, programas de entretenimento em si, os que, mesmo não sendo jornalísticos, adotam estratégias do jornalismo e programas jornalísticos que suprimem os conteúdos de política e economia para priorizar os de celebridade, saúde, beleza e crime. (GOMES, 2009).

Entretanto, mesmo entendendo que nesses programas ocorre o embaralhamento de informação e entretenimento, a pequena viabilidade do reconhecimento de regularidades e especificidades de suas formas, bem como do reconhecimento de um modo distinto de

---

<sup>7</sup>A transferência dos serviços prestados por empresas estatais ao controle privado e a abertura do mercado nacional ao capital estrangeiro foram a via política construída para a modernização do país sob o Governo Collor e em consonância com as diretrizes econômicas do Banco Mundial e do Fundo Monetário Internacional (Gomes, 2009, p. 4).

configurar sua relação comunicativa impedem que o *infotainment* seja considerado um novo gênero televisivo. Gomes (2009) enfatiza que a análise do conjunto de programas classificados como *infotainment*, considerando as estratégias semiótico-discursivas que emprega, os conteúdos que privilegia e as relações comunicativas propostas, abre poucas possibilidades de utilização do conceito de gênero.

Sob o ponto de vista das estratégias semiótico-discursivas, Gomes (2009) enumera a utilização de recursos sonoros e visuais, como cores, gráficos, vinhetas, selos, trilhas sonoras e visuais; o discurso pessoal e subjetivo; o diálogo entre apresentadores e entre apresentadores e repórteres; a instauração dos apresentadores, âncoras e repórteres como celebridades; e a referência a outras áreas de produção artística e cultural. Sob o ponto de vista do conteúdo, a autora aponta as esferas da produção cultural, a ênfase na vida privada, no comportamento, bem-estar e cuidado com o corpo. Já sobre o aspecto da relação comunicativa se limita a afirmar que o *infotainment* propõe atrair a atenção do telespectador (GOMES, 2009).

Dessa forma, ela conclui que “*infotainment*, nesse sentido, seria um não-gênero: ele serve para classificar rapidamente os produtos televisivos que não se enquadram muito claramente em nenhum dos gêneros televisivos que conhecemos”. (GOMES, 2009, p. 11). A autora ainda afirma que o *infotainment* é uma estratégia midiática, podendo produzir novos gêneros na cultura televisiva.

Enquanto estratégia, o *infotainment* apresenta uma dupla inflexão: serve, ao mesmo tempo, para dizer da presença preponderante de âmbitos específicos da vida como conteúdo da cultura contemporânea (conteúdos de entretenimento) e para dizer de formas específicas de produção e consumo que quaisquer conteúdos recebem quando participam do circuito comunicativo da cultura midiática. (GOMES, 2009, p. 11)

O infotainment convida à análise histórico-cultural da cultura midiática que deverá demonstrar, considerando das transformações na cultura contemporânea, as condições de possibilidade e a produtividade da distinção entre informação e entretenimento. Se constitui como uma estratégia midiática que, nas palavras de Gomes (2009, p. 12) “não é, em si, nem boa ou nem má”.

O *infotainment* parece ser o resultado de uma complexa articulação entre políticas macroeconômicas, marcos regulatórios, possibilidades tecnológicas, estratégias empresariais, expectativas históricas e culturais sobre os sistemas televisivos e seus produtos, ideologias, práticas e expectativas profissionais do campo midiático, pressupostos e conhecimentos sobre a audiência (GOMES, 2009, p. 12).

Grande parte dos autores se referem ao infotainment apenas como uma expressão genérica que designa qualquer união entre informação e entretenimento. Falcão (2017)

declara que são raros os teóricos que se aprofundam no estudo do fenômeno e buscam destacar suas características.

Resgata-se aqui esta gama restrita de estudiosos (FRÜH; WIRTH, 1997; DEJAVITE, 2006; GOMES, 2009b; BADENES, 2009, 2011; CARRILLO, 2013; FALCÃO, 2013; GARCÍA; JIMENEZ, 2013) a fim de identificar as estratégias essenciais do infotenimento. (FALCÃO, 2017, p. 62)

Falcão (2017) observou características do infotenimento apontadas por diversos teóricos. Os alemães Werner Früh e Werner Wirth (1997) são considerados os primeiros pesquisadores que listaram características do infotenimento. A abordagem deles envolvia a programação televisiva, focalizando em elementos técnicos e de construção narrativa. Falcão (2017) elenca as características do infotenimento que foram apontadas pelos autores alemães. Werner Früh e Werner Wirth (1997) evidenciam que a partir da influência do infotenimento, o repórter passou a ocupar mais espaço na tela. “Todos os seus movimentos são registrados pela câmera, que o deixa ainda mais próximo do público” (FALCÃO, 2017, p. 62).

Os autores destacam também o aumento das transmissões ao vivo, acentuado a ideia de veracidade, simultaneidade e atualidade das matérias. A utilização de recurso narrativo que aproxima o espectador do fato, com estilo de linguagem direta, enfatizando o lado humano do fato é outra característica indicada, que se alia ao uso de músicas e trilhas sonoras, objetivando dinamizar e adicionar dramatização à narrativa das reportagens.

Os teóricos alemães também percebem que o ritmo de montagem das cenas passa a ser mais rápido, com grande variedade de tipos de transições. Falcão (2017) ainda destaca que os autores visualizam mais uma característica do infotenimento televisivo: “Além disso, procura-se fazer as gravações ao estilo natural, sem uso do tripé (com a câmera no ombro), para passar a sensação de maior realismo ao que se está relatando” (FALCÃO, 2017, p. 62).

Com base nas características ressaltadas pelos teóricos alemães, Sara Ortells Badenes (2011) considera as novas possibilidades tecnológicas televisivas para, em análise das emissoras de TV na Espanha, enumerou seis traços dos programas de infotenimento.

1. Eles têm dado um novo papel à audiência. O cidadão passa a ser o protagonista na peça informativa, seja pela presença de personagens comuns nas reportagens, em detrimento de tantas fontes oficiais; ou ainda pelo fato de o espectador ter mais abertura para opinar sobre as produções jornalísticas, como em espaços para comentários na internet.
2. O jornalista se torna também um protagonista em sua própria matéria. Ele aparece nas matérias entrevistando pessoas e vivenciando os fatos pessoalmente.
3. As entradas ao vivo são recorrentes nesses programas. Elas duram mais que três minutos e geram uma grande aproximação com o público.

4. No que consta às técnicas de gravação, destacam-se aquelas que prezam pelo movimento contínuo e a filmagem feita com a câmera no ombro. Busca-se a naturalidade nas cenas, para que o telespectador sinta-se parte da cena.
5. Todo tipo de efeito visual e sonoro passa a ser permitido nas edições dos vídeos.
6. Sobre as temáticas a serem escolhidas, destacam-se aquelas mais leves, como eventos, temas sociais e festas populares, deixando um pouco de lado as *hard News* (BADENES, 2011 apud FALCÃO, 2017, p. 63)

Influenciadas pela pesquisa de Badenes (2011), as autoras Marta Redondo García e Virginia Martín Jiménez (2013) agruparam as características do infotenimento em quatro categorias, que são *características técnicas; escolha e tratamento de fontes informativas; estilo narrativo; e preferências temáticas*. (2013 apud FALCÃO, 2017, p. 63).

A categoria *características técnicas* as autoras citam a técnica da câmera no ombro, transmissões ao vivo, utilização de música, (para trazer ritmo, emoção, drama, humor e maior efeito visual) e montagem com estilo de videoclipes (transmitindo maior tensão). A *escolha e tratamento das fontes informativas* concede ao cidadão o protagonista da informação, oferecendo a sua visão dos problemas que passa. O repórter também ganha um papel de destaque, relatando os fatos de acordo com o seu humor e emoções. (FALCÃO, 2017, p. 64).

O *estilo narrativo* envolve a descontextualização, priorizando a história ao invés do contexto profundo da realidade; personificação, dramatização, exagero da realidade, sentimentalismo, humor e respeito ao estilo de redação/qualificação do fato. Já a quarta categoria indicadora de traços do infotenimento proposta por García e Jiménez (2013) é *preferência temática* identificada, no destaque nas notícias leves, sobre celebridades, acontecimentos paranormais, notícias de interesse humano, curiosidades, etc. (GARCÍA; JIMÉNEZ, 2013 apud FALCÃO, 2017, p. 65).

Alguns autores que se dispuseram a especificar características do infotenimento no Brasil são destacados por Falcão (2017) São eles: Leonel Azevedo de Aguiar e Adriana Barsotti (2016), Itânia Maria Mota Gomes (2008, 2009a, 2009b) e Fábria Angélica Dejavite (2006). No livro *INFOtenimento: Informação + Entretenimento no Jornalismo*, surge a expressão —jornalismo de infotenimento. Nessa abordagem Dejavite (2006) define cinco pilares das produções de todos os gêneros jornalísticos que aliam informação e entretenimento.

- a) Textos leves e atraentes, que introduzem o indivíduo diretamente no assunto por meio de uma linguagem coloquial e fluente. O leitor vivencia a história (interage com a notícia) e, principalmente, identifica-se e diverte-se com ela.
- b) Uso de adjetivos e de advérbios.
- c) Utilização de uma diagramação dinâmica com o aproveitamento do espaço.

- d) Estímulo à capacidade de distração, às aspirações, às curiosidades, ao ajuste de contas, à possibilidade de extravasar as frustrações e nutrir a imaginação. Além, claro, da ocupação do tempo livre.
- e) Foco à personalização, dramatização de conflitos e revelação de segredos (DEJAVITE, 2006 apud FALCÃO, 2017, p. 68-69).

Baseado nas concepções de Dejavite (2006), Falcão (2013) apresentou em *O Infotainment no Webjornalismo: Um Estudo de Três Portais de Notícia Pernambucanos* um novo conjunto ampliado de estratégias do infotainment. São elas:

- a) Temática relativa a uma prática social atrelada ao prazer e à descontração.
- b) Enfoque no aspecto lúdico do fato.
- c) Acontecimentos inesperados, extremamente curiosos, bizarros.
- d) Linguagem bem leve e clara, às vezes coloquial.
- e) Narrativa sedutora, que tenta gerar identificação do indivíduo com a notícia para que ele vivencie a história e tenha prazer em lê-la.
- f) Uso de estruturas de composição semelhantes aos de outras linguagens, como as produções literárias, cinematográficas, musicais, de história em quadrinhos, etc.
- g) Emprego considerável de adjetivos, advérbios ou qualquer outra forma subjetiva de qualificar/desqualificar o fato.
- h) Satisfação das aspirações coletivas e individuais. Projeção em ajuste de contas e histórias de superação.
- i) Utilização de verbos no imperativo, de forma a dar conselhos ao público. Às vezes, beirando o estilo autoajuda.
- j) Fala direta ao leitor. Exemplo: —caro leitor.
- k) Apresentação dinâmica da notícia. Diagramação lúdica da página, uso predominante de recursos visuais, sonoros, audiovisuais ou que, de alguma forma, estimulem a cognição e a sensibilidade motora do indivíduo.
- l) Inovação em alto grau, quando a novidade não está apenas na notícia em si, mas na forma como ela é apresentada (em forma de *games*, por exemplo) (FALCÃO, 2013 apud FALCÃO, 2017, p. 69).

### **3. TRATANDO DE TELEJORNALISMO ESPORTIVO ABERTO**

Este capítulo aborda o telejornalismo esportivo da Rede Globo e da Rede Bandeirantes, trazendo inicialmente um percurso histórico que destaca os programas que marcaram a cobertura das duas emissoras, com exceção dos telejornais esportivos que serão analisados nessa abordagem no item “O Esporte na Globo: destacando o Esporte Espetacular”. Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa apresenta o início da cobertura esportiva da emissora e o site Memória Globo é utilizado para destacar o programa Esporte Espetacular. A mesma autora evidencia três telejornais esportivos da Rede Bandeirantes em “O esporte na Band: Show do Esporte, Faixa Nobre do Esporte e Esporte Total”.

Em seguida, “Aspectos contemporâneos nos programas esportivos” sublinha três questões correntes dos programas esportivos com Carlos Henrique de Souza Padeiro, Mariana Corsetti Oselame e Marcelo Cardoso. Já o tópico “As redes sociais como estímulo para a audiência”, evidencia a presença das redes sociais e a sua influência no trabalho telejornalístico esportivo na perspectiva de Lucas Alexandre Cascão, Carlos Henrique de Souza Padeiro e Roberta Oliveira.

O capítulo se encerra com “Cartola FC: entre o real e o virtual”, que focaliza o jogo virtual voltado para o Campeonato Brasileiro de futebol masculino que vincula o espectador internauta ao programa televisivo.

#### **3.1. O Esporte na Globo: destacando o Esporte Espetacular**

Até o início dos anos 1970 não havia uma boa estrutura para a cobertura esportiva que era feita com equipes reduzidas, considerando os padrões atuais. Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa (2005) aponta dois motivos para isso. O primeiro é que a tecnologia disponível não permitia que a televisão no Brasil oferecesse grandes recursos e o segundo é a falta de cultura e organização efetiva do esporte no país que possibilitasse o estabelecimento de uma maior parceria entre estes e o veículo. Sobre a cobertura das Olimpíadas de 1972, em Munique na Alemanha, a autora afirma:

Nas Olimpíadas de 1972, por exemplo, a Rede Globo contava com uma equipe de apenas seis profissionais. Até aquela época se fazia televisão com equipamentos de cinema. A chegada do video-tape emprestou mais agilidade e mais possibilidades à cobertura esportiva no meioaudiovisual. (SOUSA, 2005, p. 96)

Contudo, a TV Globo ganha destaque na cobertura esportiva, trazendo conteúdos que incorporavam propostas oriundas dos modelos estadunidenses, como foi o caso do Esporte Espetacular, programa semanal que estreou em 1973 e foi inspirado no *ABC Sports* que possui uma proposta editorial que agrega jornalismo e entretenimento (SOUSA, 1972).

O Esporte Espetacular, mais antigo programa esportivo da Rede Globo foi apresentado por Léo Batista e contava com nomes que se consagraram na cobertura esportiva como Luciano do Valle, Juarez Soares e Rui Viotti. O objetivo da revista eletrônica era fomentar a abordagem de outras modalidades, além do futebol com um formato mais voltado para a leveza e dinamismo, trazendo aspectos que não eram frequentemente destacados nos noticiários da época como história dos atletas, bastidores e melhores momentos de competições. Ao site Memória Globo, o diretor de Conteúdo de Esporte da emissora, Renato Ribeiro Soares declara:

O Esporte Espetacular é o local das grandes histórias. Ali a gente aposta em grandes reportagens de peso jornalístico, de aventura, emoção. É uma revista semanal que a pessoa vai ver, se emocionar e se divertir com o esporte.(SOARES, 2011)

Entretanto, mesmo ressaltando aspectos mais suaves relacionados ao que era exibido nos noticiários esportivos, nos primeiros anos, os apresentadores do programa apareciam vestidos de terno e gravata e em uma bancada.

**Figura 1: Léo Batista apresentando o Esporte Espetacular em 1976.**



Fonte: Canal do Youtube Edu Cesar, 2013.

No início, como relata o site Memória Globo, o *Esporte Espetacular* exibia parcialmente ou na íntegra, eventos esportivos comprados do programa *Wide World of Sports*, da rede estadunidense *ABC*. Entretanto eram mostrados modalidades esportivas pouco populares no Brasil, como patinação no gelo, esqui e pólo, além de torneios que não tinham a

participação de atletas brasileiros, como um campeonato de cama elástica e o rodeio Buffalo Bill.

Mesmo assim, a revista eletrônica esportiva influenciou a prática de modalidades como o rodeio. O Memória Globo destaca uma reportagem exibida 20 anos depois da estreia do programa, onde os peões brasileiros, que na década de 1970 estavam buscando a profissionalização, assistiam ao programa e acabavam adaptavam o estilo de montaria dos estadunidenses.

Em 1976, sob decisão do vice-presidente de operações da emissora, José Boniácio de Oliveira Sobrinho, o programa começou a produzir conteúdo próprio, mais compatível com a realidade do telespectador brasileiro como as competições de vôlei, basquete, remo, ciclismo e atletismo. Um ano depois o programa tomou um formato de revista eletrônica.

As reportagens ficaram mais leves e criativas, com brincadeiras e clipes de imagens acompanhando textos em off. Ainda neste ano, uma edição especial do programa foi inteiramente dedicada ao Pelé, que na época fora homenageado pela ONU e pela Unicef com o título de cidadão do mundo. O programa apresentou uma retrospectiva da carreira do jogador, desde o início de sua atuação no Santos até as últimas partidas pelo Cosmos, time de Nova York. (Memória Globo, 2012)

Depois de quatro anos fora do ar, o programa retornou a grade em 1987, quando o apresentador Fernando Vanucci se destacou com o seu bordão: “Alô, você!”, que acabou se tornando uma marca. Nessa época, o programa dava espaço também a modalidades pouco populares no Brasil como pólo, *rally* e esqui. Outro destaque do Esporte Espetacular nessa década foi Isabela Scalabrini, a primeira mulher a apresentar um programa esportivo na emissora. (Memória Globo).

O site Memória Globo destaca que em março de 2011 foi inaugurado um novo cenário que serviria para todos os programas esportivos da emissora:

O projeto do novo cenário foi desenhado para enfatizar a interatividade e a mobilidade. Seu design tem tons cromados, que ressaltam a tecnologia e remetem à ideia de modernidade. As linhas são neutras e lembram silhuetas de estádios e instalações esportivas. O cenário se adapta a qualquer tipo de transmissão e, apesar de ter a mesma identidade visual, cada programa tem a sua característica. O Esporte Espetacular possui uma mesa holográfica, onde imagens 3D “saltam” da mesa e interagem com os apresentadores. (Memória Globo, 2012)

A Rede Globo acabou direcionando ao longo do tempo as normas de cobertura que foram seguidas pelas outras emissoras. A abrangência nacional da emissora colaborou para isso. Nas palavras da autora, “este caráter de rede, que ajudou a disseminar uma cultura midiática padronizada para todo o país, também ajudou a popularizar ídolos e times de futebol



do Sudeste nas outras regiões” (SOUSA, 2005, p. 96).

A criação do Globo Esporte em 1978 consolidou a hegemonia dos times de futebol masculino do Rio de Janeiro até meados da década de 1980, quando os clubes paulistas e mineiros passaram a dividir o espaço na tela. Nesse contexto, as equipes de outros estados só eram destaque quando geravam fatos curiosos que rompiam com a normalidade.

### **3.2. O esporte na Band: Show do Esporte, Faixa Nobre do Esporte e Esporte Total**

Se a Rede Globo, com sede no Rio de Janeiro teve papel fundamental na popularização dos times cariocas de futebol masculino, a Rede Bandeirantes, sediada em São Paulo contribuiu para maior visibilidade nacional dos clubes paulistas (SOUSA, 2005).

A Rede Bandeirantes se dedicou, principalmente nas décadas de 1980 e 1990 o a cobertura esportiva, inclusive se autodenominando “*o canal do esporte*”. Sousa (2005) aponta que essa identidade editorial era exercida através da priorização das transmissões de competições ao vivo, nos mais diversos horários do dia. “[...] a emissora não hesitava em modificar frequentemente a programação considerada normal para transmitir um evento sobre o qual detinha os direitos de transmissão” (2005, p. 98).

Entre os programas que se destacaram estão o *Show do Esporte*, uma programa dominical idealizado por Luciano do Vale em 1983 com cerca de dez horas dedicadas integralmente ao esporte; o *Esporte Total*, noticiário que foi ao ar entre os anos de 1983 a 2007 e retornou a grade do canal em 2021 e o *Jogo Aberto*, programa está no ar desde 2007.

O programa semanal *Show do Esporte* teve quatro fases de exibição. Na primeira fase, que compreendeu os anos de 1983 a 2004, chegou a ir ao ar desde a sua estreia em 04 de dezembro de 1983 das 10 horas da manhã às 8h da noite. O programa transmitia diversos eventos esportivos que eram alternados nesse período por reportagens e quadros. Dentre os nomes que se destacaram estão os apresentadores Elia Júnior e Simone Melo. Um dos quadros que marcaram época foi o *Gol, o grande momento do futebol* que era apresentado por Alexandre Santos e, posteriormente, por Milton Neves. O quadro, que é exibido até hoje no BandSports, canal esportivo de TV fechada que pertence ao grupo Bandeirantes, mostra gols de jogos que marcaram a história do futebol brasileiro e mundial.

Em 02 de maio de 1999 o *Show do Esporte* foi reformulado pela Traffic, empresa de licenciamento e mídia esportiva do jornalista J. Hawilla que passou a fazer parceria com a Rede Bandeirantes. O programa ganhou novos quadros e foi apresentado com auditório. Essa

mudança também foi marcada pela chegada de Fernando Vanucci, que tinha feito sucesso na Rede Globo.

A segunda fase do *Show do Esporte* compreendeu o período de fevereiro a novembro de 2010 quando foi exibido apenas no BandSports. Já a terceira fase foi de abril a dezembro de 2018. A atração, que era apresentada por Milton Neves, tinha como formato uma mistura de esporte e variedades, com debates, notícias, atrações musicais, esquetes de humor e games.

Em 20 de setembro de 2020, inicia-se a quarta fase do *Show do Esporte*. A emissora anunciou a contratação de Glenda Kozlowski, ex-Rede Globo e SBT que passou a apresentar o programa no horário das 10h às 18h junto com Elia Júnior. A mais nova versão do *Show do Esporte* tem os mesmos moldes da primeira versão, com a faixa dividida entre segmentos e competições ao vivo. De acordo com o portal Uol, a ideia da emissora é resgatar a sua tradição esportiva.

