

O “Padrão Globo de Jornalismo Esportivo” dez anos depois: problematizando um consenso

“Globo’s Standard for Sports Journalism” Ten Years Later:
Discussing Consent

Marcio Telles

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória/Brasil
Doutor em Comunicação e Informação, UFRGS
tellesdasilveira@gmail.com

RESUMO: Há dez anos, o Globo Esporte, principal diário esportivo da TV brasileira, passou por mudanças significativas que atualizaram seu formato e enquadramento noticioso. Na academia, esse novo modelo é chamado de “Leifertização” do telejornalismo brasileiro, tido como o momento em que o jornalismo esportivo cedeu lugar ao entretenimento. O objetivo deste artigo é questionar esse consenso e tomar o “Padrão Globo de Jornalismo Esportivo” por seus próprios termos, a fim de construir uma moldura de questões que apontem caminhos instigantes para o desenvolvimento de novas pesquisas. Para tanto, discutiremos algumas das características do Padrão Globo de Jornalismo Esportivo, problematizando-as frente a outras literaturas além das usualmente abordadas na academia sobre jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão; Informação; Jornalismo esportivo; Entretenimento; Falação esportiva.

ABSTRACT: Ten years ago, Globo Esporte underwent significant changes that updated its format and news coverage. Scholars called this new model is called the “Leifertization” of Brazilian television journalism, taken as the moment when sports journalism gave way to entertainment. This paper aims to question this consensus by taking the “Globo’s Standard for Sports Journalism” on its terms. This way, we hope to construct a framework that points to exciting paths for the development of new research. To this end, we will discuss some of the characteristics of the Globo’s Standard for Sports Journalism, problematizing them concerning approaches beyond those usually addressed in the journalism literature.

KEYWORDS: Television; Information; Sport Journalism; Entertainment; Spreadable Media.

INTRODUÇÃO

A entrada em 2009 do jornalista Tiago Leifert como editor-chefe da edição paulista do único noticiário esportivo diário¹ da maior emissora de televisão do país é apontada como um momento de ruptura com a maneira de se fazer jornalismo esportivo televisivo até então.² As alterações promovidas pelo recém editor-chefe do programa são tanto conteudísticas – passando “[...] a priorizar o noticiário como diversão, promovendo concursos de beleza com jogadores e torcedoras, músicas, piadas direcionadas aos ‘rivais’ argentinos etc.”,³ bem como conferindo “[...] maior liberdade de linguagem, inclusive com investimento em breves comentários e com um perfil de matéria mais comportamental, voltado para o entretenimento” – quanto formais, dispensando o *teleprompter* e a bancada.⁴ Essas alterações fizeram com que “[...] cobrir esportes se transform[asse] em sinônimo de distrair o público[...]: o esporte deix[ou] a esfera da informação e pass[ou] a ter como objetivo, simplesmente, entreter”.⁵ Esse ponto de vista é confirmado pelo próprio Tiago Leifert, que constata que “[...] ninguém assiste ao jogo do Corinthians para se informar, assiste para se divertir, para torcer, xingar o juiz”.⁶

A contratação de Leifert também pode ser considerada um marco nos estudos sobre telejornalismo esportivo na academia brasileira, vide o grande número de artigos⁷ que a identificam com as mudanças no “Padrão Globo de Jornalismo Esportivo”, debruçando-se sobre o que chamam de “leifertização do jornalismo esportivo”.⁸ Apesar de abordagens distintas, essa vasta literatura parece concordar que o “engraçadismo”⁹ de Leifert faz com que “[...] o jornalismo esportivo

¹ O *Globo Esporte* está no ar de segunda a sábado desde 1978.

² OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo.

³ PADEIRO. A espetacularização do esporte e o infotimento no jornalismo esportivo: o Globo Esporte (TV) e o UOL Esporte durante a Copa do Mundo de 2014, p. 151.

⁴ PEREIRA; COUTINHO. Desafios do telejornalismo público esportivo: o caso do programa Stadium, p. 5.

⁵ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo, p. 64.

⁶ LEIFERT apud RANGEL. Globo Esporte São Paulo: ousadia e experimentalismo na produção da informação-entretenimento, p. 5.