**Figura 2: Glenda Kozlowski e Elia Júnior apresentando o Show do Esporte**



Fonte: Portal da Band, 2020

Outro programa que pode ser evidenciado é a *Faixa Nobre do Esporte*, um programa esportivo que estreou em 23 de setembro de 1991, exibido na grade noturna da Rede Bandeirantes. O programa mostrava grandes transmissões esportivas como o Campeonato Brasileiro de Futebol e a Copa do Brasil de futebol masculino, Superliga de Vôlei masculino e feminino, desafios de Sinuca, jogos de Basquete, entre outros. O programa era exibido de segunda a sábado. Quando não havia jogos marcados para esse horário, a Band exibia compactos e reportagens de partidas exibidas anteriormente.

Até a década de 1980 não havia um monopólio dos direitos de transmissão. Sousa (2005) observa que, a dificuldade em comprar direitos de transmissão dos grandes eventos esportivos que a Rede Globo acabou adquirindo com exclusividade levou à mudança da

identidade editorial da Rede Bandeirantes. “Como o principal evento da Band era o campeonato brasileiro de futebol, a perda desse produto significou perda de audiência e de receita”. (SOUSA, 2005, p. 99)

Sousa (2005) acrescenta que outro fator que ocasionou a reorientação editorial da Band foi o advento dos canais de esporte por assinatura como a ESPN e o *Sportv* que se tornaram fortes concorrentes na aquisição de direitos de transmissão dos principais eventos esportivos e com a concorrência dos canais por assinatura. A Rede Bandeirantes reduziu drasticamente o espaço dedicado ao esporte em sua programação.

O programa *Esporte Total* simboliza esse percurso de mudança editorial da Rede Bandeirantes. Sousa (2005) destaca que o noticiário esportivo, no ar desde 1983, é o mais antigo da emissora, exibido de segunda à sexta-feira com dois momentos, sendo o primeiro de 30 minutos em rede nacional e o segundo, com a mesma duração, feito pelas afiliadas regionais.

O primeiro apresentador foi Luciano do Valle, mas outros profissionais como Cléo Brandão, Elia Junior e Silvia Vinhas se destacaram. O programa, que ia ao ar no mesmo horário do Globo Esporte, teve o seu auge de audiência na apresentação de Jorge Kajuru. Nessa época, o *Esporte Total*, além de trazer as notícias esportivas do dia, dedicava bastante espaço para o debate. Gabriel Vaquer do portal Uol, relembra.

O período em que foi apresentado por Jorge Kajuru, entre 2003 e 2004, foi marcado pelo auge da audiência: o programa chegava a ocupar o segundo lugar na grande São Paulo, com picos de 8 pontos. O sucesso foi tanto que uma segunda edição, no horário nobre, foi criada (VAQUER, 2021).

Em 2007, programa se encerrou e foi substituído pelo Jogo Aberto que está no ar até hoje. Contudo, no início de 2021, o *Esporte Total* retornou a grade da emissora, sendo exibido de segunda à sexta por volta de 01 da manhã na apresentação de Fernando Fernandes.

### **3.3. Aspectos contemporâneos nos programas esportivos.**

O sucesso de público dos eventos esportivos, principalmente o futebol, impulsionou que as emissoras de televisão investissem na editoria de esportes. Carlos Henrique de Souza Padeiro (2015) destaca a especialização de profissionais e a aquisição de equipamentos como os “primeiros passos para a associação entre as grandes empresas de comunicação, o esporte profissional e de alto rendimento e os patrocinadores, dentro da indústria do entretenimento” (PADEIRO, 2015, p. 54). Ao longo do tempo o telejornalismo esportivo busca manter essa

associação e é possível observar aspectos que caracterizam esses programas.

A ênfase no debate é o primeiro aspecto destacado. O formato mesa-redonda, que existe desde 1963 com a Grande Revista Esportiva, criada na TV Rio, por Walter Clark e Luiz Mendes, fomenta debates em estúdio entre jornalistas e convidados. Esses programas mesclam jornalismo e entretenimento. “Há jornalistas críticos, que apuram informações, realizam denúncias sobre política do esporte e fazem análises táticas e técnicas das equipes; ex-jogadores; entrevistados; jornalistas que criam personagens ora polêmicos, ora engraçados, ora torcedores, ou com todas essas características ao mesmo tempo” (PADEIRO, 2015, p. 55). Patrícia Rangel Moreira Bezerra (2008) registra que esse formato abre espaço para polêmicas e confrontos exacerbados.

Com tanta gente para falar, é muito difícil evitar o atropelo e talvez este seja mesmo o intuito, uma bagunça generalizada e discussões fervorosas porque o campo midiático é sobretudo, polêmico. Dessa forma, o espaço esportivo pode ser entendido também como um lugar de batalha, de disputas, na medida em que cada fonte vai defender o seu campo de conhecimento, o seu ponto de vista para ter maior visibilidade na atração. Nesta polêmica, alguns têm mais notoriedade para legitimar o esporte, gerando novas tensões em relação aos demais e em se tratando de futebol, paixão nacional, qualquer divergência já gera uma grande polêmica (BEZERRA, 2008, p. 107).

O segundo aspecto é a presença de ex-atletas. Os programas esportivos, segundo Padeiro (2015) também utilizam a presença de ex-jogadores que dispõem de habilidades verbais e celebridades que desfrutam de reconhecimento junto ao público. O autor salienta que os ex-atletas, que inicialmente seriam comentaristas, ampliaram suas funções, aparecendo como entrevistadores.

Os ex-atletas ampliaram suas funções e aparecem não somente como comentaristas, mas também como entrevistadores. “As emissoras lançam mão dessa estratégia, pois a penetração dos ex-esportistas no meio é maior, além do conhecimento em relação à modalidade que praticou profissionalmente” (PADEIRO, 2015, p. 57).

Marcelo Cardoso (2017) salienta que os atletas estão aptos a dividir a sua experiência com o público, ajudando o jornalista em pontos que não estiverem claros durante a transmissão de uma competição ou na produção de uma reportagem.

É comum se recorrer a especialistas de diversas áreas, como fisiologistas, profissionais de educação física, nutricionistas, entre outros, para que o jornalista consiga romper com as fontes oficiais. E se um atleta for, também, um especialista formado em determinada área, poderá opinar com mais precisão sobre táticas, treinos, alimentação adequada para certo esporte, sobre as horas de descanso necessárias para a recuperação muscular, entre outros (CARDOSO, 2017, p. 75).

O terceiro aspecto é a exacerbação do humor. Em *Padrão Globo de Jornalismo Esportivo*, Mariana Corsetti Oselame (2010) afirma que o humor é levado às últimas

consequências e se encontra na edição das imagens, textos, trilha de ilustração de narração dos gols e matérias.

Tudo vira piada, tudo é motivo de riso. Até mesmo a entonação dos repórteres parece ter sido alvo de orientações no sentido de que, em qualquer circunstância, eles devem parecer alegres em frente ao vídeo – especialmente as mulheres. Admite-se e até aconselha-se, no modelo criado pelo Padrão Globo de Jornalismo Esportivo, a infantilização do profissional e do material que ele produz para os programas (OSELAME, 2010, p. 67).

A autora destaca que a exagerada ênfase ao humor leva o jornalismo esportivo a cruzar a fronteira não apenas da informação e do entretenimento, mas também afeta a credibilidade.

Quando tudo vira piada, já não há mais espaço para a informação. Nesta lógica, matérias consistentes e “sérias” ficam de fora do programa que vai ao ar. Há coisas mais engraçadas para serem veiculadas, há conteúdos mais leves para ser transmitidos ao espectador – que cada vez mais se dá conta que a sua capacidade intelectual vem sendo subestimada e, ao contrário do que algumas teorias da comunicação fizeram crer quanto à passividade de quem recebe os conteúdos, esse espectador reage renegando este novo padrão (OSELAME, 2010, p. 67).

#### **3.4. As redes sociais como estímulo para a audiência.**

As redes sociais foram impulsionadas no Brasil a partir de 2004. Izabela Pereira Fonseca (2014) aponta que nesse período ocorre a chegada da Web 2.0, que, de acordo com a empresa americana *O'Reilly Media*, fazendo referência à segunda geração de serviço fornecido na internet que fomenta a participação do internauta no conteúdo dos sites. As redes sociais possibilitam aos usuários serem ouvidos e a opinar sobre diversos assuntos sem que sejam censurados.

Contudo, Lucas Alexandre Cascão (2005) enfatiza que, inicialmente, as redes sociais foram colocadas em papel secundário, fundamentalmente devido ao forte tradicionalismo existente nos meios de comunicação. Segundo ele “as novas mídias assim não possuíam papel modificador nos processos de produção, apuração e distribuição dos veículos midiáticos. Quando muito, serviam como um gigantesco arquivo de dados, nos quais os jornalistas buscavam e cruzavam informações” (CASCÃO, 2005, p. 36).

Nos dias atuais as redes sociais contribuem com o jornalismo, facilitando o acesso às informações. Cascão (2005) destaca que “as redes sociais garantem uma rede descentralizada, na qual os atores sociais estão mais próximos e ganham mais visibilidade. Com isso, novas características modificam o ambiente e criam novos desafios para o jornalista (CASCÃO, 2005, p. 37).

O autor ainda aponta que, com as redes sociais, o jornalista é deslocado de sua função de mediador, as fontes deixam de ser trunfos dos repórteres e os atores sociais são capazes de fazer ouvir sem a necessidade de recorrerem às mídias tradicionais (CASCÃO, 2005). Padeiro acrescenta que as redes sociais não somente “servem como ferramenta de divulgação para atrair novos internautas, mas também para pautar os jornalistas, que transformam em notícia assuntos veiculados no *Twitter*, *Facebook*, etc” (PADEIRO, 2015, p. 58).

O engajamento das redes sociais influencia, inclusive, na medição de audiência. É o que destaca Padeiro, que pondera sobre o risco para o trabalho jornalístico.

A medição de audiência tem como parâmetro, entre outros critérios, a quantidade de acessos dos internautas aos links. Portanto, os grandes portais operam como uma espécie de fábrica em busca de cliques. Sendo a internet um campo infinito, tudo pode virar notícia. Na velocidade e no dinamismo dessa plataforma, emerge o risco de os critérios de noticiabilidade serem deixados de lado. Desperdiça-se o trabalho de jornalistas para produções de interesse do público (futilidades da vida particular das celebridades esportivas, fatos inusitados, imagens sensacionalistas) em detrimento de um jornalismo de interesse público, que demandaria pesquisa, conhecimento, apuração, contato com fontes e uma visão ampla acerca do esporte (PADEIRO, 2015, p. 59).

Roberta Oliveira (2013) em *Jornalismo esportivo/ entretenimento: a construção identitária das edições carioca e paulista do Globo Esporte*, salienta que a emissora carioca se utilizou da Internet e das redes sociais, principalmente o micro blog *Twitter*, aproximando os atletas (ídolos) do público (fãs), e utilizando vídeos de grande repercussão do site *Youtube* sobre fatos divertidos e incomuns que aconteceram no ambiente esportivo para alcançar melhores índices de audiência.

Além do foco nas redes sociais como *Twitter*, *Instagram*, *Youtube*, *Tik Tok* e *Facebook*, os jogos virtuais também recebem a atenção nos programas telejornalísticos esportivos. No caso específico da Rede Globo, o próprio grupo de comunicação detém um jogo virtual na modalidade *Fantasy Game*, O Cartola FC, que, entre outras funções, serve como elo entre o telespectador internauta e o programa.

A iniciativa de criação do jogo virtual Cartola FC teve como finalidade capturar a atenção do espectador para o Campeonato Brasileiro. O Grupo Globo Comunicação e Participações S.A, que é um dos detentores dos direitos de transmissão da competição para TV aberta (Rede Globo e afiliadas) e TV fechada (Sportv e PFC), encontra no *game* um mecanismo estratégico importante para estimular o interesse pelo torneio e, conseqüentemente elevar os índices de audiência dos jogos que não são mais acompanhados pelos torcedores nos estádios como eram há 20 anos atrás.

### 3.5. Cartola FC: entre o real e o virtual

O Esporte *Fantasy* ou *Fantasy Sports* é um tipo de jogo online de escalação de equipes virtuais com atletas imaginários ou reais de uma modalidade esportiva profissional. Essa atividade se inicia nos Estados Unidos por volta da década de 1960 quando foram desenvolvidas regras básicas e criada a “*Greater Oakland Professional Pigskin Prognosticators League or the GOPPPL*” (Maior Liga de Prognosticadores Profissionais da Bola de Couro de *Oakland*, em tradução livre). Essa liga virtual foi elaborada pelos membros da organização do *Oakland Raiders*, franquia profissional de futebol americano sediada na cidade californiana de *Oakland* que participa da *National Football League*<sup>8</sup>(NFL), uma das competições mais lucrativas do mundo. Contudo a nova liga contava com a participação de um público restrito.

Foi na década da de 1980 que o gênero *Fantasy Sports* se popularizou com a criação do jogo de beisebol “*A Rotisserie*<sup>9</sup>”. O advento da internet na década de 1990 transferiu a categoria de *games* do ambiente real para o virtual, passando a ser utilizado na NFL e na NBA (liga profissional de basquete que envolve times dos Estados Unidos e Canadá). Nos anos 2000 o gênero de jogo alcançou o Brasil através do Cartola FC, criado pelo *Grupo Globo Comunicação e Participações S.A* em parceria com o *Clube dos Treze*<sup>10</sup>. O jogo virtual do Campeonato Brasileiro de futebol masculino foi desenvolvido em 2005 por Newton Fleury<sup>11</sup>.

A iniciativa de criação do jogo virtual Cartola FC teve como finalidade capturar a atenção do espectador para o Campeonato Brasileiro. O Grupo Globo Comunicação e Participações S.A, que é um dos detentores dos direitos de transmissão da competição para TV aberta (Rede Globo e afiliadas) e TV fechada (Sportv e PFC), encontra no *game* um mecanismo estratégico importante para estimular o interesse pelo torneio e, conseqüentemente

---

<sup>8</sup> É a liga profissional de futebol americano dos Estados Unidos. Disputada por 32 times, divididos entre duas conferências: a *National Football Conference* (NFC) e a *American Football Conference* (AFC). É a principal vitrine do futebol americano no mundo.

<sup>9</sup>*Rotisserie League Baseball* é um jogo composto de um sistema de pontuação desenvolvido por jornalistas especializados em beisebol. Os participantes escolhem seus jogadores a partir de uma lista de atletas reais disponíveis, acompanhando o desempenho através das estatísticas. O nome do jogo foi inspirado no restaurante onde as regras foram decididas “*La Rotisserie Française*” em Nova Iorque.

<sup>10</sup>Oficialmente União dos Grandes Clubes do Futebol Brasileiro, foi uma organização brasileira formada em 11 de julho de 1987 para defender os interesses políticos e comerciais dos 13 clubes mais bem posicionados no ranking da CBF na época. Chegou a ter 20 clubes associados, mas sucumbiu em 2011. Hoje ainda possui CNPJ ativo devido a uma dívida milionária com a empresa Franco Associados.

<sup>11</sup> Editor-chefe e gerente de produtos do site *GloboEsporte.com*

e elevar os índices de audiência dos jogos que não são mais acompanhados pelos torcedores nos estádios como eram há 20 anos atrás.

Até o início da década de 1990, era possível observar públicos gigantescos nos estádios, porém, a partir dos anos 2000, o futebol brasileiro entrou em um processo de modernização elitista e excludente. Com a chegada nos clubes de grandes investidores, foi preciso encarecer o preço dos ingressos para sustentar os gastos excessivos e a televisão se tornou a melhor opção para acompanhamento das partidas de futebol também para uma parcela de torcedores que antes frequentava os estádios.

Contudo esse cenário favorável à televisão aberta está em processo de modificação nos últimos anos, visto que, as transmissões esportivas estão em ligeira queda de audiência. Cesarini (2019) aponta que, no início de 2019, a Rede Globo viu diminuir o índice de telespectadores que assistem os jogos às quartas-feiras. Em 2018, os cinco primeiros jogos transmitidos geraram em média 24 pontos para o canal, enquanto em 2019, as partidas fizeram a emissora marcar um ponto a menos. Segundo dados da *Kantar Ibope Media* em 2019, cada ponto equivale a audiência de 254.892 domicílios ou 693.788 pessoas.

Esse desinteresse pode ser explicado em parte pela diversidade de oferta para o espectador, que conta atualmente com mais opções na TV por assinatura, *Youtube* e agora via *streaming*. Há mais diversidade nas formas de assistir futebol, quando se observa que a internet trouxe novos moldes de acompanhamento dos jogos, possibilitando a repercussão instantânea e, em algumas situações, dispensando a necessidade de se ver uma partida pela televisão, já que a descrição do que acontece nas partidas frequentemente é feita através dos portais e das redes sociais.

No *fantasy game* (jogo de fantasia, em tradução livre) Cartola FC, o participante administra um time virtual com base no desempenho real dos atletas. O usuário tem à disposição o banco de dados da Série A<sup>12</sup> do Campeonato Brasileiro de futebol masculino composto por jogadores titulares e reservas, além dos treinadores dos 20 times que disputam o torneio. A cada rodada o participante escolhe 11 jogadores e um técnico, montando assim o seu próprio time virtual. Para isso, cada usuário ganha no início do jogo 100 *cartoletas* (C\$) que é a moeda virtual do jogo.

---

<sup>12</sup> O Campeonato Brasileiro de futebol masculino é disputado em 4 séries (A, B, C e D), sendo que a série A corresponde à 1ª divisão, que conta com os 20 principais times do país.



**Figura 3: Plataforma do Cartola FC**

TIME	JOGADOR	STATUS	ULTIMA	MEIA	JOGOS	PREÇO	VARIÁCIÃO	AÇÃO
VAS	SERGINHO	✓	0,00	0,00	1	CS 6,33	+1,67	COMPRAR
ATL	WEVERTON	✓	11,50	11,50	1	CS 21,75	+5,75	COMPRAR
VAS	GILBERTO	✓	2,30	2,30	1	CS 5,77	+0,77	COMPRAR
VAS	RAFAEL SILVA	✓	1,60	1,60	1	CS 5,22	+0,22	COMPRAR
VAS	CHRISTIANO	✓	3,60	3,60	1	CS 6,01	+2,01	COMPRAR
ATL	DEIVID	✓	5,30	5,30	1	CS 12,10	+2,10	COMPRAR
ATL	DOUGLAS COUTINHO	✓	0,40	0,40	1	CS 7,43	+1,57	COMPRAR
ATL	DÁTOLO	✓	0,00	0,00	-	CS 18,00	0,00	COMPRAR
ATL	CARLOS	✓	1,60	1,60	1	CS 9,96	+1,64	COMPRAR
ATL	LEONARDO	...	...	...	...	...	...	COMPRAR

PREÇO DO TIME CS 0.00 | VOCE AINDA TEM CS 100.00

Fonte: *Printscreen* do site Cartola FC

O desempenho dos atletas nas partidas reais é revestido em pontos que valorizam ou desvalorizam o seu preço no jogo virtual. São considerados vários fundamentos como gols marcados, gols sofridos, assistências, finalizações, faltas sofridas e cometidas, cartões amarelos e vermelhos, impedimentos etc. Os usuários também podem criar ligas virtuais que são competições entre outros usuários do jogo. Essas disputas entre participantes podem ocorrer no formato *mata-mata*<sup>13</sup> ou por pontos corridos<sup>14</sup>.

O Cartola FC está hospedado no portal *Globo.com* e possui duas versões, sendo uma gratuita e outra paga, o Cartola FC Pro. O jogo online pode ser utilizado nos navegadores de internet e nos aplicativos para dispositivos móveis. O grupo Globo elabora um conteúdo específico para o *fantasy game* na internet com postagens de dicas sobre as melhores opções para escalação e notícias das atividades dos times durante o período que antecede os jogos. O canal esportivo de TV fechada *Sportv* analisa a rodada na perspectiva do jogo virtual no programa *Tá na área*, exibido diariamente.

Contudo, ao acessar a página através de um computador ou o aplicativo nos aparelhos móveis, o usuário do Cartola FC não se restringe a vivenciar os jogos do Campeonato Brasileiro assistindo aos 90 minutos em que a partida acontece pelos meios de comunicação. O jogo virtual fornece a sensação de apropriação, fazendo com que o torcedor, que era apenas

<sup>13</sup> Competições em mata-mata são disputas que acontecem em apenas uma rodada, onde o vencedor prossegue na liga até ser conhecido o campeão. Essa é fórmula utilizada nos torneios oficiais de Tênis.

<sup>14</sup> As ligas disputadas no sistema de pontos corridos consideram o desempenho dos usuários em todo as rodadas, assim como ocorre no Campeonato Brasileiro de futebol.

um espectador das partidas, se torne um competidor de um jogo virtual influenciado pelos acontecimentos do torneio real. Consiste numa influência de temporalidade, visto que o jogo para o participante pode ocorrer não apenas durante os 90 minutos, mas em momentos distintos dos dias que antecedem a rodada, podendo ser tanto nos intervalos do expediente de trabalho, das aulas na escola / faculdade, quanto em casa.

Como o *game fantasy* está hospedado em um ambiente digital, o usuário, portanto, não apenas vê, mas, em um universo paralelo de interesse do jogo virtual, disputa o campeonato assim como os atletas, escala os jogadores como fazem os técnicos e gerencia os clubes como os dirigentes. Dessa forma o participante do jogo virtual, fazendo uso do formato do mesmo, se apropria do Campeonato Brasileiro de futebol. Dessa forma, o gosto pelo Cartola FC também é o gosto pelo ambiente digital e pelas prerrogativas permitidas por essa mediação.

O Cartola FC também repercute fora do ambiente da plataforma. Atualmente uma comunidade de usuários tem forte presença na internet, com sites, vídeos no *Youtube* e perfis em redes sociais que opinam sobre as melhores opções para se escalar em cada rodada. O jogo virtual ganha espaço também na TV aberta. A Rede Globo faz menções ao durante as transmissões dos jogos, no Fantástico e no Globo Esporte.

A revista eletrônica dominical exibe o quadro “Gols do Fantástico”, onde o apresentador Tadeu Schmidt destaca a rodada do Campeonato Brasileiro de futebol. Em meios aos lances, o programa cita o maior pontuador do Cartola FC no dia, como foi o caso da edição de 17 de novembro de 2019, onde, em sonora, Tadeu Schmidt destaca o gol marcado pelo jogador Tinga, Fortaleza, na vitória contra o CSA, acrescentando que ele foi o que fez mais pontos no jogo virtual no dia.

**Figura 4: Cartola FC no Fantástico destacando Tinga**



**Fonte: Print Sreen da plataforma Globoplay**

No Globo Esporte o jogo virtual ganha espaço, principalmente nas edições locais. O comentarista Caio Ribeiro fornece dicas de opções de jogadores para escalar nas rodadas. Já o Globo Esporte Bahia possui o quadro “Casa, café e cartola”, onde Tamires Fukutani comenta e também dá dicas de escalações.

**Figura 5: Cartola FC no Globo Esporte Bahia com Tamires Fukutani**



Fonte: Plataforma *Globoplay* (2019)

A versão 2019 do Cartola FC foi lançada no dia 02 de abril, 25 dias antes do início do Campeonato Brasileiro. De acordo com o site do *fantasy*, já na 1ª rodada houve quase 5 milhões de times escalados, um recorde na história do jogo. Já na 2ª rodada a barreira dos 5 milhões foi superada. Dos inscritos, 175 mil já haviam feito o cadastro na versão paga. Em 2018 o Cartola FC foi eleito um dos quatro melhores aplicativos de *games* do Brasil, rendendo ao menos R\$ 18 milhões.

O Cartola FC é um dispositivo tecnológico que media a experiência do usuário no Campeonato Brasileiro de futebol. A conexão entre o jogo virtual e o usuário produz uma nova identificação. Ao se cadastrar no Cartola FC, criando o seu próprio time virtual, o usuário passa a ser caracterizado não apenas como um torcedor e espectador de futebol, mas também agregar mais uma identidade: a de *cartoleiro*, que é uma autodenominação dos participantes do jogo, integrando uma comunidade engajada.

A repercussão do Cartola FC fora do ambiente da plataforma, principalmente no Globo Esporte serve como estímulo para que os telespectadores acompanhem a cobertura que o programa faz do principal torneio de futebol masculino do país. A mistura entre notícias da partida real e as pontuações que os atletas alcançaram no jogo virtual, representa a junção entre a informação e o entretenimento no telejornalístico esportivo do canal carioca.

#### **4. ANÁLISE DOS PROGRAMAS: JOGO ABERTO E GLOBO ESPORTE**

Este capítulo apresenta os programas telejornalísticos esportivos Globo Esporte da Rede Globo e Jogo Aberto, da Rede Bandeirantes. Os tópicos “Um olhar sobre o Globo Esporte” e “Panorama do Jogo Aberto” trazem aspectos relacionados a história e a estrutura dos referidos programas. Mariana Oselame e os portais da Band e Memória Globo são fontes que foram utilizadas nessas subdivisões.

No item “Procedimentos metodológicos”, os programas objetos de análise desta pesquisa são detalhados. Nos tópicos “Análise do Globo Esporte” e “Análise do Jogo Aberto”, foram examinadas as edições alvo das investigações que consiste nas que foram exibidas no período correspondente a reta final das competições de 2019 entre os dias 18 de novembro a 23 de dezembro. A referida análise com imagens e tabelas foi embasada de acordo com as estratégias do infotenimento compactadas por Falcão (2017). Em seguida, no item “Análise dos resultados”, as observações coletadas - que estão fundamentadas nos operadores de análise do modo de endereçamento e perspectiva de gênero jornalístico e televisivo – são discutidas. Para isso foram destinados os subtópicos “Gênero jornalístico e gênero televisivo no Globo Esporte; “Gênero jornalístico e gênero televisivo no Jogo Aberto”; “Operadores de análise do modo de endereçamento no Globo Esporte” e “Operadores de análise do modo de endereçamento no Jogo Aberto”, utilizando os autores Itania Gomes e José Marque de Melo.

Considerando esse período foram analisadas as edições das segundas-feiras, pois é a edição que repercute tanto os jogos da rodada quanto os demais eventos esportivos que geralmente se realizam nos fins de semana.

##### **4.1. Um olhar sobre o Globo Esporte.**

Desde o início, o Globo Esporte era mais voltado para a cobertura dos torneios estaduais e nacionais de futebol, apresentando também matérias sobre motociclismo, tênis, boxe, natação, basquete, entre outras modalidades esportivas. O site Memória Globo (2004) aponta que o programa, aos poucos foi abrindo mais espaço para os esportes amadores que eram pouco divulgados na televisão e às competições de basquete, vôlei, natação, hipismo, surfe, tênis e outros esportes que alcançavam interesse do público brasileiro.

**Figura 6: Léo Batista apresentando a primeira edição do Globo Esporte em 1978.**



Fonte: Site Memória Globo, 2004

Ao se referir ao programa, o site já ressalta a junção entre jornalismo e entretenimento.

Ao longo de sua trajetória, o Globo Esporte pode ser definido como uma mistura de informação e entretenimento. A pauta passou a abordar reportagens curtas sobre times e atletas, os resultados, os melhores lances de jogos e campeonato, além de procurar o lado inusitado do fato esportivo (MEMÓRIA GLOBO, 2004).

Durante a década de 1980, a Divisão de Esporte passou por diversas mudanças que influenciaram o Globo Esporte. “As matérias se tornaram mais elaboradas, passaram a apresentar mais entrevistas e buscavam explorar a trajetória pessoal dos atletas, mostrando suas limitações, obstáculos e desafios (MEMÓRIA GLOBO, 2004).

No final da década de 1990, o programa buscava atrair a atenção tanto dos fãs de esporte quanto daqueles que menos se interessavam no assunto. “O programa tinha o objetivo de transformar o fato esportivo em entretenimento, sem esquecer o compromisso com a informação” (MEMÓRIA GLOBO, 2004).

Oselame (2010) enfatiza que o Globo Esporte, na época da sua estreia, era mais um telejornal esportivo do que um programa de entretenimento. O apresentador Léo Batista apresentava na tradicional bancada, lendo textos no *teleprompter*.

Em 2009, o Globo Esporte voltou a contar com a participação da redação de São Paulo. O noticiário esportivo da capital paulista e das emissoras retransmissoras do interior do estado conquistavam novamente espaço no programa. No primeiro bloco, passaram a ser apresentadas as notícias regionais e, nos outros, as matérias e informações para toda a rede. Tiago Leifert, até então repórter do SporTV, se tornou o apresentador de São Paulo. No novo formato, o teleprompter perdeu importância e o diálogo com o telespectador ganhou mais espaço, deixando o programa ainda mais dinâmico (OSELAME, 2010, p. 63).

O programa manteve esse formato até que Tiago Leifert assumiu a apresentação e passou também a ser editor-chefe da versão paulista. Leifert introduziu um novo formato, dispensando o *teleprompter* e modificando tanto a organização do estúdio, quanto a linguagem.

Três décadas e incontáveis revoluções tecnológicas depois, especialmente a versão apresentada em São Paulo, por Tiago Leifert, o Globo Esporte é, antes de tudo, um programa de televisão. A bancada deu lugar à mobilidade do apresentador e a linguagem engessada pelo teleprompter foi substituída pelo improvisado e o (suposto) bom humor, sem roteiro (OSELAME, 2010, p.64).

**Figura 7: Thiago Leifert apresentando o Globo Esporte**



Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2004

As mudanças fizeram com que a atração ficasse mais leve, se distanciando do formato de telejornal e se aproximando de uma conversa informal. O curioso e o inusitado ganharam mais espaço na disputa com a informação. Essa mudança foi provocada pela queda nos índices de audiência e o concomitante crescimento dos programas telejornalísticos regionais das outras emissoras que também exploravam o inusitado e curioso, mas relacionado às notícias policiais. Oselame descreve essa mudança:

A queda nos índices de audiência exigiu que a TV Globo – dona da maior parte dos direitos exclusivos de transmissão das competições esportivas no Brasil<sup>9</sup> – repensasse o seu modelo de jornalismo esportivo. Diante do que era feito – um jornalismo tradicional, ancorado nos velhos princípios e apenas aplicado à editoria de esportes – partiu-se para uma mudança radical. O formato dos programas (no caso do exemplo aqui citado, o Globo Esporte) passou a ser mais dinâmico, com cenários interativos, sem a bancada e o teleprompter, e a presença de convidados. Também mudou o enfoque do conteúdo. Em vez do tradicional modelo informativo, optou-se por fazer, antes de tudo, um programa de entretenimento (OSELAME, 2010, p. 69).

A partir de 2011, a edição nacional do Globo Esporte, transmitida do Rio de Janeiro é apresentada por Alex Escobar. Além da equipe de reportagens, o programa conta com a participação dos ex-jogadores e comentaristas de Walter Casagrande Júnior, Caio Ribeiro, Roger Flores e Leovegildo Lins da Gama Júnior. Os ex-atletas não participaram das edições analisadas.

O programa telejornalístico Globo Esporte possui 15 edições regionais e a versão nacional sendo transmitida nos estúdios do Rio de Janeiro. O programa diário resume as principais notícias referentes aos torneios estaduais e nacionais, misturando-as com tons de humor e entretenimento. Mesmo abrindo espaço para várias modalidades esportivas, o programa dedica a maior parte do tempo ao futebol, esporte mais popular do país.

#### **4.2. Panorama do Jogo Aberto.**

O programa esportivo da Rede Bandeirantes é exibido de segunda à sexta-feira. A primeira parte do Jogo Aberto é transmitido em rede nacional e apresentado por Renata Fan, enquanto a segunda é veiculada pelas afiliadas da emissora nos estados.

O elenco inicial do programa chegou a contar com o ex-jogador Marcelinho Carioca, e ao longo da sua história teve a participação de outros ex-jogadores e do ex-árbitro Oscar Roberto Godói. Os comentaristas Osmar de Oliveira, morto em 2014 e Paulo Roberto Martins, conhecido como Paulo Morsa também passaram pelo programa.

**Figura 8: Debate com comentaristas no Jogo Aberto**



Fonte: Portal da Band, 2019.

Atualmente na versão em rede do Jogo Aberto, a apresentadora por Renata Fan divide o comando com o ex-jogador Denílson de Oliveira Araújo. A equipe de comentaristas é composta também por Ulisses Costa, Ronaldo Giovanelli, Paulo Morsa, Chico Garcia e Héverton Guimarães que, na maioria das vezes participa da edição local do programa, apenas para o estado de São Paulo.

#### **4.3. Procedimentos metodológicos.**

A pesquisa teve como objetos os programas telejornalísticos esportivos Globo Esporte, da Rede Globo e Jogo Aberto, da Rede Bandeirantes. Os programas são exibidos diariamente entre as 11h30 da manhã e 13h30 da tarde, sendo que a versão nacional do Jogo Aberto é exibida entre 11h30 às 12h30, enquanto o Globo Esporte começa às 13h00 e vai até às 13h30, trazendo as notícias e debatendo os temas esportivos do momento. O Globo Esporte é transmitido ao vivo do Rio de Janeiro, enquanto o Jogo Aberto também é exibido ao vivo, só que diretamente de São Paulo.

Por se tratar de produtos de televisivos, as análises consideram os recursos dessa linguagem: imagem, edição e som, aliado aos elementos discursivos e sociais. Entre os dias 18 de novembro a 23 de dezembro de 2019 serão analisados 12 (doze) programas que foram exibidos às segundas-feiras, sendo 6 (seis) edições de cada programa, totalizando 12 (doze) programas analisados.

A investigação pretendeu levar em consideração o método de Itania Maria Mota Gomes (2007) que utiliza os conceitos de estrutura de sentimento, gênero televisivo e modo de endereçamento. Essa metodologia de análise do telejornalismo é baseada na perspectiva dos estudos culturais associado aos estudos de linguagem. Diante disso, essa pesquisa utilizou os conceitos gênero televisivo e modo de endereçamento na observação dos programas telejornalísticos esportivos Globo Esporte e Jogo Aberto.

Ao mesmo tempo, este trabalho utilizou a classificação de gênero jornalístico de José Marques de Melo. Este, juntamente com Francisco de Assis (2016), enfatiza que os gêneros e suas subdivisões, ou seja, formatos e tipos, são formas relativamente rígidas, fixas, que tem a finalidade de definir como o espectador percebe o conteúdo específico.



Sobre o conceito de modo de endereçamento, esta abordagem se fundamentou nos operadores de análise dos modos de endereçamento propostos por Gomes (2007), que são os mediadores, contexto comunicativo, pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática.

Pretendeu-se na análise das edições também identificar o embaralhamento entre informação e entretenimento, denominado pelo neologismo Infotenimento, através das estratégias da presença de estratégias destacadas por autores com Leonel Azevedo de Aguiar e Adriana Barsotti (2016), Itânia Maria Mota Gomes (2008, 2009a, 2009b) e Fábila Angélica Dejavitte (2006). As concepções que foram condensadas na abordagem de Carlysângela Silva Falcão (2017) serão:

- a) Foco à personalização, dramatização de conflitos e curiosidades;
- b) Textos leves e atraentes com linguagem clara e coloquial;
- c) Temática com enfoque no aspecto lúdico do fato;
- d) Importância dada ao papel da audiência;
- e) Entradas ao vivo.

O foco à personalização, dramatização de conflitos e curiosidades é um dos cinco pilares destacados por Dejavitte (2006) que apontam para a fusão da informação com o entretenimento. Consiste em abordagens que enfatizam em personagens, histórias de resiliência e superação de circunstâncias difíceis e aspectos excêntricos da informação. Nesta pesquisa, vinculada ao telejornalismo esportivo, essa estratégia destaca principalmente atletas, colaborando para a construção de suas imagens como ídolos. Esses personagens geralmente são evidenciados não apenas devido ao desempenho esportivo, mas por questões relacionadas aos seus dramas pessoais e profissionais. As singularidades dos jogos, questões que geralmente não seriam enfatizadas, mas trazem uma mudança de abordagem nas matérias também são características dessa estratégia do infotenimento.

Outra estratégia ressaltada por Dejavitte (2006) que será utilizada é a que compreende os textos leves e atraentes com linguagem clara e coloquial. A autora destaca que esses textos introduzem o indivíduo diretamente no assunto através da linguagem coloquial e fluente, fazendo com que o telespectador vivencie a história, interagindo com a notícia e se divirta com ela. Esta pesquisa fará uso dessa estratégia do infotenimento para identificar quando os programas telejornalísticos esportivos recorrem a expressões menos formais, com o objetivo de trazer descontração e humor para as notícias, principalmente no que tange ao futebol.

A temática com enfoque no aspecto lúdico do fato é uma das estratégias que Falcão (2017) insere, ampliando a perspectiva de Dejavite (2006). As matérias que utilizam esse mecanismo dão maior destaque a questões menos relevantes para o entendimento da informação, mas que trazem diversão a abordagem. Este trabalho busca identificar situações em que os telejornais esportivos, principalmente nas reportagens, focalizam momentos engraçados do fato, mesmo que estes momentos não influenciem diretamente na compreensão dos acontecimentos noticiados.

Badenes (2011) trouxe a importância dada ao papel da audiência como uma marca do infotimento, considerando as novas possibilidades televisivas tecnológicas. Esse traço entende o telespectador como parte da informação, seja dentro das reportagens, como uma fonte, ou fora, por meio das opiniões sobre as produções telejornalísticas dadas na internet. Nessa abordagem, essa marca é uma estratégia do infotimento que reconhece a participação do telespectador nos programas esportivos analisados, principalmente através das redes sociais, influenciando inclusive na forma que as matérias são elaboradas, no sentido de buscar atrair esse tipo de público.

As entradas ao vivo também foram destacadas por Badenes (2011), que salienta a recorrência dessa marca nos programas, a duração, que é maior que três minutos e o benefício em gerar grande aproximação com o público. Essa dissertação detecta as entradas ao vivo dos repórteres e apresentadores em momentos específicos dos telejornais esportivos, principalmente quando se trata de eventos fora do Brasil.

Tomando por base os objetivos, a pesquisa se define como descritiva e explicativa. Gil (2002) entende que existem abordagens descritivas que vão além da identificação de relações entre variáveis, mas buscam determinar a natureza dessa relação. É nesse sentido que se unem às pesquisas explicativas. Esse estudo pretende tratar sobre a relação do jornalismo, que tem a finalidade de informar, com o entretenimento, que busca a diversão, investigando tanto o caráter dessa relação que permite o convívio entre duas áreas distintas quanto o funcionamento de um processo de configuração do próprio telejornalismo esportivo.

Quanto aos procedimentos técnicos a abordagem segue os princípios da pesquisa bibliográfica e da análise empírica. Na primeira são usados livros, artigos científicos e outros textos disponíveis sobre o tema abordado. Inicialmente foi realizado um levantamento de textos sobre os temas: entretenimento, jornalismo e midiaticização do esporte. Em seguida, as referências trazidas nas disciplinas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), foram acrescentadas, não somente

para encontrar abordagens de autores que possuíam afinidade com o tema, mas como instrumento de aprimoramento dos procedimentos metodológicos. Em seguida foi feita uma organização lógica por assunto, antecedendo a redação do texto. A pesquisa empírica utilizará as edições dos programas Globo Esporte e Jogo Aberto disponíveis nas páginas da Rede Globo e da Rede Bandeirantes respectivamente.

Considerando esse período buscou-se analisar as edições das segundas-feiras, pois é a que repercute tanto os jogos da rodada do futebol masculino, quanto os demais eventos esportivos que geralmente se realizam nos fins de semana.

#### **4.4. Análise do Globo Esporte**

As edições do Globo Esporte que foram analisadas, compreendem o período das rodadas finais do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino de 2019, da disputa da partida única da final da Copa Libertadores da América e da Copa do Mundo de Clubes. Outras modalidades como automobilismo e surf também estavam em término de temporada. Intencionou-se nesse tópico de análise identificar as estratégias do infotainment apresentadas no programa telejornalístico esportivo.

##### **4.4.1. Programa 1**

O primeiro programa analisado foi ao ar no dia 18 de novembro de 2019, destacando os jogos da 33ª Rodada do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino. A abertura da edição destaca o atleta do Flamengo-RJ Gabriel Barbosa Almeida, conhecido como *Gabigol*. Ele foi o autor do gol da vitória sobre o Grêmio, fazendo com que a equipe precisasse apenas mais um triunfo para conquistar o título nacional. O VT<sup>15</sup> de abertura exibe imagens de *Gabigol*

---

<sup>15</sup> Abreviatura de videoteipe, a expressão designa o aparelho onde as fitas podem ser assistidas, editadas ou gravadas e também o conteúdo de um tipo específico de produto, como uma reportagem. Também designa de forma genérica o conteúdo já editado de uma mídia, como uma reportagem, uma chamada ou uma matéria de jornal.

durante a partida com destaque para o gol de pênalti<sup>16</sup> marcado por ele, e após o jogo quando ele atendeu a crianças que estavam na entrada do vestiário do Estádio Olímpico em Porto Alegre durante o intervalo da partida. Em *off*<sup>17</sup> o jornalista Léo Batista introduz com o questionamento: “Qual a receita para se tornar um ídolo?”, citando atributos como gol, atitude e carisma, associando diretamente ao atleta que é considerado pelo programa como ídolo da torcida do Flamengo e até da torcida adversária. O detalhe é que para ressaltar isso o VT usa as reações das crianças flamenguista e também das gremistas que esperavam Gabriel no vestiário.

Fábia Angélica Dejavite (2006) aponta cinco pilares das produções que aliam informação e entretenimento. Entre estes pilares está o foco à personalização, dramatização de conflitos e revelação de segredos. Gabriel Barbosa, o *Gabigol* é retratado com ídolo das crianças. Tanto as que torcem para o Flamengo, quanto as que não torcem. Júnior Pedrosa, sócio da agência 4COMM, responsável pela gestão da carreira do jogador declarou em entrevista a Raissa Simplício do site Goal.com:

Quando ele foi para o Flamengo, ele foi como uma figura representativa, um jogador de peso, que tem nome, conceito de marca. Mas até então era um jogador que não tinha mostrado nada no Flamengo, foi construindo dentro de campo esse anel e aos poucos fomos direcionando junto com ele um modelo que conseguisse difundir a marca dele. Foi um envolvimento de conceitos que ele tem que lidar com situações, momentos, entregas, relações sociais, como foi com a comemoração de linguagem de sinais, dando voz aos surdos, dando voz às causas, porque o futebol consegue fazer isso, dar voz a quem não tem. E ele tem conseguido entregar isso (SIMPLICIO, 2020).

Em seguida, o apresentador Alex Escobar destaca os assuntos do programa. Ao falar sobre o desempenho ruim dos times do Botafogo e Fluminense na rodada, ele é interrompido por um vídeo do repórter Régis Rösing, afirmando que veio “tentar trazer um pouco de alegria” para os dois times que estavam correndo risco de rebaixamento<sup>18</sup>. O próprio Régis chama e narra a matéria com os melhores momentos dos dois jogos.

---

<sup>16</sup> Penalização máxima, nos esportes coletivos, que uma equipe sofre por conta de uma infração cometida durante uma partida. Esta punição resulta em um tiro livre direto.

<sup>17</sup> Deriva do termo inglês *off the record* e designa a parte da reportagem, gravada na voz do repórter, do editor ou do locutor, onde a informação está sendo contada.

<sup>18</sup> O rebaixamento consiste na eliminação do time da Série A do Campeonato Brasileiro do ano seguinte. Os quatro piores colocados, que terminaram a competição na zona do rebaixamento, disputam a Série B do torneio nacional e, para retornarem a competir pela série principal dois anos depois, precisam terminar a série de acesso entre os quatro primeiros colocados.