⁷ A amostra inicial de artigos era mais extensa, mas limitam-nos a apresentar apenas a bibliografia citada neste artigo (conf. Referências).

⁸ DOS SANTOS; MEZZAROBÀ; SOUZA. Jornalismo esportivo e infotimento: a (possível) sobreposição do entretenimento à informação no conteúdo jornalístico do esporte, p. 95.

⁹ DOS SANTOS; MEZZAROBÀ; SOUZA. Jornalismo esportivo e infotimento, p. 95.

muitas vezes per[ca] o foco do que é – ou deveria ser – a sua *função social*”,¹⁰ se constituindo como um obstáculo para que as “[...] atribuições do jornalismo como *função pública* sejam contempladas na editoria de Esporte”.¹¹ A passagem de um telejornalismo focado na informação para um produto de entretenimento midiático focado na diversão do público (jornalismo de interesse público *versus* infotimento de interesse *do* público) aproximaria o telejornalismo esportivo do consumo e da publicidade,¹² através da “(con)fusão entre jornalismo e entretenimento”.¹³

A “(con)fusão” entre jornalismo esportivo/entretenimento¹⁴ é ora compreendida como “*redução do esporte ao binômio futebol-entretenimento*”;¹⁵ ora enquanto “*sobreposição*” do entretenimento à informação;¹⁶ ou ainda como “*inserção do entretenimento no jornalismo esportivo*”.¹⁷ Se redução, sobreposição ou inserção, a questão é que as fronteiras entre jornalismo e entretenimento teriam sido borradas por Leifert e o telejornalismo esportivo pós-2009, instalando o “[...] risco de se cruzar a tênue linha que separa o que é informação jornalística e o que é “perfumaria” – uma fronteira que o jornalismo esportivo parece já ter atravessado”.¹⁸ A partir daí, o telejornalismo esportivo já poderia ser considerado “apenas entretenimento”.¹⁹

Segundo essa crítica, o Padrão Globo de (Tele)Jornalismo Esportivo sequer seria jornalismo, pois “falhariá” em cumprir os rígidos requisitos da visão normativa da profissão, ao fazer com que a “busca pela verdade e preocupação com a ética e o interesse público – tend[a], aos poucos, a desaparecer”.²⁰ Para esta autora em particular, a preferência pelo tom leve e descontraído colocaria em

¹⁰ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo, p. 63, grifo nosso.

¹¹ PADEIRO. Noticiário esportivo na TV: entretenimento e promoção de grandes eventos. Uma análise do Globo Esporte (Globo/SP) e do Caderno de Esportes (Esporte Interativo), p. 12, grifo nosso.

¹² ROCCO JÚNIOR; BELMONTE. De *smoking na rave*: a polêmica Tiago Leifert - Ciclistas e a incessante busca da audiência na redução do esporte ao binômio Futebol-Entretenimento.

¹³ PENTEADO; GASTALDELLO; SILVA. Telejornalismo esportivo: cenas de apresentação e mudanças no programa Globo Esporte, p. 14.

¹⁴ E não entre *esporte* e entretenimento. Manter essa separação é importante para o argumento que apresentaremos a seguir.

¹⁵ ROCCO JÚNIOR; BELMONTE. De *smoking na rave*.

¹⁶ DOS SANTOS; MEZZAROBBA; SOUZA. Jornalismo esportivo e infotimento, p. 95.

¹⁷ JESUS. O entretenimento no jornalismo esportivo: um estudo comparativo dos programas esportivos da Rede Globo.

¹⁸ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo, p. 66.

¹⁹ AFFONSO; REFKALEFSKY. Linguagem e mídia: o caso do Globo Esporte, p. 2.

²⁰ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo, p. 64.

perigo a própria democracia,²¹ visto que reduziria o espaço da notícia/informação em prol do que ela chama, a partir de Bourdieu, de fatos *omnibus* – ou seja, *variedades*, “não-sério”.