**Figura 9: Globo Esporte com Alex Escobar e Régis Rösing**



Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2019

Na derrota do Botafogo contra o Atlético Paranaense em Curitiba, destaque para a forma como é tratado um lance de pênalti perdido pelo jogador do time do Paraná, Marcelo Cirino. Régis Rösing diz que ele “acertou a garrafinha, ali do lado de fora”. A matéria utiliza um efeito sonoro de fundo que faz alusão a uma batalha, visto que o time lutava contra o rebaixamento. A matéria retorna para o sábado, quando o Fluminense tinha empatado há dois dias antes com o Atlético Mineiro no Rio de Janeiro. Geralmente o programa não repercute na segunda-feira os jogos de sábado, visto que no domingo a Globo exibe o Esporte Espetacular. A trilha sonora é trocada, fazendo referência a um suspense, já que, ao contrário do Botafogo, o Fluminense não estava na zona de rebaixamento. Além de mostrar os lances, a reportagem ouviu os torcedores do Fluminense que afirmavam que o time não ia ser rebaixado.

O conjunto ampliado de estratégias do infotainment elaborado por Carlysângela Silva Falcão (2017) aponta o enfoque no aspecto lúdico do fato como um dos recursos utilizados. Essa edição do Globo Esporte fez uso dessa estratégia no relato sobre o jogo do Botafogo, destacando um aspecto inusitado da cobrança de pênalti. A autora aponta que o enquadramento lúdico no jornalismo aparece através da ênfase no humor, onomatopeias e em reportagens com estilo de videoclipes.

Júnio Nogueira da Cruz (2014), em *A trilha sonora como produtora de sentido no telejornalismo: uma análise da utilização de sons no Esporte Espetacular e no Jornal Nacional*, destaca as formas de utilização dos sons no telejornalismo.

A sonorização em telejornalismo, mais concentrada aqui na música, pode ser utilizada nos telejornais em formatos de vinhetas, trilhas-sonoras e sonorização de reportagens além de trilhas sonoras específicas, colocadas no ar em determinados momentos de um programa. (CRUZ, 2014, p. 16).

O recurso é utilizado em programas, quadros e/ou reportagens atua como elemento consolidador de identidades. No caso específico das matérias, a sonorização ocorre através de “sons ambientes gravados *in loco* na captação das imagens, quanto por músicas acrescidas no processo de edição, comumente chamadas de *backgrounds*, ou simplesmente, *BG*, conhecidas também como músicas de fundo”. (CRUZ, 2014, p. 17). A música dialoga com o telespectador. A sonorização se relaciona com a memória, visto que “as linhas melódicas e harmônicas invocam diferentes níveis de sentimento”. (CALEGARI, 2012 apud CRUZ, 2014, p. 17).

A interpretação da música empregada nas reportagens, portanto, vai variar de acordo com a visão de mundo de cada telespectador. Assim, é ele quem detém o poder nas mãos, pois irá criar diferentes significados, construindo um sentido único e particular para a mensagem pensada e passada pelo jornalista. (CRUZ, 2014, p. 21)

O uso de música e trilha sonora é destacado por Falção (2013) como recurso estratégico de dramatização. Badenes (2011) enfatiza a “utilização constante de música dar emoção, ritmo, dramatismo ou comicidade e proporcionar maior efeito no espetáculo visual” (BADENES, 2011 apud FALCÃO, 2013, p. 63).

A primeira matéria chamada por Alex Escobar é sobre o jogo do Vasco contra o Goiás no Rio de Janeiro que aconteceria á noite. A ênfase foi se Ribamar, atleta do Vasco faria ou não gol na partida, mostrando a torcida gritando o seu nome, gols marcados anteriormente e os *memes*<sup>19</sup> das redes sociais sobre o jogador. Ribamar é questionado sobre quais os seus *memes* preferidos. O destaque para o atleta enfatiza a superação, visto que ele tinha sido afastado pelo técnico do Vasco anteriormente.

Sobre a estratégia do infotenimento do papel da audiência, Sara Ortells Badenes (2011) enfatiza que o telespectador passa a ser o protagonista na peça informativa, seja pela presença de personagens comuns nas reportagens ou em espaços para comentários na internet. Ao exibir *memes* durante a reportagem e inseri-los nos questionamentos ao jogador Ribamar, o Globo Esporte coloca a audiência dentro da matéria.

Izabela Fonseca (2014) salienta que as redes sociais, no contexto atual podem contribuir diretamente com o jornalismo, visto que servem tanto para divulgação quanto para acesso às informações. A autora recorre a Raquel Recuero (Recuero, 2009 apud Fonseca, 2014) na ênfase as possibilidades oferecidas pelas redes sociais, no sentido de gerar mobilizações, colaborando para a coleta, difusão e discussão de informações.

---

<sup>19</sup> A expressão é usada para descrever um conceito de imagem, vídeos, GIFs e/ou relacionados ao humor, que se espalha via Internet.

O programa também exibiu uma reportagem sobre o Grande Prêmio do Brasil de Fórmula 1 que aconteceu em São Paulo. O repórter Guilherme Pereira enfatizou que, mesmo sem ter pilotos na categoria, os torcedores brasileiros mantêm firme a sua paixão por automobilismo. A Rede Globo deteve os direitos de transmissão das provas até o ano de 2020. A matéria teve trilha sonora de rock, gênero musical que é muito ligado ao automobilismo. Outras modalidades tiveram espaço na edição foram o tênis; com a conquista do Torneio dos Campeões pelo grego Stefanos Tsitsipas; e o skate; com a vitória de Pâmela Rosa na etapa do Rio de Janeiro;

O Globo Esporte ainda mostrou os gols dos outros jogos de domingo, a preparação da Seleção Brasileira para o amistoso contra a Coréia do Sul e a derrota do Brasil para a Argentina na final do Torneio de Tenerife de futebol para atletas com até 23 anos. A abordagem sobre a Seleção Brasileira continuou com uma matéria sobre o título da Copa do Mundo Sub-17 em Brasília. Alex Escobar iniciou a chamada da reportagem com o grito “é tetra”, famoso na voz de Galvão Bueno após a final da Copa do Mundo de futebol masculino em 1994. A Seleção brasileira para jogadores até 17 anos ganhou o 4º título mundial. A matéria também mostrou a reação dos familiares dos atletas no estádio e foi finalizada com todos os jogadores fazendo o mesmo que o apresentador Alex Escobar.

A reportagem seguinte foi sobre a vitória do Flamengo, com destaque para *Gabigol* entrando em campo com as crianças. Nessa mesma partida, o atleta do Flamengo, que estava reclamando muito, foi expulso por ato de indisciplina, ao discutir com o auxiliar do árbitro do jogo. Na saída do gramado ele ainda provocou a torcida do Grêmio, lembrando do 2º jogo da final da Copa Libertadores da América<sup>20</sup>, quando o Flamengo venceu por 5 a 0. A matéria enfatiza, portanto, os dois lados do atleta, que naquele momento era um dos principais em atividade no país: o de ídolo das crianças e o de jogador indisciplinado. Gabriel justificava que se sentia perseguido pelos árbitros, assim como o técnico do Flamengo, o português Jorge Jesus, personagem da parte final da matéria e do programa, apontava que também se sentia perseguido pela “agressividade verbal” dos técnicos brasileiros.

#### **4.4.2. Programa 2**

No programa do dia 25 de novembro de 2019 o fim de semana do Flamengo foi o destaque do VT de abertura e de toda a edição. Dois dias antes, o time tinha sido campeão da Copa Libertadores da América depois de 38 anos, ao vencer a equipe argentina do River Plate

---

<sup>20</sup> Principal torneio continental de futebol masculino.

em jogo realizado em Lima, no Peru. No dia anterior o time festejou nas ruas do Rio Janeiro o título continental, ao mesmo tempo que, matematicamente o Flamengo ganhava o Campeonato Brasileiro, visto que seus adversários não venceram seus jogos. O destaque ao clube carioca em todo o telejornal configura o aparecimento da estratégia do infotenimento das entradas ao vivo apontada por Badenes (2011). O VT enfatiza o gol da vitória marcado por Gabriel Barbosa no fim do jogo e a festa da torcida em Lima e no Rio de Janeiro no dia seguinte.

O programa teve um formato diferente do habitual. Alex Escobar recebeu no estúdio os jogadores Bruno Henrique, William Arão e Diego Ribas acompanhados da taça do torneio. Eles conversaram sobre a sensação de terem conquistado esse título. O próprio apresentador se referiu a essa edição como “Globo Esporte super especial”.

**Figura 10: Globo Esporte com Alex Escobar e os atletas Diego, Bruno Henrique e William Arão**



Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2019.

O foco das matérias foram os torcedores, destacando tanto a festa que eles fizeram, principalmente devido a atuação de Gabriel, quanto as reações dos torcedores durante a partida, onde o Flamengo iniciou perdendo e fez os dois gols da virada no jogo no fim. Em uma das matérias exibidas, o relato do jogo foi feito por três torcedores do Flamengo que assistiram ao jogo no Estádio Monumental de Lima. Durante a exibição das matérias a imagem dos jogadores que estavam no estúdio era mostrada em um quadro menor.

O programa destaca a singularidade do título da Copa Libertadores da América. O Flamengo é um dos times que mais repercussão ganha na mídia. Um dos aspectos que levam a isso é o tamanho da sua torcida, a maior do país.



O Instituto Datafolha que realiza frequentemente uma pesquisa para demonstrar o percentual de torcedores dos times brasileiros, fez em 2019, o levantamento que ouviu 2.878 pessoas, todas com mais de 16 anos residentes em 175 municípios de todo o país, entre os dias 29 e 30 de agosto, demonstrando que o Flamengo possui o maior número de torcedores. O estudo também mostra que 22% das pessoas declararam que não torcem para nenhum time de futebol. A seguir, a relação dos clubes que possuem até 1% de preferência.

**Tabela 3: Levantamento Datafolha – torcidas do Brasil 2019**

<b>Times e estado</b>	<b>Percentual</b>	<b>Times e estado</b>	<b>Percentual</b>
1. Flamengo – RJ	20%	8. Internacional - RS	3%
2. Corinthians – SP	14%	Santos - SP	
3. São Paulo - SP	8%	10. Atlético - MG	2%
4. Palmeiras - SP	6%	Seleção brasileira	
5. Vasco - RJ	4%	12. Botafogo - RJ	1%
Cruzeiro - MG		Bahia - BA	
Grêmio – RS		Fluminense - RJ	
		Sport - PE	
		Santa Cruz - PE	
		Fortaleza - CE	
		Vitória - BA	
		Ceará – CE	

Fonte: Pesquisa Datafolha com 2.878 entrevistas realizadas em 175 municípios de todo o país em 29 e 30 de agosto de 2019.

Os dados apresentados nessa pesquisa mostram que uma, em cada cinco pessoas, se declara torcedora do Flamengo. A diferença do time carioca com relação ao segundo colocado, o Corinthians, supera a margem de erro da pesquisa que é de dois pontos percentuais para mais ou para menos.

Além das matérias com torcedores, Alex Escobar conversou com os jogadores convidados sobre o desempenho individual, destacando a história de superação deles. Os atletas, Bruno Henrique e Diego Ribas, têm históricos de problemas físicos durante a carreira. A edição mostrou alguns gols da vitória do Grêmio sobre o Palmeiras em São Paulo, que garantiu matematicamente o título brasileiro do Flamengo.

Em seguida foi exibida um VT mostrando o técnico Jorge Jesus recebendo o título de Cidadão Honorário do Rio de Janeiro. O apresentador Alex Escobar ainda encerrou a exibição do VT com a frase: “Se Deus é brasileiro, Jesus oficialmente é carioca”. Parafrazeando o que o papa João Paulo II disse também no Rio de Janeiro em um dos eventos de sua visita ao Brasil em 1997.

Todas as matérias exibidas foram sobre o Flamengo. Quando tratou de outros jogos da rodada, a edição exibiu apenas VTs narrados por Alex Escobar. Na reta final do programa houve uma reportagem especial sobre Gabriel Barbosa. A torcida do Flamengo foi tema da última parte da conversa entre Alex Escobar e os atletas. Essa edição do Globo Esporte não deu destaque a outras modalidades.

Devido a presença dos jogadores do Flamengo, o programa passa a maior parte do tempo com conversas entre o apresentador Alex Escobar e os campeões continentais, evidenciando assim os momentos ao vivo no estúdio, do que as matérias exibidas. Sara Ortells Badenes (2011) considera que essas entradas geram grande aproximação do programa com o público. Mesmo não se tratando do aparecimento de um repórter em um local fora do estúdio, destaca-se a utilização do ao vivo no Globo Esporte para aproximar o apresentador e os jogadores convidados do público.

#### **4.4.3. Programa 3**

No dia 02 de dezembro de 2019, o Globo Esporte repercutiu a 36ª e antepenúltima rodada do Campeonato Brasileiro de futebol masculino. Ao contrário das edições das duas segundas-feiras anteriores, o programa fez uma escalada com os assuntos principais.

A matéria inicial foi sobre a preparação para o jogo do Vasco contra o Cruzeiro que ocorreria à noite no Rio de Janeiro. Contudo, o foco foi a visita de Melissa Corrêa, uma torcedora portadora de esclerose lateral amiotrófica, uma doença rara, ao Centro de Treinamento do time. Na reportagem vários jogadores conversam, tiram fotos e autografam camisas para ela. A relação da torcedora com o time e aspectos da sua história de vida, como a busca pela aprovação no vestibular foram abordados. Foi feito um paralelo entre a história de Melissa e a do jogador do Vasco Leandro Castán, que serviu de exemplo para ela. O atleta teve que reaprender a andar depois de passar por uma cirurgia para retirada de um tumor do cérebro.

**Figura 11: Matéria sobre o Vasco com Melissa Corrêa e Leandro Castán**



Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2019.

Nesta reportagem, percebe-se a utilização da estratégia do infotimento do foco na personalização, dramatização de conflitos e curiosidades (DEJAVITE, 2006), destacando a história de vida de Melissa Corrêa e Leandro Castán. A autora sublinha que a dramatização de conflito aparece quando o narrador, nesse caso, o repórter, dá ênfase para um problema, um conflito existente no tema da sua matéria.

O futebol ainda foi abordado na edição com os gols da rodada do Campeonato Brasileiro e com um lance inusitado no Campeonato Holandês. As outras modalidades que tiveram espaço foi o automobilismo, com a última prova da temporada de Fórmula 1 em Abu Dhabi, Emirados Árabes e a ginástica artística, destacando a aposentadoria de Diego Hypolito que foi anunciada por ele dois dias antes no programa *Altas Horas*, apresentado por Serginho Groisman.

A matéria seguinte foi sobre a vitória do Flamengo contra o Palmeiras em São Paulo. Em 4 minutos e 30 segundos, o Globo Esporte mostrou os melhores momentos da partida, usando diversos efeitos sonoras; supôs um “duelo” entre os jogadores Jaílson do Palmeiras e Gabriel Barbosa, do Flamengo; fez uma comparação entre o sucesso do técnico do time carioca Jorge Jesus e o fracasso do treinador da equipe paulista Mano Menezes, que foi demitido após a partida.

#### **4.4.4. Programa 4**

O Globo Esporte do dia 09 de dezembro de 2019 destacou a última rodada do Campeonato Brasileiro de futebol masculino. O VT de escalada foi inteiramente sobre o assunto, com estatísticas da competição como número de gols. O apresentador Alex Escobar prometeu no início falar sobre os jogos da 38ª rodada.

**Figura 12: Abertura do Globo Esporte com Alex Escobar**



Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2019.

A reportagem inicial foi sobre o empate do Vasco com a Chapecoense no Rio de Janeiro. A ênfase foi para a torcida do Vasco que lotou o estádio do Maracanã. Falas dos vascaínos, ressaltando o amor pelo time foram mostradas. Além dos melhores momentos do jogo, um dos trechos da reportagem mostra os jogadores do Vasco, Felipe Bastos, Yago Pikachu e Guarín decidindo por meio do jogo de mãos recreativo *pedra, papel e tesoura*, quem cobraria uma falta<sup>21</sup>.

**Figura 13: Pedra, papel e tesoura com jogadores do Vasco**



Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2019.

A matéria feita por Régis Rösing, traz uma linguagem leve. Considerando os pilares de Dejavite (2006), os textos leves e atraentes com linguagem clara e coloquial fazem parte das estratégias do infotainment. O repórter dialoga com o narrador da partida que foi transmitida pelo *Premiere*, serviço de *pay-per-view* da Globo; cria falas para os jogadores em

<sup>21</sup> A falta é um lance onde determinada irregularidade é marcada pelo árbitro. Desencadeia outros lances como pênalti e tiro livre indireto.

lances decisivos; supôs uma leitura de pensamento sobre a reação dos atletas e utilizou jogo de palavras. Régis Rösing é conhecido pela irreverência e bom humor nas reportagens, além de “profetizar” os momentos em que os gols vão acontecer. Ele fez o mesmo nesta matéria. O repórter detalha sobre esse assunto ao site Memória Globo.

Sempre me chamaram de profeta, mas na verdade eu fui persistente. Quando começa o ataque, eu já falo: „E o gol vai acontecer neste momento, cruzamento, bola na área... Perdeu, vamos de novo...” Então todo ataque eu fazia isso, já começava antes. Cinquenta gravações eram perdidas, porque os gols não aconteciam. A ideia é colocar a emoção do gol mais perto do telespectador. (RÖSING, 2015, *apud* Memória Globo, 2015)

Verifica-se também nesta matéria o uso da estratégia do infotimento do foco no aspecto lúdico do fato, indicada por Carlysângela Falcão (2017). O repórter faz o relato da partida, realçando detalhes naturalmente não seriam notados.

Sobre a linguagem leve, Oselame (2010) caracteriza como um texto informal, recheado de frases feitas, chavões e fórmulas prontas, objetivando a simplificação do vocabulário esportivo, para torna-lo mais universal. A autora, contudo pondera sobre os riscos do uso inadequado dessa linguagem.

Enquanto a informalidade do texto vai ganhando terreno, a crise fica mais profunda. O jornalismo esportivo se torna cada vez menos “pensante” para virar, unicamente, um repetidor de velhas fórmulas, seguindo a consagrada máxima de Chacrinha de que na televisão nada se cria, tudo se copia. Se esse foi o modelo encontrado para que os índices de audiência subissem, então é porque ele é bom [...] (OSELAME, 2010, p. 68)

Em seguida o Globo Esporte tratou da vitória do Fluminense sobre o Corinthians em São Paulo e, principalmente do atleta Evanílson que foi destaque, marcando dois gols no jogo. Para falar sobre o jovem jogador natural de Xerém, Rio de Janeiro, o programa utilizou de vídeos postados em redes sociais após a partida, fotos do atleta e um histórico profissional desde as divisões de base.

Sem que o apresentador Alex Escobar chamasse a próxima reportagem, Léo Batista, por *off* fez o relato da derrota do Flamengo, campeão brasileiro antecipado, para o Santos por 4 a 0, em partida realizada na cidade do litoral paulista. A matéria seguinte foi sobre o empate do Botafogo com o Ceará no Rio de Janeiro e focou no comportamento dos torcedores do time carioca que dividiam a atenção entre a partida que estava ocorrendo no gramado e o jogo do rival Fluminense. Os dois times disputavam uma vaga na Copa Sul-americana, 2º principal torneio do continente. O programa ainda mostrou os gols da rodada.

O único assunto que não estava relacionado com o Campeonato Brasileiro de futebol masculino tratado na edição foi a suspensão da Rússia dos Jogos Olímpicos de 2020 e Mundiais pela WADA (*World Anti-Doping Agency*), Agência Mundial Antidoping.

A última matéria mostrou o drama do Cruzeiro, que perdeu para o Palmeiras em Belo Horizonte e foi rebaixado pela primeira vez para a Série B. A partida foi interrompida no final do 2º tempo devido a briga entre os torcedores do Cruzeiro dentro e fora do estádio.

#### 4.4.5. Programa 5

O programa do dia 16 de dezembro de 2019 começou com o apresentador Alex Escobar falando ao vivo de Doha, no Catar, onde o Flamengo participou da Copa do Mundo de Clubes, torneio que reúne todos os campeões continentais. Escobar tentou conversar com dois sauditas e depois se juntou aos torcedores de Flamengo que já se encontravam lá. Verifica-se neste programa da estratégia do infotenimento ressaltada por Badenes (2011) da entrada ao vivo, aproximando o telespectador do programa e do ambiente da decisão do Mundial de Clubes.

**Figura 14: Alex Escobar em dois momentos na abertura do Globo Esporte**

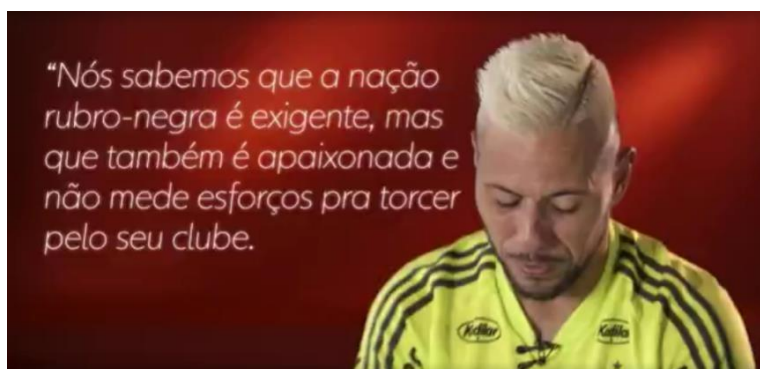


Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2019.

Alex Escobar chama uma matéria que fala de Nery Silva, massagista brasileiro do Al-Hilal, time saudita adversário do Flamengo na semifinal da Copa do Mundo de Clubes. Ele também trabalhou com o técnico português Jorge Jesus. A partir desse aspecto a reportagem destaca os principais jogadores do clube. Em seguida o programa traz as falas do técnico do Flamengo na coletiva de imprensa pré-jogo. Além do apresentador, o comentarista Roger Flores foi para o Catar e comentou sobre a partida durante o programa.

O jogador do Flamengo Diego Alves foi destaque da matéria seguinte. Antes da final da Copa Libertadores da América, vencida pelo Flamengo, a equipe do programa propôs um exercício de imaginação de como seria a decisão. Na ocasião, o atleta fez uma carta para a “nação” denominação dada aos torcedores do Flamengo. Trechos dessa carta foram exibidos na reportagem que também mostrou os cinco principais lances dele na temporada 2019.

**Figura 15: Trecho da carta de Diego Alves.**



Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2019.

Percebe-se aqui, a ênfase na personalização e nas histórias pessoais. Esse recurso foi apontado por Dejavitte (2006) como um dos pilares dos programas que unem informação e entretenimento. A reportagem enfatiza Diego Alves como personagem, que aspirava em conquistar um grande título, alegrando os torcedores do time.

O programa também mostrou um VT com os gols da vitória da Seleção brasileira de futebol feminino no amistoso contra o México. Com o final da temporada de futebol masculino no Brasil, essa foi a única matéria que tratava de futebol e não estava relacionada ao Flamengo exibida nesta edição.

As outras modalidades destacadas na edição foram as Artes Marciais Mistas (MMA), com as vitórias de Marlon Moraes e Amanda Nunes; seguido de uma propaganda do canal Combate, que exhibe lutas no sistema *pay-per-view*; e automobilismo, com o 3º título de Daniel Serra na categoria *Stock Car*. As duas modalidades tiveram VTs com *off*.

Essa edição do Globo Esporte exibiu uma retrospectiva da temporada 2019 do Flamengo. A matéria de 6 minutos e 52 segundos revisitou o percurso do time carioca no ano. A matéria tratou da Tragédia do Ninho, incêndio no Centro de Treinamento do clube que deixou 10 (dez) pessoas mortas e 3 (três) feridas em 08 de fevereiro de 2019. A reportagem mostrou um time com histórico de superação e os jogadores como heróis, com destaque para Gabriel Barbosa que foi decisivo na final da Copa Libertadores da América, conduzidos pelo

maestro, o técnico Jorge Jesus que tirou o time de uma série de resultados ruins para a conquista de dois títulos em um final de semana.

#### 4.4.6. Programa 6

O programa do dia 23 de dezembro de 2019 foi ao ar dois dias depois da derrota do Flamengo na prorrogação da Copa do Mundo de Clubes para o time inglês do Liverpool. A edição foi apresentada por Carol Barcellos, que substituiu Alex Escobar. A chegada do Flamengo ao Brasil com recepção da torcida foi enfatizada. A matéria mostrou os lances decisivos da final.

**Figura 16: Desembarque do Flamengo.**



Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2019.

A chegada do Liverpool foi noticiada, contudo o repórter Marcelo Courrage, correspondente da Globo em Londres preferiu destacar um caso de racismo que tinha acontecido no Campeonato Inglês de futebol masculino. O jogador da equipe do Chelsea, o alemão Antonio Rüdiger sofreu ofensas racistas vindas dos torcedores do time adversário, o Tottenham.



**Figura 17: Carol Barcellos apresentado a chegada do Liverpool**



Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2019.

Com o término dos principais torneios de futebol do país o programa dedicou mais espaço para outras modalidades como o basquete, destacando o time do Minnesota Timberwolves que compete na NBA<sup>22</sup>, principal liga de basquete dos Estados Unidos e o surf, que teve maior ênfase devido ao título mundial conquistado pelo brasileiro Ítalo Ferreira no Havaí. Foram duas matérias ao todo, sendo uma sobre o desembarque dele em São Paulo e outra sobre a chegada em Natal, Rio Grande do Norte. Em São Paulo, o programa entrevistou o campeão mundial.

**Figura 18: Ítalo Ferreira em dois momentos sendo destaque no Globo Esporte**



Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2019.

O foco à personalização, dramatização de conflitos e curiosidades (DEJAVITE, 2006) é uma estratégia do infotainment notada nesta reportagem. Na ausência do jogador Gabriel Barbosa, do Flamengo, o Globo Esporte evidencia o surfista brasileiro campeão mundial, Ítalo Ferreira. Ele conquistou um título inédito, numa modalidade que o Brasil não tinha tradição de triunfos.

<sup>22</sup> A National Basketball Association (NBA) é a principal liga de basquetebol dos Estados Unidos.

## 4.5. Análise do Jogo Aberto

Assim como no caso do Globo Esporte, as edições do Jogo Aberto analisadas, compreendem o período das decisões dos campeonatos de futebol masculino e término de temporada de outras modalidades como automobilismo e surf. Assim como na análise do Globo Esporte, busca-se nesse tópico de análise verificar as estratégias do infotainment identificadas no programa telejornalístico esportivo.

### 4.5.1. Programa 1

No Jogo Aberto que foi ao ar no dia 18 de novembro, a apresentadora Renata Fan aparece logo na abertura para fazer a escalada, destacando o Flamengo que ficou a um passo de alcançar duas conquistas no final de semana seguinte. A escalada é feita em dois momentos: primeiramente Renata Fan cita o que será mostrado no programa e, em seguida é exibido um VT com todos os assuntos citados anteriormente pela apresentadora. A escalada do primeiro programa, por exemplo, durou 5 minutos e 40 segundos.

**Figura 19: Escalada do Jogo Aberto em dois momentos**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

O programa possui um quadro tradicional, segundo a apresentadora, que exibiu os gols das partidas dos principais campeonatos internacionais de futebol. O quadro é chamado de “É gol”. Em seguida, o enfoque foi dado a semifinal do Campeonato Brasileiro de futebol masculino para atletas com até 20 anos entre Flamengo e Corinthians. O torneio foi transmitido pela emissora. O jogo que classificou o time carioca terminou empatado, mas foi marcado pela confusão entre os jogadores no fim do jogo. A “briga generalizada” assim denominada pelo programa foi criticada por Renata Fan que declarou:

- Ué, uma molecada, mas não tão molecada assim. Tem que dar o exemplo. Tem que aprender também a fazer as coisas direito. Saber perder, saber ganhar, ser eliminado. Sabe como é que é? Aquela coisa toda.

Só então que o Jogo Aberto começou a falar do Campeonato Brasileiro de futebol masculino, utilizando mais uma vez o quadro “É gol” com um VT dos gols de alguns jogos da rodada. A linguagem utilizada é coloquial acompanhada de BG<sup>23</sup>. Em seguida, ao som de um *hip hop* o programa mostra lances da Liga de Basquete dos Estados Unidos, a NBA. A trilha sonora muda, quando o quadro “Giro pelo Brasil” exibe lances da Liga de Basquete do Brasil, a NBB<sup>24</sup>; lutas do SFT (*Standout Fighting Tournament*), evento de artes marciais mistas; GP do Brasil de Fórmula 1; final do Campeonato Paulista de futebol feminino e *ATP Finals* de tênis. Renata Fan retorna afirmando que gosta de jogos de tênis, mas prefere futebol.

Em seguida, a apresentadora recebe o ex-jogador Denílson de Oliveira Araújo. Ele comenta as notícias do dia no programa junto com Renata Fan, que o chama de “Denílson Show”, enquanto o ex-jogador se refere a apresentadora de “loirão”. Renata logo questiona como o ex-jogador passou o final de semana.

**Figura 20: Renata Fan e Denílson aplaudindo a Seleção Brasileira Sub-17**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

A presença de Denílson modifica a dinâmica do programa que, nos primeiros 20 minutos apresenta as notícias do dia e passa a comentar os principais destaques, fundamentalmente do Campeonato Brasileiro de futebol masculino, como foi o caso dessa

---

<sup>23</sup>Begê: abreviatura de background. Do inglês, fundo ou segundo plano. No áudio, é utilizado para descrever o som em segundo plano. Define os sons colocados em volume mais baixo, porém audível, em paralelo com o off. Pode ser o barulho de pessoas falando, de uma cachoeira ou uma música. No vídeo, é a imagem ou cenário de fundo. (TV)

<sup>24</sup> Novo Basquete Brasil (NBB) é a principal liga de basquete masculino do Brasil.

edição onde ele analisou a vitória do Flamengo sobre o Grêmio. Enquanto o ex-atleta, comenta, as imagens da partida são exibidas em tela dividida.

**Figura 21: Denílson comentando a vitória do Flamengo**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

No momento dos comentários, Denílson não fala sozinho. Ele e Renata Fan fazem um bate-papo e, em determinados momentos o comentarista olha mais para a apresentadora do que para a câmera. Por intermédio de Denílson o programa usa a estratégia do infotainment do foco no aspecto lúdico do fato, indicada por Carlysângela Falcão (2017). Em entrevista a página UOL ESPORTE VÊ TV, o comentarista fala sobre o seu jeito descontraído.

Eu sempre fui desse jeito [brincalhão]. O que me ajudou, além da história como jogador, foi a aceitação do público quando eu virei comunicador. Mas algo fundamental é o conhecimento. Não adianta nada ter jogado muita bola, ter muita experiência, ter feito jornalismo, mas não conseguir passar o que você quer na hora de explicar algo. Acho que eu avancei aprendendo a me comunicar de uma forma diferente. (UOL ESPORTE VÊ TV, 2021)

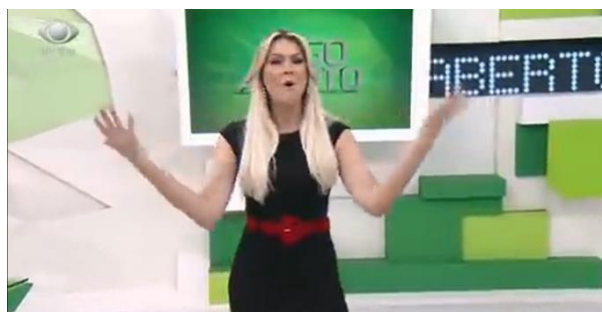
No Jogo Aberto, Denílson é a personificação daquilo que Oselame (2010) denomina como “exacerbação do humor”. A autora destaca que as matérias são apresentadas num formato que privilegia a “busca pelo engraçado” (Oselame, 2010, p. 67). Mesmo levando em conta que o humor é uma ferramenta autêntica de informação e crítica, a potencialização desse recurso fornece riscos a credibilidade daquilo que é noticiado.

Os dois destacam as imagens do jogador do Flamengo Gabriel Barbosa junto das crianças que estiveram no vestiário do estádio Olímpico em Porto Alegre, enfatizando a importância do atleta que tem histórico de indisciplina e foi expulso no jogo, mas é um ídolo das crianças. Depois de comentar sobre os jogos dos quatro mais importantes times de São Paulo (Corinthians, Palmeiras, São Paulo e Santos), o programa exhibe a matéria sobre tetra campeonato mundial da Seleção Brasileira Sub-17. Só então Renata Fan faz a divisão de rede, encerrando a edição nacional para o início da versão das afiliadas da Band nos estados.

#### 4.5.2. Programa 2

O fim de semana de conquistas do Flamengo, que em menos de 24 horas se sagrou campeão continental e nacional foi o tema de abertura do Jogo Aberto de 25 de novembro de 2019, com a exibição de um VT e hino do Flamengo em BG. Mesmo com o grande destaque dado ao time carioca, o programa seguiu a mesma dinâmica de escalada em dois momentos e a exibição dos gols dos campeonatos internacionais de futebol como atração inicial. As cores da roupa de Renata Fan correspondiam com as do Flamengo. A apresentadora não fez essa referência no programa.

**Figura 22: Renata Fan na abertura do Jogo Aberto**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

As outras modalidades que tiveram espaço na edição foram o basquete masculino, com os lances da liga dos Estados Unidos (NBA) e da liga do Brasil (NBB). A Bandeirantes transmite jogos das duas ligas.

Renata Fan e Denílson surgem no bloco seguinte do Jogo Aberto com uma máscara do rosto do atleta Gabriel Barbosa, o *Gabigol*, autor dos dois gols que deram o título da Copa Libertadores da América ao Flamengo, ao som do funk “Hoje tem gol do *Gabigol*” gravado por Nego Ney e Buchecha.

**Figura 23: Renata Fan e Denílson no Jogo Aberto**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

O Jogo Aberto deu ênfase a festa da torcida do Flamengo no dia seguinte nas ruas do Rio de Janeiro e exibiu imagens das comemorações dos jogadores nas redes sociais tanto após o jogo no sábado, quanto no trio elétrico no domingo.

O bloco com Renata Fan e Denílson, além de tratar do fim de semana festivo do time carioca, abordou os empates do São Paulo com o Ceará e do Internacional com o Fortaleza, a derrota do Corinthians para o Botafogo, além da derrota do Palmeiras para o Grêmio que garantiu o matematicamente título brasileiro ao Flamengo.

Após a matéria, Denílson lembrou a apresentadora da atuação do seu time, o Internacional de Porto Alegre que estava naquele momento em 7º lugar no Campeonato Brasileiro e sem chances de título. Renata Fan rebateu afirmando que o clube que o ex-jogador torce, o Palmeiras, também estava mal, pois tinha perdido a vice-liderança do torneio e pediu que a produção tocasse a “marcha fúnebre” em referência ao time de Denílson.

Neste trecho foi possível perceber o uso de uma linguagem que aproxima o telespectador. Renata Fan e Denílson se comportam, nesse momento, não como apresentadora e comentarista, respectivamente, mas como torcedores de futebol. A leveza e a linguagem coloquial são estratégias do infotainment em Dejavite (2006).

#### **4.5.3. Programa 3**

No Jogo Aberto do dia 02 de dezembro a escalada destacou os jogos de Corinthians, Palmeiras, São Paulo e Santos na 36ª rodada do Campeonato Brasileiro de futebol masculino. Além do futebol foram noticiados na edição também eventos do fim de semana do basquete e artes, marciais mistas.

Renata Fan recebeu o ex-jogador Denílson ao som do *funk* “Os coringas do Flamengo” de Mc Poze. Foi uma referência a vitória do clube carioca sobre o Palmeiras, time de coração do ex-atleta. A câmera coloca Denílson em 1º plano para focalizar as suas reações.

**Figura 24: Denílson reagindo a derrota do Palmeiras**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

O Jogo Aberto mostrou um “presente” dos telespectadores a Denílson, que consistiu em um VT com os torcedores do Flamengo zombando pela derrota do Palmeiras que também demitiu o seu técnico Mano Menezes e o diretor de futebol Alexandre Mattos. Depois da exibição do vídeo a produção tocou a “marcha fúnebre”. A tensão no Palmeiras recebeu mais destaque do que a repercussão da vitória do Flamengo nesta edição.

**Figura 25: Torcedores zombando de Denílson**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

Percebe-se aqui o uso da estratégia do infotimento registrada em Badenes (2011) da importância do papel da audiência. O programa abriu espaço para que os telespectadores dialogassem com Denílson, zombando da derrota do seu time de coração. As redes sociais se constituem como instrumento de interação entre o Jogo Aberto e o público.

Depois de analisarem a vitória do Santos sobre a Chapecoense e a derrota do São Paulo para o Grêmio, o programa exibiu o quadro “É gol”, que nas edições anteriores foi ao ar no início. Foram mostrados os gols dos outros jogos da 36ª rodada do Campeonato Brasileiro de futebol masculino. A matéria final da edição nacional foi sobre a vitória do Atlético Mineiro

sobre o Corinthians. Renata Fan declarou que nesse dia Denílson não poderia zombar do ex-jogador do Corinthians Ronaldo Giovanelli, que participa do debate na edição regional do Jogo Aberto, já que o Palmeiras também tinha sido derrotado.

#### 4.5.4. Programa 4

A edição do dia 09 de dezembro de 2019 repercutiu a última rodada do Campeonato Brasileiro de futebol masculino, evidenciando o inédito rebaixamento do Cruzeiro, time de Belo Horizonte. Os quadros iniciais “É gol” com os gols dos campeonatos internacionais e “Giro pelo mundo” com os lances da NBA, NBB e SFT foram exibidos antes da primeira reportagem.

Logo após o primeiro intervalo, Denílson surge juntamente com Renata Fan ao som de “Acabou” de Ricardo Chaves, fazendo referência ao fim do Campeonato Brasileiro de futebol. A primeira reportagem mostra as cenas de violência do jogo que rebaixou o Cruzeiro para a Série B.

**Figura 26: Jogo Aberto exhibe cenas de violência no rebaixamento do Cruzeiro**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

Renata Fan e Denílson compartilharam experiências pessoais relacionadas a confusão no jogo do Cruzeiro. Ela, relatou que era tão fanática pelo Internacional, seu time de coração, que chorava nas derrotas. Ele, lembrou de ter sido rebaixado no seu primeiro ano de atuação no time espanhol do Bétis. Nesse momento o enfoque na personalização e dramatização de conflitos expressa em *Dejavite* (2006) não ressalta um personagem noticiado no programa, mas os próprios integrantes do Jogo Aberto, Renata Fan e Denílson.



O programa também mostrou as repercussões nos jornais internacionais dos atos de violência. O Jogo Aberto ainda exibiu vídeos da torcida e dos jogadores do Atlético Mineiro zombando do Cruzeiro. Os dois times são rivais no estado de Minas Gerais.

O Flamengo, que sempre esteve em destaque nas edições anteriores, desta vez teve sua matéria exibida no final da edição nacional do Jogo Aberto. O time carioca perdeu de 4 a 0 para o Santos, na cidade do litoral paulista.

#### 4.5.5. Programa 5

As movimentações dos clubes de futebol para contratarem jogadores, que é denominado no meio esportivo de “mercado da bola” e a preparação do Flamengo para a Copa do Mundo de Clubes do Catar foram os principais destaques do programa do dia 16 de dezembro de 2019. Das novas contratações, a chegada do Vanderley Luxemburgo foi evidenciada. Renata Fan chamou o novo técnico por um dos apelidos do qual ele é conhecido nas redes sociais: “pofexô”. Foi possível identificar aqui o foco à personalização (DEJAVITE, 2006). O técnico é um dos mais respeitados da história do futebol e possui grande vínculo com o Palmeiras.

A contratação de Luxemburgo pelo Palmeiras continuou sendo assunto da conversa entre Renata Fan e Denílson. Uma matéria trouxe um histórico das passagens anteriores do técnico no clube, visto que ele comandou o time em outras quatro ocasiões (1993-1995; 1996-1997; 2002; 2008-2009). O perfil motivador do profissional é evidenciado no Jogo Aberto, que em seguida fez uma enquete por meio do portal e do aplicativo da Band e para ser respondida pelo público através do site ou do aplicativo da Band, questionando a aprovação ou não da recontração do treinador. As enquetes são utilizadas pelo Jogo Aberto para estimular a participação dos telespectadores.

**Figura 27: Enquete do Jogo Aberto sobre a contratação de Vanderley Luxemburgo**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

A pesquisa permanece no vídeo durante a conversa entre Renata Fan e Denílson. Dessa forma, o telespectador percebe as mudanças no percentual e é induzido a votar. Nesse caso, a enquete começa com 70,2% de aprovação ao técnico, porém dois minutos depois a aprovação cai para 50,4%. Renata Fan atribui as mudanças à maior participação dos torcedores dos times rivais do Palmeiras no estado de São Paulo.

A edição nacional do Jogo Aberto foi concluída com mais uma matéria sobre o técnico Vanderley Luxemburgo, ressaltando desta feita toda a carreira dele que já tinha treinado a Seleção Brasileira de futebol masculino, o time espanhol do Real Madrid, entre outras equipes do Brasil. Triunfos, fracassos e polêmicas foram destacadas.

#### **4.5.6. Programa 6**

O último programa analisado foi ao ar em 23 de dezembro de 2019. Renata Fan estava em férias e, por isso, o Jogo Aberto foi apresentado por Chico Garcia, que faz parte da equipe de comentaristas do programa. As movimentações do “mercado da bola” e a chegada do Flamengo, depois do vice-campeonato na Copa do Mundo de Clubes.

**Figura 28: Chico Garcia apresentado o Jogo Aberto**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

Com o fim dos principais torneios de futebol masculino no Brasil, o programa enfatizou outras modalidades para além das que já tinham espaço como o tênis e surf que teve o título do brasileiro Ítalo Ferreira.

A 2ª parte da edição nacional não contou com a presença do ex-jogador Denílson. Em seu lugar esteve o ex-atleta Ronaldo Giovanelli. O programa usou uma trilha sonora de “O nome dela” da banda Ronaldo e os impedidos, da qual o comentarista fez parte.

**Figura 29: Chico Garcia e Ronaldo Giovanelli**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

Na reportagem de Felipe Kieling sobre a final do Mundial de Clubes entre Flamengo e Liverpool, da Inglaterra, o foco esteve na importância que as torcidas dos dois times davam ao jogo. Enquanto os brasileiros acompanhavam ansiosos reunidos nos bares, os ingleses não se mobilizaram para assistir a decisão. Contudo, a matéria mostra imagens de redes sociais da festa dos jogadores do Liverpool após o título.

Em seguida, nota-se a utilização das entradas ao vivo na participação do repórter Felipe Kieling de Londres, Inglaterra. Essa estratégia do infotainment expressa em Badenes (2011) aproxima o programa do telespectador. O intuito foi trazer o telespectador para o clima de tranquilidade na capital inglesa após o título do Liverpool.

O Jogo Aberto também exibiu as postagens dos jogadores do Liverpool e os *memes* das redes sociais repercutindo a final da Copa do Mundo de Clubes.

**Figura 30: Reações nas redes sociais após a final da Copa do Mundo de Clubes**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

O Jogo Aberto mostrou alguns eventos solidários que os atletas participaram, inclusive um que o comentarista Denílson esteve, além de exibir reportagens especiais sobre as férias do técnico Renato Gaúcho e sobre o jogador Michael, eleito atleta revelação do Campeonato Brasileiro de futebol masculino.