No que também parece ser consensual à crítica teórica da “leifertização” do telejornalismo esportivo, o novo “Padrão Globo de Jornalismo Esportivo” não passa de um *epifenômeno* do capitalismo avançado/do espetáculo²²/da indústria cultural²³ e sua voraz fome por dinheiro/audiência,²⁴ que leva à “prostituição” da informação travestida de entretenimento. Frente a este cenário, a posição dos estudiosos é reativa, tendendo a reafirmar a importância do “jornalismo de interesse público” frente à sua “entretinização”,²⁵ através da insistência em manter apartados informação de entretenimento – mesmo quando reconhecem que o esporte é, por definição, tanto na prática quanto na assistência, da alçada do lazer e do entretenimento.

Essa percepção faz com que a separação pretendida tome contornos neuróticos: Oselame,²⁶ por exemplo, baseando-se em Rangel e Barbeiro,²⁷ afirma que, diferente de outras editorias, a esportiva possui um “elemento inerente único”: a emoção. Todavia, sua presença “longe de auxiliar no trabalho jornalístico, rouba a credibilidade, ignora as técnicas e atrapalha a informação”.²⁸ Ou seja, é o próprio esporte em suas especificidades que *briga* com o jornalismo, dando pistas para a leitura consensual – mas bastante autoritária – de que o esporte deveria estar sempre assujeitado às (boas) práticas jornalísticas, assim preservando o jornalismo ideal em detrimento do esporte real.

Justamente por isso, julgamos ser possível abrir novas frentes de análise sobre o fenômeno da “leifertização” em particular e, de modo geral, dos formatos narrativos (*storytelling*) sobre esportes – entre eles, o (tele)jornalismo esportivo – invertendo-se a chave de leitura, ou seja, positivando o jornalismo esportivo como

²¹ FINGER; OSELAME. Entre a notícia e a diversão: um modelo nacional de jornalismo esportivo imposto aos programas locais, p. 72.

²² ROCCO JÚNIOR; BELMONTE. De *smoking* na *rave*.

²³ RANGEL. Globo Esporte São Paulo: ousadia e experimentalismo na produção da informação-entretenimento.

²⁴ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo, p. 66.

²⁵ PATIAS. O espetáculo no telejornal sensacionalista.

²⁶ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo.

²⁷ RANGEL; BARBEIRO. Manual do Jornalismo Esportivo.

²⁸ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo, p. 66.

uma forma de entretenimento, ao mesmo tempo reconhecendo o que há de específico na editoria esportiva, de um ponto de vista inclusive histórico. Isso nos possibilitaria dois movimentos que, acreditamos, enriqueceriam o debate: 1) requisitar o auxílio de molduras teóricas interdisciplinares para pensar o atual telejornalismo esportivo; 2) inseri-lo em um contínuo histórico, a fim de melhor avaliar as (pretensas) rupturas.

O objetivo deste artigo é, portanto, tomar o “Padrão Globo de Jornalismo Esportivo” por seus próprios termos, a fim de trazer ao debate a rigidez com que os fenômenos jornalísticos são tratados pela academia. Para tanto, começaremos com um breve resumo histórico do Globo Esporte, tentando localizar seus elementos constitutivos de linguagem (tanto discursiva/jornalística quanto audiovisual) em sua especificidade histórica. Na seção seguinte, conceituaremos o que o conjunto de teóricos tem compreendido como “Padrão Globo de Jornalismo Esportivo” pós-Tiago Leifert, sobretudo Oselame,²⁹ que constituiu a moldura com que este fenômeno foi analisado desde então pela academia. Ao longo desta seção, problematizaremos algumas dessas características.

GLOBO ESPORTE

O *Globo Esporte* estreou em 14 de agosto de 1978 com “a proposta de trazer para perto do telespectador *o espetáculo e a emoção do esporte*”.³⁰ Ou seja, reconhece-se, desde o primeiro momento, como um veículo “espetacular” e não propriamente ou exclusivamente jornalístico. Este enquadramento de pensar o esporte como espetáculo – como *entretenimento* – reflete-se em decisões de vestuário, estilo e cenografia.

Nesta primeira iteração do diário, o cenário era composto por um fundo verde escuro emulando um campo gramado de futebol,³¹ com apenas o logotipo do programa acima da cabeça do âncora, no canto direito superior da tela. Apesar de escondido pelo enquadramento, a postura do apresentador, Léo Batista,

²⁹ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo.