#### 4.6. Análise dos resultados.

Neste item se utilizará das classificações de gênero e formato jornalístico de José Marques de Melo (2016) e das concepções de gênero televisivo de Itania Gomes (2007), nos programas Globo Esporte e Jogo Aberto. Ao mesmo tempo que se emprega os operadores de análise do modo de endereçamento sinalizados por Gomes (2007) na perspectiva dos dois programas telejornalísticos esportivos das redes Globo e Bandeirantes.

##### 4.6.1. Gênero jornalístico e gênero televisivo no Globo Esporte.

Considerando a classificação de gêneros e formatos jornalísticos de José Marques de Melo, o Globo Esporte se enquadra no gênero informativo, utilizando todos os formatos caracterizados pelo autor como nota, notícia, reportagem e entrevista. A seguir será apresentada uma tabela sistematizando a presença da classificação de Marques de Melo e das concepções de Itania Gomes no programa telejornalístico da Rede Globo.

**Tabela 4. O Globo Esporte e o gênero em José Marques de Melo e Itania Gomes**

<b>Classificação</b>	<b>Gênero e/ou formato</b>		<b>Características gerais</b>
José Marques de Melo	Informativo	Nota, notícia, reportagem e entrevista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prioridade na cobertura do futebol.</li> <li>- Reportagens com trilha sonora.</li> <li>- Narrativa em forma de história.</li> <li>- Ênfase na capacidade de superação dos obstáculos.</li> <li>- Destaque em detalhes que não essenciais para a informação.</li> <li>- Personificação nas reportagens.</li> <li>- Opinião dos apresentadores.</li> </ul>
	Interpretativo	Análise e perfil	
	Diversional	História colorida e História de interesse humano	
Itania Gomes	Programa Jornalístico Televisivo Esportivo		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Segue regras específicas do jornalismo em negociação com o campo televisivo.</li> <li>- Influência do receptor direcionando sua interação com o programa.</li> </ul>

Como o programa prioriza a cobertura futebolística que foi intensificada durante o período escolhido para a análise, as notas foram utilizadas geralmente para tratar de assuntos relacionados a outras modalidades esportivas. A notícia é intrínseca ao programa telejornalístico que é apresentada em forma de reportagem e entrevistas.

As reportagens foram usadas no tratamento da maioria das notícias. Sempre ilustradas com um efeito sonoro e linguagem leve, as matérias foram elaboradas na forma de narrativa linear, como se o repórter estivesse contando uma história de início, meio e fim. Essas matérias, que em sua maioria eram relatos dos jogos de futebol, também contaram com entrevistas.

O gênero interpretativo também pode ser identificado no Globo Esporte através das análises do apresentador, além do perfil que focaliza sempre ou dois personagens dentro das reportagens. Aproveitando o destaque que o Flamengo alcançou na temporada de futebol no Brasil, o programa exibiu matérias evidenciando as personalidades do jogador Gabriel Barbosa, o *Gabigol* e do técnico português Jorge Jesus, chamado de *Mister*.

Considerando o gênero diversional, o programa utiliza histórias de interesse humano nas reportagens sobre as partidas, enfatizando a capacidade de superação dos obstáculos e resiliência nas dificuldades. A história colorida ilustra as matérias, que muitas vezes sublinham detalhes que não tem essencial importância para o jogo, mas podem captar a atenção do espectador. No programa do dia 18/11, por exemplo, o Globo Esporte exibiu uma reportagem sobre a derrota do Botafogo para o Atlético Paranaense em Curitiba. Durante a partida, o time carioca teve um pênalti a seu favor que não foi convertido. O repórter destacou uma garrafa de água que estava ao lado da trave e afirmou que o atleta do Botafogo foi certeiro na cobrança da penalidade, mas foi certeiro para atingir esta garrafa.

Considerando a concepção de gênero televisivo de Itania Gomes (2007) o programa utiliza de regras específicas do jornalismo em negociação com o campo televisivo. Dessa forma o Globo Esporte pertence ao gênero Programa Jornalístico Televisivo Esportivo.

É possível perceber a influência do receptor direcionando sua interação com o programa, no sentido de que questões que repercutem fora do ambiente de jogo ou do telejornal são abordadas nas reportagens. No programa do dia 18/01, numa reportagem sobre a preparação do Vasco da Gama, o jogador Ribamar comenta na maioria do tempo os *memes* que circularam nas redes sociais.

O Globo Esporte, além de seguir regras do campo jornalístico, utiliza recursos do entretenimento, com reportagens descontraídas, linguagem leve, realce de detalhes inusitados e amplo uso de trilha sonora em todas as matérias.

#### 4.6.2. Gênero jornalístico e gênero televisivo no Jogo Aberto.

A tabela a seguir mostra como as concepções de gênero foram identificadas no Jogo Aberto.

**Tabela 5. O Jogo Aberto e o gênero em José Marques de Melo e Itania Gomes**

<b>Classificação</b>	<b>Gênero e/ou formato</b>		<b>Características gerais</b>
José Marques de Melo	Informativo	Nota, notícia, reportagem e entrevista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prioridade na cobertura do futebol.</li> <li>- Quadro para outras modalidades.</li> <li>- Reportagens descontraídas.</li> <li>- Linguagem leve.</li> <li>- Personificação nas reportagens.</li> <li>- Opinião dos apresentadores e comentaristas.</li> <li>- Participação de comentaristas na maior parte do tempo do programa.</li> </ul>
	Opinativo	Comentário	
Itania Gomes	Programa Jornalístico Televisivo Esportivo		- Segue regras específicas do jornalismo em negociação com o campo televisivo.

O Jogo Aberto se caracteriza como um programa de gênero informativo, de acordo com a classificação de gêneros e formatos jornalísticos de José Marques de Melo, utilizando os formatos de nota, notícia, reportagem e entrevista.

Considerando que, no período da análise o Campeonato Brasileiro e a Copa Libertadores da América estavam na reta final; e a Copa do Mundo de Clubes ocorreria em seguida, o futebol ocupou mais espaço no noticiário. O Jogo Aberto destinou o quadro “Giro pelo mundo” para noticiar os eventos de modalidades como automobilismo, tênis e surf, priorizando os esportes que a emissora transmite como o basquete (NBA e NBB) e artes marciais mistas (SFT). O Jogo Aberto recorreu as reportagens para abordar os assuntos que mais se destacaram no dia, fazendo uso de linguagem leve, entrevistas e efeito sonoro.

O gênero interpretativo foi percebido no programa por meio das análises dos apresentadores Renata Fan e, posteriormente Chico Garcia e também pelos comentaristas

Denílson e Ronaldo. O Jogo Aberto evidenciou as personalidades do Flamengo: Gabriel Barbosa e Jorge Jesus, além de destacar o técnico Vanderley Luxemburgo, que tinha sido contratado pelo Palmeiras.

É possível identificar no Jogo Aberto a presença de formatos oriundos do que Marques de Melo (2016) aponta como gênero opinativo, principalmente através do ex-jogador e comentarista Denílson que participa da maior parte do programa. A apresentadora Renata Fan também opina e conduz um bate-papo com o ex-atleta. Na ausência dos titulares, o apresentador Chico Garcia e o comentarista Ronaldo Giovanelli ocupam esses papéis.

O Jogo Aberto se enquadra na concepção de gênero televisivo de Itania Gomes (2007), utiliza de normas específicas do jornalismo em negociação com o campo televisivo. Assim sendo, o Jogo Aberto pertence ao gênero Programa Jornalístico Televisivo Esportivo.

#### 4.6.3. Operadores de análise do modo de endereçamento no Globo Esporte.

Com base na concepção de Itania Gomes (2011) em *Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo*, foi formulada a seguinte tabela dos operadores de análise do modo de endereçamento no programa da Rede Globo:

**Tabela 6. Operadores de análise do modo de endereçamento no Globo Esporte.**

<b>Operador de análise</b>	<b>Detalhamento</b>
Mediador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alex Escobar – apresentador</li> <li>• Carol Barcellos – apresentadora</li> <li>• Regis Rösing – repórter</li> </ul>
Contexto Comunicativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O cenário colorido com tela 3x5m com tecnologia <i>touchscreen</i> evidencia a interatividade e a mobilidade.</li> <li>• Objetiva trazer leveza para a grade de programação da emissora, já que é precedido jornais das emissoras afiliadas nos estados, que geralmente priorizam notícias policiais.</li> <li>• Uso da descontração para competir com outras emissoras que exibem telejornais policiais. O Globo Esporte surge nesse contexto, objetivando e, utilizando desse recurso para brigar pela audiência com os outros canais.</li> <li>• Uso pelo apresentador Alex Escobar de expressões que objetivam deixar o telespectador confortável.</li> </ul>
Pacto sobre o papel do jornalismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vinheta composta por animações de diversas modalidades esportivas, realçando o que o telespectador pode esperar.</li> <li>• Ênfase na abordagem do futebol</li> <li>• Reportagens ilustradas com música instrumental.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personificação de Gabriel Barbosa e Jorge Jesus.</li> <li>• Premissas do jornalismo: factualidade, o interesse público e a objetividade.</li> </ul>
Organização temática	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destaque para o futebol, Flamengo e outras modalidades. Vide tabela 7.</li> </ul>

Dentre os operadores de análise do modo de endereçamento, os mediadores são os âncoras, comentaristas, repórteres e correspondentes. No Globo Esporte essa função é de Alex Escobar, que interage com telespectador e serve de ligação entre os repórteres e as fontes.

Alexandre Escobar da Silva nasceu no Rio de Janeiro e começou a sua carreira no rádio como locutor do programa de Rock Bola, na Rádio Cidade, do Rio de Janeiro. Foi comentarista no canal *Sportv* entre os anos de 2003 a 2008, quando passou a trabalhar na Rede Globo. Escobar cobriu as Copas do Mundo de Futebol, Jogos Olímpicos e narra os desfiles das escolas de samba do Grupo Especial do Rio de Janeiro desde 2017. Como apresentador, esteve à frente do Esporte Espetacular e atualmente do Globo Esporte.

Alex Escobar tem um estilo descontraído e com muito carisma. O apresentador tem uma postura espontânea frente ao telespectador e utiliza bastante o seu bom humor para passar as informações. O posicionamento do apresentador diante das câmeras é de um profissional despojado no jeito de se vestir e de se expressar.

Na versão nacional do Globo Esporte durante o período analisado não houve presença de comentaristas. Dentre os repórteres que participam do programa o destaque é Régis Rösing. O gaúcho iniciou a sua carreira na Rádio Fandango, de Cachoeira do Sul, já foi locutor e comentarista esportivo e é conhecido como “Repórter vidente”. Régis não somente aparece nas matérias como antes destas, como foi o caso da edição do dia 18 de novembro, quando ele apareceu na tela do estúdio, interrompendo Alex Escobar e chamando a reportagem sobre os jogos times do Botafogo e Fluminense.

No único programa em que Alex Escobar não foi âncora, Carol Barcellos o substituiu. Ela começou a sua carreira como estagiária no canal fechado *Sportv*, desde 2007 trabalha na Rede Globo. Carol Barcellos mantêm o estilo carismático e bem-humorado de Escobar, acrescentando uma grande capacidade de articulação.

O operador de análise do contexto comunicativo é entendido por Gomes (2011) em relação a conjuntura em que o programa atua, com emissor, receptor e circunstâncias espaciais e temporais em que ocorre o processo comunicativo.



O estúdio do Globo Esporte traz uma noção de descontração. O ambiente passa ao receptor o bom humor e a leveza para o horário. Considerando a grade de programação da emissora, o Globo Esporte começa logo após os jornais das emissoras afiliadas nos estados, que geralmente priorizam notícias policiais que afetam a sensibilidade e o humor do telespectador. A maioria das emissoras concorrentes também exibem telejornais policiais. O Globo Esporte surge nesse contexto, objetivando trazer leveza para a programação da emissora e, utilizando desse recurso para brigar pela audiência com os outros canais. O cenário, inaugurado em 2011 evidencia a interatividade e a mobilidade. Uma grande tela 3x5m com tecnologia *touchscreen*, simboliza essa noção de diálogo com o telespectador.

**Figura 31: Alex Escobar no cenário do Globo Esporte**



Fonte: Plataforma digital *Globoplay*, 2019.

O apresentador Alex Escobar utiliza expressões que objetivam deixar o telespectador confortável, como “É meu amigo, muito boa tarde”, “É isso aí, boa tarde pra você”. Escobar geralmente entra após um VT de abertura. Assim foi na maioria dos programas analisados. Dessa forma, a sua fala inicial reflete esse VT.

O terceiro operador é o pacto sobre o papel do jornalismo. A vinheta do Globo Esporte é composta por animações de diversas modalidades esportivas, realçando o que o telespectador pode esperar. Considerando que os programas telejornalísticos esportivos são criticados pela predominante ênfase na abordagem do futebol, o Globo Esporte propõe conceder espaço a outras modalidades. Contudo, essa proposta geralmente não se concretiza, principalmente no período analisado, onde havia uma mobilização em volta das decisões dos principais campeonatos de futebol.

As notícias são apresentadas em reportagens ilustradas com efeito sonoro instrumental que marcam determinados momentos do relato. Essas matérias contêm entrevistas e destacam

aspectos inusitados. O programa utilizou de perfis para ressaltar o atleta Gabriel Barbosa, destacando a sua condição como ídolo do time e das crianças e o técnico Jorge Jesus, como um profissional que revolucionou o futebol brasileiro.

Sobre as premissas do jornalismo, destaca por Gomes (2011), as edições do Globo Esporte analisadas evidenciaram a factualidade, o interesse público e a objetividade. Todos os assuntos tratados foram atuais, referentes aos eventos que aconteceram no fim de semana anterior e dos que iam ocorrer no dia da exibição do programa. O interesse público pode ser levado em conta na priorização dos torneios de futebol, fundamentalmente na cobertura do Flamengo que, além de ser um clube de grande apelo nacional, disputou as finais dos três principais campeonatos de futebol da temporada e ganhou dois destes. A objetividade pode ser vista no Globo Esporte através da agilidade nas reportagens, chamadas curtas e tratamento das informações no formato de relato, narrando os fatos, utilizando de entrevistas e uso de tecnologias de imagem e som.

Para apresentar o operador de análise do modo de endereçamento da organização temática, será utilizada uma tabela com a quantidade dos temas abordados nas edições analisadas, no sentido de distingui-los nas categorias de pautas sobre futebol, Flamengo e outras modalidades.

**Tabela 7: Organização temática em categorias no Globo Esporte.**

Edições	Futebol	Flamengo	Outras modalidades
Programa 1 - 18/11	8	1	3
Programa 2 - 25/11	13	11	0
Programa 3 - 02/12	6	2	2
Programa 4 - 09/12	5	0	1
Programa 5 - 16/12	6	4	2
Programa 6 - 23/12	5	1	3
Total	43	19	11

Dessa forma, percebe-se que os assuntos referentes ao futebol são mais destacados nas edições analisadas. A alta ênfase ao Flamengo no dia 25/11 ocorreu porque o Globo Esporte fez um programa especial pelo segundo título da Copa Libertadores da América do time carioca. Nesse dia, não se observou a concessão de espaço para outras modalidades esportivas.

#### 4.6.4. Operadores de análise do modo de endereçamento no Jogo Aberto.

Por sua vez, foi formulada a seguinte tabela dos operadores de análise do modo de endereçamento no programa da Rede Bandeirantes, com base na concepção de Itania Gomes (2011) em *Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo*,

**Tabela 8. Operadores de análise do modo de endereçamento no Jogo Aberto.**

<b>Operador de análise</b>	<b>Detalhamento</b>
Mediador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renata Fan – apresentadora</li> <li>• Chico Garcia – apresentador</li> <li>• Denílson de Oliveira – comentarista</li> <li>• Ronaldo Giovanelli - comentarista</li> <li>• Fernando Fernandes – repórter</li> </ul>
Contexto Comunicativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O cenário que remete a um estádio de futebol.</li> <li>• Na grade de programação da emissora, concorre com os jornais locais e policiais e está situado entre dois programas de culinária e bem-estar.</li> <li>• Linguagem receptiva da apresentadora Renata Fan.</li> </ul>
Pacto sobre o papel do jornalismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propõe claramente ao telespectador a abordagem prioritária do futebol.</li> <li>• Denílson, como símbolo da proposta de ênfase na descontração e informalidade.</li> <li>• As reportagens com instrumental de rock.</li> <li>• Premissas do jornalismo: atualidade, interesse público e liberdade de expressão e de opinião.</li> </ul>
Organização temática	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destaque para o futebol, os quatro principais times de São Paulo (Corinthians, Palmeiras, São Paulo e Santos), Flamengo e outras modalidades. Vide tabela 9.</li> </ul>

Mantendo a base teórica de Itania Gomes (2011), os mediadores do Jogo Aberto são: Renata Fan e Denílson, Natural de Santo Ângelo, no Rio Grande Sul, Renata Bomfiglio Fan foi Miss Brasil em 1999 e semifinalista do Miss Universo no mesmo ano. Trabalhou como locutora na Rádio Transamérica FM de Santo Ângelo e foi responsável pela agenda cultural do programa Tele Domingo, da RBS TV.

A partir de 2003 se destacou como assistente de palco do jornalista esportivo Milton Neves nos programas Terceiro Tempo e Debate bola na Rede Record. Em 2007 se transferiu para a Rede Bandeirantes para apresentar o Jogo Aberto.

Renata Fan demonstra simpatia perante o telespectador. Suas roupas destacam o físico de uma ex-modelo. Ela anuncia as notícias e reportagens, conduzindo o programa, mas

aproveita as oportunidades que tem para opinar sobre os assuntos abordados. No bloco em que Denílson participa, Renata divide os comentários e transforma o momento em um bate-papo com o ex-jogador.

Em entrevista a ESPN, Renata Fan enfatiza a sua batalha contra o preconceito por ser uma mulher falando da principal modalidade esportiva nacional, um ambiente ainda predominantemente masculino.

Falavam „ela está aí por ter talento ou porque é bonita?“ Muitos me julgavam sem trocar uma palavra comigo e discutir sobre futebol. Uma vez um treinador disse ao vivo que eu não entendia absolutamente nada sobre fisiologia e não tinha condições de opinar. Uma semana e meia depois, ele foi demitido. Eu continuo na TV e ele, não necessariamente, vai ter todos os espaços no futebol. Mas é meu amigo até hoje, muito querido. (DAGA, 2017)

O ex-jogador Denílson de Oliveira Araújo assume o papel de comentarista no Jogo Aberto. Natural de Diadema, fez sucesso como jogador de futebol do São Paulo. Teve passagens por times como o espanhol Bétis, o francês Bordeaux, o saudita Al-Nassr e os brasileiros Palmeiras e Flamengo. Ele também foi vice-campeão mundial pela Seleção Brasileira em 1998 e conquistou o quinto título do Brasil em 2002.

Em 2010, Denílson começou a trabalhar como comentarista durante as transmissões da Copa do Mundo de futebol masculino de 2010. Participou do programa Band Mania, com Milton Neves e os também ex-jogadores Vampeta e Amaral. A descontração demonstrada no programa fez com que a emissora permanecesse com ele, que foi para o Jogo Aberto.

O estilo divertido fez com que Denílson recebesse o apelido de “Denílson Show”. O ex-atleta e a apresentadora Renata Fan demonstram entrosamento no programa. Ele a chama de “Loirão”. Denílson comenta os assuntos de forma descontraída, abusando das piadas e das zombarias.

Dentre os repórteres do programa, destaque para Fernando Fernandes. Natural de São Paulo, o veterano repórter começou a carreira na Rádio Cultura, teve passagens pela Rede Record, *Sportv* e Band, onde está desde 2005 em sua segunda passagem. Fernando já cobriu inúmeros eventos esportivos e ganhou cinco troféus da Associação dos Cronistas Esportivos do Estado de São Paulo (ACEESP) como melhor repórter. Ele fez parte da equipe de Luciano Valle durante sua primeira passagem pela Rede Bandeirantes.

O jornalista Chico Garcia e o ex-jogador Ronaldo Giovanelli assumiram os papéis de mediadores no último programa analisado, dia 23 de dezembro, devido à ausência de Renata Fan e Denílson. O apresentador porto-alegrense Francisco Garcia Borges começou na Super

Rádio Boa Vontade, da Legião da Boa Vontade (LBV), passou pelo Grupo RBS e integra a Band desde 2010.

Enquanto Ronaldo Giovanelli atuou em diversos clubes do Brasil, mas fez sucesso no Corinthians, onde é considerado ídolo do time. Também teve carreira musical como líder da banda de rock “Ronaldo e os fora da lei” e posteriormente da banda “Ronaldo e os impedidos”. Como comentarista esportivo esteve na Rede TV!. Atualmente está na Rede Bandeirantes.

Considerando o operador do contexto comunicativo, o Jogo Aberto traz um cenário priorizando as cores verde e branco, o que remete ao telespectador que o futebol será bem explorado pelo programa.

**Figura 32: Renata Fan no cenário do Jogo Aberto**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

O cenário busca trazer ao telespectador um ambiente de estádio de futebol. Possui um telão que não é de tecnologia *touchscreen* e ainda um painel eletrônico, fazendo alusão assim, ao placar eletrônico dos campos da modalidade. Contudo, no bloco em que Renata Fan recebe Denílson os dois ficam em uma parte do estúdio diferente da que é mostrada na figura 32. Neste ambiente se encontram mascotes dos times de futebol.

**Figura 33: Renata Fan e Denílson no cenário do Jogo Aberto**



Fonte: Canal oficial do Jogo Aberto no *Youtube*, 2019

Renata Fan recebe o telespectador sempre com um sorriso e um “Olá” para introduzir as principais informações esportivas do dia. O programa concorre com os jornais locais e policiais das outras emissoras e está entre dois programas do próprio canal, de culinária e bem-estar.