³⁰ MEMÓRIA GLOBO. Globo Esporte, grifo nosso.

³¹ MEMÓRIA GLOBO. Globo Esporte.

pressupunha a existência da bancada e do teleprompter – elementos que serão dispensados no modelo pós-Leifert. Com o enquadramento fixo em meio plano, os antebraços e as mãos de Léo Batista não são visíveis, o que limita o leque de comunicação não-verbal do apresentador, limitada aos meneios de cabeça e às expressões faciais. Todavia, em relação à indumentária, convém observar que “a opção pelo não uso da gravata indica o início de uma ruptura com os padrões de formalidade dos apresentadores dos telejornais de conteúdos gerais, instaurada pelo telejornalismo esportivo”.³² Essa ruptura da formalidade, anunciada já por Léo Batista em 1978, ajuda a pensar a “informalidade” de Tiago Leifert mais como uma continuidade do que enquanto ruptura.

Essa continuidade é visível nas décadas seguintes. Como relatam Penteado et al.,³³ Fernando Vanucci, um dos apresentadores da década de 1980, passa a trajar camisetas básicas, o que “sugere esportividade e descontração”. De novo, o que se está a sugerir é que o telejornalismo esportivo na Rede Globo é compreendido, desde a criação do *Globo Esporte*, como pertencente a uma esfera alheia à jornalística e sua seriedade. Nesta esfera, *esportividade* casa-se com descontração e relaxamento das regras rígidas do telejornalismo de maneira mais geral, caracterizado pelo perfil de excelência do Jornal Nacional.

Na primeira década do século XXI, o Globo Esporte passa por alterações importantes que irão sedimentar a chegada de Tiago Leifert ao programa. Compreendê-las ajuda-nos a contextualizar Leifert. A primeira reformulação vem em 2001, seguida de outra em 2008, quando a atração se torna nacional, apresentado por Tino Marcos e Glenda Kozłowski. Esta repaginação já é uma resposta aos baixos índices de audiência que o programa sofria desde cerca de 2006, quando passa a perder a concorrência da faixa horária para o humorístico *Chaves*, do SBT. Segundo Rangel.³⁴ Um dos motivos percebidos pela produção do programa foi o formato “engessado” da atração, repetido há pelo menos trinta

³² PENTEADO; GASTALDELLO; SILVA. Telejornalismo esportivo: cenas de apresentação e mudanças no programa Globo Esporte, p. 51.

³³ PENTEADO; GASTALDELLO; SILVA. Telejornalismo esportivo, p. 51-52.

³⁴ RANGEL. Globo Esporte São Paulo.

anos. A solução foi pela mudança do formato e pela nacionalização da pauta.³⁵ Como conta a então editora-chefe do programa Renata Cuppen, entrevistada por Rangel,³⁶ o objetivo era “dar a este programa um caráter de *Jornal Nacional* para o assunto esporte”. Não por acaso, o programa resultante coincide com “os piores índices de audiência da história do telejornal na Grande São Paulo”.

As mudanças de formato pelo qual o programa passa em 2008 são radicais: a solenidade jornalística (implícita na comparação acima com o *Jornal Nacional*) é contraditória à “esportividade e descontração” histórica do programa; bem como a nacionalização da pauta é antitética com torcidas futebolísticas altamente regionalizadas e especializadas, salvo raras exceções. Nesse sentido, enquanto a literatura foca no programa de Leifert (pós-2009) como o momento de “ruptura radical” com o passado do *Globo Esporte*, de uma perspectiva histórica, a versão entre 2008 e 2009 é muito mais disruptiva.

Desse ponto de vista, Tiago Leifert surge para atualizar algumas das diretrizes que já faziam parte do programa, a saber: descontração, entretenimento e regionalização. São elas que explicam a alocação da faixa horária do diário e a concorrência com outras formas televisuais de entretenimento, como o seriado *Chaves*. Leifert, então repórter do SporTV, passa a acumular o posto de editor-chefe da versão paulista do *Globo Esporte* a partir de 12 de janeiro de 2009. Apesar dos primeiros programas terem sido marcados por problemas técnicos,³⁷ os bons índices de audiência fizeram com que a Globo optasse por repetir o novo modelo em suas outras praças. Que modelo é esse? Na próxima seção, discutiremos algumas das características identificadas na literatura e que compõem o novo “Padrão Globo de Jornalismo Esportivo” (PGJE).

³⁵ Desde a década de 1970, o programa era regionalizado, ao menos em algumas partes dos seus 23 minutos de duração e em algumas praças (São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco e Ceará).

³⁶ RANGEL. *Globo Esporte São Paulo*, p. 3.

³⁷ RANGEL. *Globo Esporte São Paulo*.

CARACTERÍSTICAS DO PADRÃO GLOBO DE JORNALISMO ESPORTIVO

Entre os autores mais citados na literatura sobre o PGJE estão Mariana Oselame e Patrícia Rangel. Também são as duas primeiras a se debruçarem sobre o fenômeno, com abordagens distintas. Enquanto Rangel opta por fiar-se ao *newsmaking* e tentar compreender as lógicas dos agentes (a editora Renata Cuppen e o próprio apresentador Tiago Leifert) na produção do telejornal, Oselame oferta uma crítica hermenêutica em que idealiza um padrão de jornalismo de “interesse público” em detrimentos de outras modalidades. Isso é importante para seu argumento de que o *Globo Esporte* sob Leifert *não é jornalismo*. Segundo Oselame,

[...] quando a lógica da produção é o entretenimento, o compromisso com os princípios e técnicas básicas do jornalismo – apuração, checagem dos fatos, relacionamento com as fontes, busca pela verdade e preocupação com a ética e o interesse público – tende, aos poucos, a desaparecer.³⁸

Esta afirmação desenha um espectro de definições em que entretenimento e jornalismo ocupam polos opostos. Nele, “informação” está no polo do jornalismo. Como o entretenimento é o avesso do jornalismo, ele se torna a negação de toda informação. A força dessa polarização enviesa a análise de Oselame, fazendo com que conceitue todos os traços que identifica do PGJE como negativos (e como *negação do jornalismo*): banalização da notícia, descaso com a técnica jornalística, exacerbação do humor, reinterpretação do conceito de criatividade, empobrecimento do texto e tendência a transformar o jornalista em notícia.

A moldura erigida por Oselame é identificada diversas vezes pelos autores que se debruçam sobre o Padrão Globo de Jornalismo Esportivo.³⁹ Como dito anteriormente, acreditamos que essa é uma abordagem problemática por impedir que se apreenda o fenômeno por ele mesmo, pois seu diagnóstico já vem pronto: a “banalização” da notícia é fruto da opção da emissora pelo lucro. Ainda que a briga pela audiência seja um dos motivos para se desencadearam as mudanças, como vimos, ele não é o único. Mais do que uma ruptura, a mudança em 2009 é uma “atualização” do *Globo Esporte* para novas gerações – e é isto que

³⁸ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo, p. 64.

³⁹ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo.

deve ser avaliado, para bem ou para mal. A seguir, analisaremos as características identificadas por Oselame.

Banalização da notícia e descaso com a técnica jornalística

A “banalização da notícia” é descrita por Oselame⁴⁰ como o processo pelo qual a informação é “travestida” de entretenimento, normalmente através de técnicas literárias e narrativas que não seguem o modelo de lide; assim como a opção por histórias de “interesse humano” (*fait divers; omnibus*) que servem de gancho para o enquadramento das reportagens. Com isso, o esporte (o “jogo jogado”) deixaria de ser o foco principal para que o jornal “possa atingir uma parcela maior de telespectadores”.⁴¹ Para Oselame, seria uma licença para que os jornalistas ignorem “princípios básicos do jornalismo, como, por exemplo, o compromisso com a verdade dos fatos”.⁴² Entre esses princípios ignorados, está a “ausência de valores-notícia”: de um total de 1h31min11s de vídeo analisado do *GE SP*, “56min29s se caracterizaram pela ausência dos valores-notícia”⁴³ e, por isso, são tabulados pelas autoras como entretenimento (ou *infotainment*). Todavia, essa concepção que mantém tão apartados o entretenimento do jornalismo acaba por ignorar o papel mediador dos produtos midiáticos, e sua conseqüente produção de realidade. A insistência na separação impede compreender a ambiência midiática criada através daquilo que alguns dos teóricos do entretenimento apontam como uma espécie de “mundo duplicado”.⁴⁴ Ou seja, não reconhecer o potencial “real” do entretenimento “falso” acaba por banalizar não a notícia, mas a análise.