O operador do modo de endereçamento do pacto sobre o jornalismo é percebido no Jogo Aberto no cenário destacado acima. O programa propõe claramente ao telespectador a abordagem prioritária do futebol. As outras modalidades são destaque nos quadros iniciais, mas com a chegada de Denílson, somente o esporte mais popular do país é evidenciado. O ex-atleta e comentarista simboliza outra proposta do programa ao telespectador que é a ênfase na descontração e informalidade.

O programa apresenta as notícias utilizando reportagens, notas e comentários. As notas são exibidas na parte inicial quando se trata de outras modalidades que não o futebol. As reportagens são ilustradas de trilha sonora, prioritariamente de rock e contêm entrevistas e são analisadas nos comentários de Denílson que participa da maior parte do programa.

As premissas do jornalismo atualidade, interesse público e liberdade de expressão e de opinião se destacam na análise do Jogo Aberto. Os programas analisados se restringiram aos acontecimentos do momento, destacando os eventos de fim de semana. As edições também deram espaço para as movimentações dos clubes de futebol para contratar novos jogadores. O interesse público foi considerado apenas na priorização do futebol, com ênfase no Flamengo. A Liberdade de expressão e opinião foi observada nos comentários de Denílson e, principalmente na participação de Renata Fan, opinando e dialogando com o ponto de vista do ex-jogador.

Como foi feito no caso do Globo Esporte, o operador de análise do modo de endereçamento da organização temática, será considerado através da tabela com a quantidade dos temas abordados, classificando-os nas categorias de pautas sobre futebol, Flamengo, outras modalidades e acrescentando o tópico quatro grandes paulistas, a respeito dos principais times paulistas que são Corinthians, Palmeiras, São Paulo e Santos, visto que o programa é feito na cidade paulistana.

**Tabela 9: Organização temática em categorias no Jogo Aberto.**

<b>Edições</b>	<b>Futebol</b>	<b>Flamengo</b>	<b>Quatro grandes paulistas</b>	<b>Outras modalidades</b>
Programa 1 - 18/11	10	2	4	1
Programa 2 – 25/11	13	7	4	1
Programa 3 - 02/12	8	2	6	1
Programa 4 - 09/12	8	1	4	1
Programa 5 - 16/12	9	0	4	1
Programa 6 - 23/12	11	2	4	2
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>14</b>	<b>26</b>	<b>7</b>

Observa-se no Jogo Aberto a ênfase no futebol. O Flamengo recebe destaque devido as decisões que estava envolvido. Evidencia-se aqui a abordagem dos quatro times paulistas no programa do dia 02/12, quando a vitória do Flamengo sobre o Palmeiras foi tratada mais na perspectiva do time paulista que teve o seu técnico Mano Menezes demitido após o jogo. O Palmeiras também ganhou mais espaço na edição do dia 16/12 quando Vanderley Luxemburgo foi anunciado como novo treinador.

Os jogos do Internacional, time que a apresentadora Renata Fan torce e o rebaixamento do Cruzeiro no programa de 09/12 foram as variações mais explícitas dentro da abordagem do tema futebol. As outras modalidades receberam destaque apenas no quadro “Giro pelo mundo”, exceto na edição de 23/12 que fez uma reportagem sobre a conquista do Mundial de Surf pelo brasileiro Ítalo Ferreira.

## 5. CONCLUSÕES

O discurso jornalístico produzido numa situação de forte concorrência é levado pela orientação do mercado em direção à homogeneização da oferta, onde reina uma variedade de produtos idênticos, sobretudo no conteúdo. O entretenimento está vinculado com a diversão, com a pausa nas obrigações e dificuldades enfrentadas pelas pessoas. Tem o objetivo de desviá-las das preocupações, amenizando os efeitos da luta diária pela sobrevivência. Padeiro (2015) destaca que, partir do século XX, os meios de comunicação de massa perceberam que o oferecimento de inúmeras formas de entretenimento era um negócio altamente rentável, fazendo emergir a indústria do entretenimento.

O jornalismo esportivo é um território que abre espaço para a leveza, com muito mais frequência que o policial, econômico e ambiental, por exemplo, visto que a prática de esportes, além de estar ligada com a competitividade, consiste em instrumento de diversão.

Nesse sentido, buscou-se nesta pesquisa, analisar a presença do entretenimento e a sua relação com a informação nos telejornais esportivos Globo Esporte da TV Globo e Jogo Aberto da TV Bandeirantes, investigando os programas exibidos às segundas-feiras no período entre os dias 18 novembro a 23 de dezembro de 2019, quando aconteceram os jogos decisivos da temporada 2019. A partir da revisão bibliográfica e dos programas telejornalísticos analisados, foi possível concluir que o Globo Esporte e o Jogo Aberto são configurados pelo embaralhamento entre informação e entretenimento.

Verificou-se que, de acordo a classificação de gêneros e formatos jornalísticos de José Marques de Melo, o Globo Esporte se enquadra no gênero informativo, priorizando a cobertura futebolística, o que se justificou durante o período escolhido para a análise, que compreendeu as decisões dos principais torneios nacionais e internacionais. As reportagens foram caracterizadas pela trilha sonora, linguagem leve, narrativa linear. O gênero interpretativo foi identificado nas análises do apresentador e no foco frequente em um ou dois personagens dentro das reportagens. Destaque para o jogador de futebol masculino Gabriel Barbosa, o *Gabigol* e do técnico português Jorge Jesus, o *Mister*, que atuaram pelo Flamengo. A mistura entre informação e entretenimento é observada na utilização dos formatos do gênero diversional, como as histórias de interesse humano, no exemplo da reportagem exibida no dia 02/12 sobre Melissa Corrêa e Leandro Castán e histórias coloridas, demonstradas pelas reportagens que são feitas como uma narrativa linear que realça aspectos inusitados.



O Globo Esporte utiliza de regras específicas do jornalismo em negociação com o campo televisivo e, baseado na concepção de gênero de Itania Gomes (2007) pode ser considerado um Programa Jornalístico Televisivo Esportivo.

Além de seguir regras do campo jornalístico, o Globo Esporte utiliza recursos do entretenimento, com reportagens descontraídas, linguagem leve, realce de detalhes inusitados e amplo uso de efeito sonoro em todas as matérias. Por se situar no ambiente televisivo, o Globo Esporte utiliza os recursos de som, imagem, edição, montagem de imagem e os elementos propriamente verbais para informar e entreter ao mesmo tempo.

O Jogo Aberto é um programa de gênero informativo, de acordo com a classificação de gêneros e formatos jornalísticos de José Marques de Melo. O embaralhamento entre jornalismo e entretenimento se observou nas reportagens sobre os assuntos que mais se destacaram no dia, fazendo uso de linguagem leve, entrevistas e trilha sonora, bem como no humor representado por Denílson. Contudo, a opinião foi percebida de forma mais frequente e clara no programa da Rede Bandeirantes do que no Globo Esporte, visto que, além de contar com as análises dos apresentadores Renata Fan e, posteriormente Chico Garcia, a edição nacional do programa teve a presença dos comentaristas Denílson Araújo e Ronaldo Giovanelli durante a maior parte de sua exibição.

Assim como no Globo Esporte, observou-se que o Jogo Aberto evidenciou as personalidades do Flamengo Gabriel Barbosa e Jorge Jesus, porém também focalizou no técnico Vanderley Luxemburgo, que tinha sido contratado pelo Palmeiras.

O Jogo Aberto também se enquadra na concepção de gênero televisivo de Itania Gomes (2007), utiliza de normas específicas do jornalismo em negociação com o campo televisivo, sendo assim um Programa Jornalístico Televisivo Esportivo. Os recursos de som, imagem, edição, montagem de imagem e os elementos propriamente verbais misturam informação e entretenimento.

Os operadores de análise do modo de endereçamento designados por Gomes (2011) foram percebidos no Globo Esporte, no sentido que Alex Escobar assume o papel de mediador, interagindo com os telespectadores e servindo de ligação entre os repórteres e as fontes. Sua postura espontânea e descontraída traz leveza ao programa. Carol Barcellos substituiu Escobar na última edição analisada. Ela manteve o estilo descontraído do titular, acrescentando a capacidade de articulação.

Sobre o operador contexto comunicativo, verificou-se que o estúdio do Globo Esporte foi configurado para ser um ambiente que passa ao receptor o bom humor e a leveza para o horário. Em contraste com os outros programas, principalmente policiais que são exibidos pelas emissoras concorrentes. As expressões utilizadas por Alex Escobar na abertura buscam estabelecer uma relação próxima, deixando o telespectador confortável, como “É meu amigo, muito boa tarde”, “É isso aí, boa tarde pra você”.

Com base no operador do pacto sobre o papel do jornalismo, o Globo Esporte intenciona trazer uma cobertura de diversas modalidades esportivas, porém a ênfase predominante ficou com o futebol. Considerando as premissas do jornalismo, as edições do Globo Esporte analisadas evidenciaram a factualidade, o interesse público e a objetividade. Tomando por base o operador de análise do modo de endereçamento da organização temática, o Globo Esporte prioriza o futebol, destinando ênfase aos assuntos relacionados ao Flamengo, inclusive exibindo um programa especial no dia 25/11.

Dessa forma, pode-se perceber nessa pesquisa que os operadores de análise do modo de endereçamento evidenciaram a presença da ligação entre informação e entretenimento no Globo Esporte, visto que o programa possui mediadores que informam, mas mantêm uma relação leve e de proximidade com o telespectador; se encontra inserido num contexto comunicativo onde busca trazer descontração em meio aos jornais estaduais da emissora e policiais dos canais concorrentes, ao mesmo tempo em que tenta assegurar o cumprimento do pacto sobre o papel do jornalismo, principalmente com factualidade e objetividade; e elabora uma organização temática que prioriza os assuntos de maior repercussão no momento que foram os relacionados ao futebol e, especificamente ao Flamengo, levando em consideração também a questão local, visto que a versão nacional do Globo Esporte é transmitida diretamente do Rio de Janeiro.

Ao contrário do Globo Esporte, o Jogo Aberto possui dois mediadores, que são Renata Fan e Denílson. Eles analisam as notícias do dia como um bate-papo. O comentarista Denílson também funciona como elemento de descontração no programa. Fernando Fernandes foi o repórter mais atuante nas edições analisadas, enquanto Chico Garcia e o ex-jogador Ronaldo Giovanelli assumiram os papéis de mediadores no último programa investigado.

O contexto comunicativo do Jogo Aberto é de um cenário remete ao telespectador o ambiente de um campo de futebol. Renata Fan recebe o telespectador sempre com um sorriso

e um “Olá” para introduzir as principais informações esportivas do dia. O programa também está inserido em um horário de telejornais locais e policiais, porém, considerando a grade da emissora, se estabelece entre dois programas de culinária e bem-estar.

Considerando o pacto sobre o jornalismo, as premissas da atualidade, interesse público e liberdade de expressão e de opinião se destacaram na análise do Jogo Aberto, enquanto na organização temática, a ênfase foi dada, assim como no Globo Esporte, ao futebol e ao Flamengo. A diferença foi observada na abordagem do Palmeiras, quando Vanderley Luxemburgo foi anunciado como treinador.

Diante disso, verificou-se que, assim como no Globo Esporte, os operadores de análise do modo de endereçamento confirmaram a relação de embaralhamento entre informação e entretenimento na configuração do Jogo Aberto, no sentido que os mediadores trazem as notícias e comentários, mas dando ênfase ao bom humor; o contexto comunicativo onde o programa se situa compreende os telejornais locais e policiais das emissoras concorrentes e os programas de culinária e bem-estar da Rede Bandeirantes, sendo necessário trazer a leveza como opção para o telespectador; enfatiza o pacto sobre o papel do jornalismo evidenciando principalmente a atualidade e liberdade de opinião; assim como fez uma organização temática que destacou as decisões do período, com foco no Flamengo, sem deixar de destacar os times paulistas para considerar a questão local.

As estratégias do infotenimento propostas para a análise também corroboraram para a percepção de que tanto o Globo Esporte quanto o Jogo Aberto estão configurados pela relação de junção entre informação e entretenimento. As seguintes tabelas esquematizam o aparecimento das estratégias do infotenimento que foram traçadas para esta pesquisa nos dois programas telejornalísticos analisados. As tabelas 1 e 2, além de traz as estratégias, assim como a quantidade de vezes e o programa em que cada uma foi observada.

**Tabela 10. Estratégias do Infotemenimento no Globo Esporte**

<b>Estratégia do Infotemenimento</b>	<b>Quantidade de vezes em que apareceu</b>	<b>Programas correspondentes</b>	<b>Total</b>
Foco à personalização, dramatização de conflitos e curiosidades.	01	Programa 1 – 18/11/2019	03
	01	Programa 3 – 02/12/2019	
	01	Programa 6 – 23/12/2019	
Textos leves e atraentes com linguagem clara e coloquial.	01	Programa 4 – 09/12/2019	01
Temática com enfoque no aspecto lúdico do fato.	01	Programa 1 – 18/11/2019	02
	01	Programa 4 – 09/12/2019	
Importância dada ao papel da audiência.	01	Programa 1 – 18/11/2019	01
Entradas ao vivo.	01	Programa 2 – 25/11/2019	02
	01	Programa 5 – 16/12/2019	

**Tabela 11. Estratégias do Infotemenimento no Jogo Aberto**

<b>Estratégia do Infotemenimento</b>	<b>Quantidade de vezes em que apareceu</b>	<b>Programas correspondentes</b>	<b>Total</b>
Foco à personalização, dramatização de conflitos e curiosidades.	01	Programa 5 – 16/12/2019	02
	01	Programa 4 – 09/12/2019	
Textos leves e atraentes com linguagem clara e coloquial.	01	Programa 1 – 18/11/2019	02
	01	Programa 2 – 25/11/2019	
Temática com enfoque no aspecto lúdico do fato.	01	Programa 1 – 18/11/2019	01
Importância dada ao papel da audiência.	01	Programa 3 – 02/12/2019	01
Entradas ao vivo.	01	Programa 6 – 26/12/2019	01

No Globo Esporte, o foco à personalização, dramatização de conflitos, destacando histórias pessoais e de superação e curiosidades, foi visto no destaque ao atleta Gabriel Barbosa como ídolo do Flamengo e das crianças, na comparação de histórias de vida como a de Leandro Castán e Melissa, bem como no realce de aspectos como o jogo recreativo *pedra, papel e tesoura*, usado para decidir quem cobraria uma falta. Os textos leves e atraentes com linguagem clara e coloquial estiveram presentes durante todo o programa que utilizou de

trilha e efeitos sonoros para ilustrar as matérias. O enfoque no aspecto lúdico do fato esteve presente até em relato sobre uma cobrança de pênalti, onde a garrafa atingida pelo chute do atleta do Botafogo ganhou destaque no programa de 18/11. A importância do papel da audiência foi considerada na ênfase aos *memes* e brincadeiras das redes sociais, como na reportagem do dia 18/11 sobre o jogador Ribamar. As entradas ao vivo trouxeram a dinâmica do jornalismo, mas também a descontração, como na ocasião da apresentação do Globo Esporte em 16/12 direto de Doha, no Catar, onde Alex Escobar brincou com torcedores.

No Jogo Aberto, o foco a personalização, conflitos, histórias pessoais e curiosidades foi observada no destaque ao jogador Gabriel Barbosa e ao técnico Vanderley Luxemburgo. Os textos leves com linguagem coloquial são característicos dos programas analisados, onde os comentários foram conduzidos como um bate-papo entre Renata Fan e Denílson. O enfoque no aspecto lúdico do fato foi visto na utilização de brincadeiras para repercutir as vitórias e derrotas dos times. A estratégia do infotainment da importância dada ao papel da audiência se deu por meio das participações nas redes sociais e na enquete do dia 16/12. As entradas ao vivo trouxeram dinamismo e ambientaram o telespectador a notícia, como foi o caso do repórter Felipe Kieling, que no dia 23/12 mostrou o clima de tranquilidade de Londres, na Inglaterra após o título mundial conquistado pelo Liverpool.

Diante disso, foi possível, a partir dessa abordagem, verificar que o entretenimento, para além de uma relação de prejuízo ou benefício, configura o telejornalismo esportivo de TV aberta, particularmente o Globo Esporte da TV Globo e Jogo Aberto da TV Bandeirantes. Com base nos pressupostos de gênero e formatos jornalísticos e televisivo, operadores de análise dos modos de endereçamento e estratégias de infotainment, o embaralhamento entre informação e entretenimento constitui a estrutura dos programas telejornalísticos esportivos analisados.

Essa pesquisa não tem o objetivo de esgotar a abordagem sobre o tema, mas pretende servir como estímulo para que a relação entre informação e entretenimento nos programas telejornalísticos esportivos seja alvo de mais reflexões e análises.

## REFERÊNCIAS

- ASSIS, Francisco; MARQUES DE MELO, Jose. **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. Intercom – RBCC, São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016.
- BEZERRA, Ed Pôrto. **Televisão digital: do Japão ao Brasil**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, a. I, n. 01, jul./dez. 2008. Disponível em: . Acesso em: 06 jan. 2020.
- BADENES, Sara Ortells. La Consolidación de los Programas de Infoentretenimiento en el Programa Televisivo Español. **Fórum de Recerca**, n. 16, pp. 279-293, 2011.
- CARDOSO, Marcelo. **O jornalista esportivo e o atleta-colaborador: parceria, aprendizado ou concorrência**. Revista Comunicare, Volume 17 – Edição 2 - 2º Semestre de 2017. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/12/Artigo-4-O-jornalista-esportivo-e-o-atleta-colaborador-parceria-aprendizado-ouconcorr%C3%Aancia.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2021
- CARTOLA FC. **Cartola FC – Escale seu time!**. Disponível em:< <https://globoesporte.globo.com/cartola-fc/>>. Acesso em: 13 de jul. 2019.
- CASCÃO, Lucas Alexandre.**Redes Sociais na Internet e os caminhos da informação no Jornalismo Esportivo**. Monografia. (Comunicação Social/Jornalismo). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/3466>>. Acesso em: 11 ago. 2021
- CESAR, Edu. **Léo Batista no "Esporte Espetacular" (1976)**. Youtube, 07/12/2013. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=X5YwAPo0gk>>. Acesso em: 12 nov. 2020
- CHAGAS, Viktor. **Uma alternativa para escapar à tabloidização ou uma forma de tabloidização alternativa?** O mercado brasileiro de jornais populares e a economia política da imprensa escrita. Revista Brasileira de Ciência Política, no 22. Brasília, janeiro - abril de 2017, pp 7-48.
- COSTA, Lailton Alves da. **Jornalismo Brasileiro: caminhos e dúvidas para o estudo dos gêneros jornalísticos nos cinco maiores jornais do País**. In:XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Anais, Santos, 2007. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2197-1.pdf> > Acesso em: 08 mar. 2021.
- CRUZ, Júnio Nogueira da. **A trilha sonora como produtora de sentido no telejornalismo: uma análise da utilização de sons no Esporte Espetacular e no Jornal Nacional**. Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação, Juiz de Fora, 2014. Disponível em: < <https://www.ufjf.br/facom/files/2014/03/MONOGRRAFIA-J%c3%9aRIO.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2021

DAGA, Bianca. **Renata Fan: 'Mulheres não têm que ter privilégios'**. ESPN, 15/11/2017. Disponível em: < [http://www.espn.com.br/noticia/743408\\_renata-fan-mulheres-nao-tem-que-ter-privilegios](http://www.espn.com.br/noticia/743408_renata-fan-mulheres-nao-tem-que-ter-privilegios)> . Acesso em: 10 ago. 2021

DEJAVITE, Fábila Angélica. **O jornal diário impresso e a prática do infotimento: o caso da Gazeta Mercantil**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

\_\_\_\_\_, Fabia Angélica. **INFOtenimento: Informação + Entretenimento no Jornalismo**. São Paulo: Paulinas/Sepac, 2006.

DICAS CARTOLA. **Cartola FC, o fantasy game oficial do Brasileirão**. Disponível em: < <https://www.dicascartola.com.br/noticias-do-cartola-fc/cartola-fc-fantasy-game-campeonato-brasileiro/>> Acesso em 13 de jul. 2019.

FALCÃO, Carlysângela Silva. **O infotimento jornalístico em rede: reconfigurações e desafios do jornalismo contemporâneo**. Tese de doutorado, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/25340>> . Acesso em: 15 mai. 2021

FANTÁSTICO. **Gols do Fantástico: Flamengo vence o Grêmio fora de casa e segue líder**. Globoplay, 17/11/2019. Disponível em: < <https://globoplay.globo.com/v/8094650/?s=0s>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

FOLHA DE S. PAULO. **Um em cada cinco brasileiros torce para o Flamengo, aponta Datafolha**, 17.set.2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/09/um-em-cada-cinco-brasileiros-torce-para-o-flamengo-aponta-datafolha.shtml>> Acesso em: 03 jan. 2020

FONSECA, Izabela Pereira. **Redes Sociais e Jornalismo Esportivo: análise do uso dessas ferramentas em transmissões ao vivo de rádio e TV**. Trabalho de Conclusão de Curso. (Bacharel em Comunicação Social) Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/facom/files/2013/11/Redes-Sociais-e-Jorn-Esportivo-IzabelaPereiraFonseca.pdf>>. Acesso em: 11 ago. 2021

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silva. **A subordinação do jornalismo à lógica capitalista da indústria cultural**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 17, abril 2002. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3158/2429>> . Acesso em: 03 mai. 2020.

GENRO FILHO, Adelmo. **Segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1987.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª edição, Editora Altas, São Paulo, 2002

GLOBO ESPORTE BA. **'Casa, Café e Cartola': confira as dicas do quadro do GE para montar a escalção do jogo.** Globoplay, 04/12/2019. Disponível em: < <https://globoplay.globo.com/v/8139787/>>. Acesso em: 10 ago. 2021

**GLOBOPLAY.** Disponível em: < <https://globoplay.globo.com/>>. Acesso em: 07 ago. 2020

GOMES, Itania Maria Mota. **Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise,** Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-compós, abril de 2007.

\_\_\_\_\_. **Infotainment na televisão.** XVIII Encontro da Compós, na PUCMG, Belo Horizonte, Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2009.

\_\_\_\_\_. Metodologia de Análise de Telejornalismo. In: GOMES, Itania Maria Mota, organizadora. **Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo,** EDUFBA, Salvador, 2011.

JOGO ABERTO. <https://www.band.uol.com.br/esportes/jogo-aberto>.

KASKUS, Gregory. **Humor no jornalismo esportivo televisivo atual: estudo de uma tendência a partir da análise do programa “Jogando em Casa”;** Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo), Escola de Comunicação – ECO, Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Rio de Janeiro, 2013.

LUCCHESI, Ivo. **Capitalismo e jornalismo,** Observatório de Imprensa, Ed. 335, 27/06/2005. Disponível em: < <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/capitalismo-e-jornalismo/>>. Acesso em: 03 mai. 2020.

MARÍN, Elizara Carolina. **Entretenimento: uma mercadoria com valor em alta.** Movimento, vol. 15, núm. 2, abril-junho, 2009, pp. 211-231 Escola de Educação Física, Rio Grande do Sul. Disponível em: < <https://seer.ufrgs.br/Movimento/article/view/3055>>. Acesso em: 05 mai. 2020

MARQUES DE MELO, José. **Panorama diacrônico dos gêneros jornalísticos.** In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Anais, Caxias do Sul, 2010. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2215-1.pdf>>. Acesso em: 14 mar. 2021

MATTOS, Sérgio. **Um perfil da TV brasileira: (40 anos de história: 1950-1990).** Salvador: ABAP, 2000.

\_\_\_\_\_. **História da Televisão Brasileira: Uma visão econômica social e política.** 5ª ed. ver. e ampl. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

\_\_\_\_\_. A evolução histórica da televisão brasileira. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica,** Insular, Florianópolis, 2010, pp. 23-55.



MEMÓRIA GLOBO. **Esporte Espetacular**. Evolução. 2008. Disponível em: < <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporteespetacular/historia/>> Acesso em: 02 out. 2020.

\_\_\_\_\_. **Globo Esporte**. Evolução. 2004. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/globo-esporte/evolucao/>> Acesso em: 02 out. 2020.

\_\_\_\_\_. **Globo Esporte**. Cenários. 2012. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/globo-esporte/cenarios/>> Acesso em: 02 out. 2020.

\_\_\_\_\_. **Regis Rösing**. Perfil Completo. 2015. Disponível em: < <https://memoriaglobo.globo.com/perfil/regis-rosing/perfil-completo/> >. Acesso em: 15 mai. 2021

MUNDO FANTASY. **A História e Evolução dos Fantasy Sports**. Disponível em: <<https://mundofantasy.com.br/artigos/2016/a-historia-e-evolucao-dos-fantasy-sports/>>. Acesso em: 13 de jul. 2019.

NEVES, Thalita. **Aspectos da história do jornalismo esportivo**. In: Alcar Sudeste 2018, V Encontro Sudeste da História da Mídia. Disponível em:<[www.ufrgs.br/alcar/sudeste/at\\_download/file](http://www.ufrgs.br/alcar/sudeste/at_download/file)>. Acesso em: 08 mai. 2020.

OLIVEIRA, Roberta. **Jornalismo esportivo/ entretenimento: a construção identitária das edições carioca e paulista do Globo Esporte**. Dissertação de mestrado em comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2013.

OSELAME, Mariana Corsetti. **Padrão Globo de Jornalismo Esportivo**. Famecos/PUCRS, n<sup>o</sup> 24 2010/2, Porto Alegre n<sup>o</sup> 24 2010/2. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/9026>>. Acesso em: 23 set. 2019.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. **O predomínio do entretenimento no jornalismo esportivo brasileiro**. São Paulo: Umiversidade de São Paulo, 2015. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-17112015-092450/pt-br.php>>. Acesso em: 19 dez. 2019

PEREIRA, Vinicius Andrade. **Entretenimento como linguagem e multissensorialidade na comunicação**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Anais, Manaus, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1691-1.pdf>>. Acesso em: 17 dez. 2019.

PORTAL IMPRENSA. **Pesquisa do Ibope aponta que tempo dedicado ao esporte na TV cresceu 53%**. Publicada em 16/07/2014. Disponível em: <<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/66895/pesquisa+do+ibope+aponta+que+tempo+dedicado+ao+esporte+na+tv+cresceu+53>>. Acesso em: 29 mar. 2020.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: Um Perfil Editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

\_\_\_\_\_. **Gêneros e formatos Jornalísticos na Televisão brasileira.** In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Anais, Curitiba, 2009. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2902-1.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2021.

\_\_\_\_\_. 60 anos de jornalismo na TV brasileira: percalços e conquistas. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**, Insular, Florianópolis, 2010, pp.57-81.

RIBEIRO, Luciano Andrade. Jornalismo empreendedor: uma reflexão inovadora acerca da construção de conhecimento na Internet. In: GROLL, Marcus Von. **Capítulo 3: A Televisão e a Evolução do Jornalismo Esportivo**, 2016. Disponível em:< <http://travinha.com.br/2016/01/14/leia-historia-do-jornalismo-esportivo-capitulo-3-a-televisao-e-a-evolucao-nas-transmissoes/>>. Acesso em: 18 abr. 2020.

ROCHA, Paula Roberta Santana. **Jornalismo de Infotainment: sensacionalismo, entretenimento e *fait divers***. Revista Temática, Ano VIII, n. 07 – Julho/2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/23675/0>>, Acesso em: 04. Nov. 2021

SIMPLICIO, Raissa. **Gabigol: os bastidores e os detalhes da construção de um ídolo.** Goal.com. 06/03/2020. Disponível em: < <https://www.goal.com/br/not%C3%ADcias/gabigol-os-bastidores-e-os-detalhes-da-construcao-de-um/adeogtvvctd71fqx5t0i8nun5>>. Acesso em: 10 ago. 2021

SOARES, Renato Ribeiro. **Esporte Espetacular.** Memória Globo, Entrevista, 2011. Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/esporte/telejornais-e-programas/esporte-espetacular/>>. Acesso em 05 out. 2020.

SOUSA, Li-Chang Suen Cristina Silva. **Cobertura esportiva na televisão:jornalismo ou entretenimento?**. Dissertação de Mestrado. Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005. Disponível em: < <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/3427>>. Acesso em: 01 out. 2020.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira.** São Paulo: Summus Editorial, 2004.

TOSTA, Angelo Ambrósio. **O entretenimento no telejornalismo esportivo público: Análise dos programas "No Mundo da Bola" e "Cartão Verde.** Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014.

UOL ESPORTE VÊ TV. **Denilson nega problema ou briga com Neto, mas diz não 'querer convívio'** UOL, São Paulo, 11/05/2021. Disponível em: < -<https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/2021/05/11/denilson-nega-problema-ou-briga-com-neto-mas-diz-nao-querer-convivio.htm?cmpid>>. Acesso em: 10 ago. 2021

VAQUER, Gabriel. **Band volta a exibir "Esporte Total", que já teve Luciano, Kajuru e Datena**. Uol Esporte Vê TV. Uol Esporte. Aracaju, 2021. Disponível em <<https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/2021/01/29/apos-14-anos-band-volta-com-esporte-total-eterno-concorrente-do-ge.htm>>. Acesso em: 10 abr. 2021

VIEIRA, Gregory Kaskus. **Humor no jornalismo esportivo televisivo atual – estudo de uma tendência a partir da análise do programa “Jogando em Casa”**. Monografia. Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/3799/1/GKaskus.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2021

VILELA, Angélica. **Pesquisa mapeia gastos com entretenimento e mídia no Brasil**. Exame, Brasil, entretenimento, mercados e negócios, 01/11/2019. Acesso em: <<https://exame.com/entretenimento/pesquisa-mapeia-gastos-com-entretenimento-e-midia-no-brasil/>>. Acesso em: 06 mai. 2020.

VON GROLL, Marcus. **A História do Jornalismo Esportivo**, 2016. Disponível em: <<http://travinha.com.br/category/historia-dos-esportes/jornalismo-esportivo/a-historia-do-jornalismo-esportivo/>> Acesso em: 08 mar. 2020.

### **Lista dos programas telejornalísticos esportivos analisados**

Programa 1 - GLOBO ESPORTE. **Vídeos do dia**. Globoplay, 18 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/globo-esporte-rj/p/5229/data/18-11-2019/>> Acesso em: 20 mai. 2020.

Programa 2 – GLOBO ESPORTE. **Vídeos do dia**. Globoplay, 25 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/globo-esporte-rj/p/5229/data/25-11-2019/>>. Acesso em: 20 mai. 2020

Programa 3 – GLOBO ESPORTE. **Vídeos do dia**. Globoplay, 02 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/globo-esporte-rj/p/5229/data/02-12-2019/>>. Acesso em: 20 mai. 2020

Programa 4 – GLOBO ESPORTE. **Vídeos do dia**. Globoplay, 09 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/globo-esporte-rj/p/5229/data/09-12-2019/>>. Acesso em: 20 mai. 2020

Programa 5 – GLOBO ESPORTE. **Vídeos do dia**. Globoplay, 16 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/globo-esporte-rj/p/5229/data/16-12-2019/>>. Acesso em 20 mai. 2020

Programa 6 – GLOBO ESPORTE. **Vídeos do dia**. Globoplay, 23 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/globo-esporte-rj/p/5229/data/23-12-2019/>>. Acesso em 20 mai. 2020

Programa 1 – JOGO ABERTO. **Programa completo.** Canal oficial do Youtube, 18 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nC7ZMPzRS hQ>>. Acesso em: 21 mai. 2020

Programa 2 – JOGO ABERTO. **Programa completo.** Canal oficial do Youtube, 25 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0M7Oxetj5 nc>>. Acesso em: 21 mai. 2020

Programa 3 – JOGO ABERTO. **Programa completo.** Canal oficial do Youtube, 02 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eUJbfYyIk 58>>. Acesso em: 21 mai. 2020

Programa 4 – JOGO ABERTO. **Programa completo.** Canal oficial do Youtube, 09 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yIARImY w7M>>. Acesso em: 21 mai. 2020

Programa 5 – JOGO ABERTO. **Programa completo.** Canal oficial do Youtube, 16 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=WMje7ZP 6844>>. Acesso em: 21 mai. 2020

Programa 6 – JOGO ABERTO. **Programa completo.** Canal oficial do Youtube, 23 de dezembro de 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HsUYqXdP zsU>>. Acesso em: 21 mai. 2020

## ANEXOS

## ANEXO A – LISTA DE PAUTAS DO GLOBO ESPORTE POR TEMA E MODALIDADE

<b>Data da edição</b>	<b>Pauta</b>	<b>Modalidade</b>
18/11/2019	Gabigol garante vitória do Flamengo sobre o Grêmio	Futebol
	Max Verstappen vence GP Brasil de Fórmula 1	Automobilismo
	Fortaleza e Chapecoense vencem, e Palmeiras e Bahia empatam pelo Campeonato Brasileiro	Futebol
	Seleção Brasileira faz treino aberto e tem 5 mudanças para o jogo contra a Coreia.	Futebol
	Seleção vence o México de virada e Tetracampeão do Mundial Sub-17.	Futebol
	Argentina vence o Brasil por 1 a 0 na decisão do Torneio de Tenerife Sub-23.	Futebol
	Stefanos Tsitsipas conquista o Torneio dos Campeões de tênis.	Tênis
	Pâmela Rosa vence etapa do Rio de Janeiro do STU OPEN.	Skate
	Tite busca vitória contra a Coreia do Sul para afastar má fase da Seleção brasileira	Futebol
	Vasco aposta em Ribamar para vencer o Goiás em São Januário.	Futebol
	Botafogo e Fluminense ainda lutam para sair da zona do rebaixamento.	Futebol
25/11/2019	Além do Flamengo, William Arão também é bicampeão da Libertadores	Futebol
	Torcedores e jogadores tentam explicar a paixão pelo Flamengo.	Futebol
	Torcedores rubro-negros se envolvem em confusão após comemoração em massa no Centro do Rio.	Futebol
	Com gol de Diego Souza, Botafogo vence o Corinthians pelo Brasileirão.	Futebol
	Presença importante na final da Libertadores, Diego comenta volta por cima no Flamengo.	Futebol
	Jorge Jesus ganha título de cidadão honorário do Rio de Janeiro.	Futebol
	Diego valoriza talento de Bruno Henrique na campanha rubro-negra.	Futebol
	Grêmio vence o Palmeiras e ajuda o Flamengo a ser campeão brasileiro.	Futebol
	Confirma os gols de Bruno Henrique pela Taça.	Futebol
	Torcedores do Fla voltam ao estádio da conquista da Libertadores e relembram a emoção da partida.	Futebol
	Festa da torcida rubro-negra continua nessa segunda-feira.	Futebol

	Após título na Libertadores e Brasileirão, William Arão e Bruno Henrique participam do Globo Esporte.	Futebol
	Flamengo festeja título da Libertadores e do Brasileiro no mesmo fim de semana.	Futebol
02/12/2019	Botafogo e Fluminense ainda lutam para não serem rebaixados no Brasileirão.	Futebol
	Confira os gols da rodada do Brasileirão	Futebol
	Campeonato holandês teve lance maluco.	Futebol
	Flamengo vence o Palmeiras por 3 a 0 e é campeão do Brasileiro Sub-20.	Futebol
	Flamengo vence o Palmeiras e quebra recordes no Brasileirão.	Futebol
	Lewis Hamilton vence o GP de Abu Dhabi, última corrida do ano.	Automobilismo
	Vascaína com doença rara quer ser médica e se inspira em Castán.	Futebol
	Diego Hypólito anuncia aposentaria na ginástica artística;	Ginástica Artística
09/12/2019	Botafogo empata com Ceará e não consegue vaga na Copa Sul-americana.	Futebol
	Confira os gols da última rodada do Brasileirão	Futebol
	Santos goleia O Flamengo na despedida do Brasileirão.	Futebol
	Wada exclui Rússia de grandes competições por quatro anos por problemas com doping.	Comitê Olímpico
	Com dois gols de Evanílson, Flu vence o Corinthians e termina o ano classificado para a Sul-americana.	Futebol
	Torcida vascaína comparece em peso para empate do Vasco com a Chapecoense no Maracanã.	Futebol
16/12/2019	Diego Alves conta a importância da torcida nos jogos do Flamengo e relembra seus melhores momentos no clube.	Futebol
	Elenco do Flamengo faz reconhecimento do gramado.	Futebol
	UFC tem noite de gala com Amanda Nunes mantendo o cinturão e boas vitórias de brasileiros	Artes Marciais Mistas
	Daniel Serra é tricampeão da Stock Car.	Automobilismo
	Seleção Brasileira feminina goleia o México.	Futebol
	Flamengo conclui a negociação de Pedro Rocha com o Cruzeiro.	Futebol
	Jorge Jesus e Rafinha falam sobre a semifinal do Mundial.	Futebol
	Massagista do Al Hilal é brasileiro e já trabalhou com Jorge Jesus.	Futebol
	Retrospectiva do Flamengo tem tragédia, títulos e gols em 2019.	Futebol
23/12/2019	Após título mundial no surf, Ítalo Ferreira busca medalha olímpica.	Surf
	Mesmo com o vice mundial, Flamengo volta ao Rio de Janeiro e recebe carinho da torcida.	Futebol
	Repórter mostra festa de jogadores do Liverpool e fala sobre novo caso de racismo na Inglaterra.	Futebol

	Alérgico a falha? Destaque do Timberwolves não segue lema e time perde para o Trail Blazers.	Basquete
	Ítalo Ferreira chega com a taça de campeão mundial a Natal	Futebol
	Flamengo é campeão da Supercopa Sub-20 em cima do Palmeiras.	Futebol
	Reis do drible apresentou lindos lances de habilidades e novidades da Central do mercado.	Futebol
	Central do Mercado: Santos escolhe novo treinador e Flamengo tenta segurar Bruno Henrique.	Futebol

## ANEXO B – LISTA DE PAUTAS DO JOGO ABERTO POR TEMA E MODALIDADE

<b>Data da edição</b>	<b>Pauta</b>	<b>Modalidade</b>
18/11/2019	Mengão na final do Brasileirão Sub-20.	Futebol
	Domingão agitado no melhor basquete do mundo.	Basquete
	Quadro: Giro pelo mundo	Automobilismo e Tênis
	Mais perto do título! Flamengo vence o Grêmio por 1 a 0 em Porto Alegre.	Futebol
	Empate na disputa pela Libertadores. Corinthians e Inter ficam no 0 a 0 em Itaquera.	Futebol
	Jogou a toalha! Palmeiras empata com o Bahia e já pensa em 2020.	Futebol
	Quadro: É gol	Futebol
	Igualdade na Vila! Santos e São Paulo mediram forças na Baixada.	Futebol
	Tetracampeão! Brasil vence o México e leva título do Mundial Sub-17.	Futebol
	Gabigol nos braços da criançada!	Futebol
	Quadro: Giro pelo Brasil	Basquete e Artes, Marciais Mistas
	25/11/2019	Quadro: É gol
Brasileirão dos gringos! Santos goleia o Cruzeiro e assume a vice-liderança		Futebol
Clássico Texano! Com Doncic inspirado, Mavericks batem Rockets.		Basquete
Quadro: Giro pelo Brasil		Futebol
Mister títulos! Flamengo conquista a Libertadores e o Brasileirão.		Futebol
Bicampeão da Libertadores! Flamengo vence o River Plate e conquista a América.		Futebol
Artilheiro da América! Flamengo conquista a Libertadores com dois de Gabigol.		Futebol



	Festa completa! Gabigol e Bruno Henrique se consagram com o bi do Mengão.	Futebol
	Nos braços da Nação! Milhares de torcedores comemoram o bi da Libertadores	Futebol
	Presente para o rubro-negro! Grêmio vence o Palmeiras e dá título ao Flamengo.	Futebol
	Foi por segundos! São Paulo empata com o Ceará na Arena Castelão.	Futebol
	Poderia ser pior! Com pênalti no fim, Inter e Fortaleza ficam o empate.	Futebol
	Choro do Imperador, provocação ao Palmeiras... A repercussão da festa rubro-negra pelo mundo.	Futebol
	Faltou acertar a mira! Corinthians ataca, mas perde para o Botafogo o Rio.	Futebol
02/12/2019	Quadro: É gol	Futebol
	Quadro: Giro pelo mundo	Basquete
	Protestos e demissões! Flamengo vence por 3 a 1 e afunda o Verdão na crise.	Futebol
	Fim da linha! Mano e Mattos não resistem a derrota do Palmeiras.	Futebol
	Domínio gringo! Santos vence a Chape e se isola na vice-liderança.	Futebol
	Vaga direta na Libertadores! Grêmio vence o São Paulo e garante lugar na América.	Futebol
	Sem crise! Atlético vence o Corinthians e escapa da degola.	Futebol
	Raí e Diniz tentam explicar derrota!	Futebol
09/12/2019	Quadro: É gol	Futebol
	Quadro: Giro pelo mundo	Basquete e Artes Marciais Mistas
	Mancha azul! Queda da Raposa é marcada por vandalismo no Mineirão.	Futebol
	Rebaixamento inédito! Cruzeiro perde do Palmeiras e vai para a Série B.	Futebol
	O Cruzeiro vai jogar a Série B! Jogadores do Galo provocam o rival após rebaixamento.	Futebol
	Despedida com vitória! Inter bate o Galo em último jogo de Zé Ricardo.	Futebol
	Missão cumprida! Fluminense bate o Corinthians e garante Sul-Americana.	Futebol
	Garotada em alta! São Paulo vence o CSA na despedida da temporada.	Futebol
	Vozão permanece na primeira! Ceará empata com Botafogo e continua na Série A.	Futebol
16/12/2019	Quadro: É gol	Futebol
	Mercadão da Bola: Confirma quem chega e quem sai do seu time.	Futebol
	Quadro: Giro pelo mundo	Basquete,

		Boxe, Artes Marciais Mistas, Ciclismo e Futebol
	O professor voltou! Luxa fecha com o Palmeiras por duas temporadas.	Futebol
	Enquete: O Palmeiras fez a escolha certa em contratar Luxemburgo?	Futebol
	Grandes jogos na Liga dos Campeões! Real Madrid e Manchester City duelam nas oitavas.	Futebol
	É campeão! Veteranos do São Paulo conquistam a Legends Cup	Futebol
	Argentino no comando! Internacional anuncia o técnico Eduardo Coudet.	Futebol
	Projeto Luxemburgo! Técnico anuncia quinta passagem pelo Palmeiras.	Futebol
	Coração alvinegro! Corinthians acerta a contratação do atacante Luan.	Futebol
23/12/2019	Quadro: É gol	Futebol
	Alegria no ninho! Flamengo conquista a Supercopa Sub-20 contra o Vasco.	Futebol
	Craque solidário! D'Alessandro garante permanência no Inter.	Futebol
	Brasil no topo do surf mundial! Ítalo Ferreira é recebido com muita festa.	Surf
	Quadro: Giro pelo mundo	Basquete e Tênis
	Planeta vermelho! Firmino marca, Liverpool bate Fla e é campeão mundial.	Futebol
	Orgulho rubro-negro! Flamengo desembarca nos braços da torcida.	Futebol
	Português na Vila! Jesualdo Ferreira é anunciado pelo Santos.	Futebol
	Festa e muita provocação nas redes sociais após o título do Liverpool.	Futebol
	No escritório predileto! Renato Gaúcho curte praia e projeta 2020.	Futebol
	Revelação em alta! Michel faz mistério e declara amor pelo Goiás.	Futebol
	Parceria antiga! Denílson e Assunção relembram histórias da bola.	Futebol
	Jogo Aberto ao vivo de Londres.	Futebol