Como antídoto, deveríamos ser capazes de resgatar a ideia de *falação esportiva*, apresentada pelo semiólogo italiano Umberto Eco. Não se trata realmente de um conceito, mas de uma ação: uma *fala* que ocorre ao redor de um conjunto de textos midiáticos em graus distintos – esporte ao quadrado, ao cubo e

⁴⁰ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo.

⁴¹ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo, p. 65.

⁴² FINGER; OSELAME. Entre a notícia e a diversão, p. 65.

⁴³ FINGER; OSELAME. Entre a notícia e a diversão, p. 69.

⁴⁴ GABLER. *Life: the movie*.

na enésima potência.⁴⁵ É nela que se encontra uma tipologia eficiente para pensarmos os diversos graus de produção midiática em respeito ao esporte. A partir daí, poderíamos analisar em qual grau a técnica jornalística está sendo desconsiderada – se é que está. Inevitavelmente, esta análise também alteraria a “função” dessa técnica, pois a reconheceria não mais como um discurso, mas enquanto forma narrativa – o que libertaria o pesquisador a pensar o *storytelling* empregado pelos jornalistas como uma estratégia comunicacional.

Para Eco, a primeira categoria da *falação esportiva* (esporte elevado ao quadrado) ocorre quando surge o discurso sobre o esporte jogado, ou seja, quando se passa da prática individual do esporte para uma atividade a ser observado por terceiros (espetacularização). Surge então um conjunto de alteridades (o torcedor, o empresário, o acionista, o dirigente, etc.), que estabelece as complexas redes de relações entre desportistas e diletantes, entre aqueles que observam o esporte (com objetivos diversos) e aqueles que de fato o praticam. Por essa perspectiva, como bem observa Borelli,⁴⁶ o esporte, sem a dimensão simbólica, seria “apenas uma atividade regrada, praticada pelos seus atores, ficando limitada à experiência daqueles que o vivenciam”. Essa diferença sutil deveria levar a uma melhor apreensão do fenômeno esportivo no comunicacional: a pesquisa em comunicação e esporte não trata “genérica e simplesmente de esporte, mas [d]o esporte tal qual construído pelas emissoras de televisão”⁴⁷ e outras mídias. Ou seja, mesmo a construção “jornalística” do fenômeno esportivo *já seria* uma “banalização” na medida em que transpõe para outro campo de atividade humana o campo esportivo.

A segunda categoria (esporte ao cubo) é o discurso sobre o esporte assistido. Esse é o lugar por excelência do jornalismo especializado em esportes: imprensa, televisão, rádio, etc. criam um conjunto de códigos que fazem referência ao campo da partida (grau zero do esporte), mas que atua a partir e sobre a assistência, como um comentário de segundo ou até terceiro grau – isso por que, lembremos, comentaristas e jornalistas acessam o grau zero do esporte por meio de uma mediação. Esse nível compreende um tipo de “dupla codificação”

⁴⁵ ECO. *Viagem na irrealidade cotidiana*, p. 224-231.

⁴⁶ BORELLI. O esporte como uma construção específica no campo jornalístico, p. 3.

⁴⁷ FORTES. Por um salto de qualidade nas pesquisas do esporte no campo da Comunicação e do Jornalismo, p. 19.

característico: ao mesmo tempo em que se dirige ao especialista, o discurso ao cubo precisa igualmente se dirigir ao leigo. É aqui onde a maioria das análises sobre esportes nas mídias e sobre jornalismo esportivo se foca.

Eco cita uma terceira categoria que nos parece igualmente promissora: a de esporte elevado à enésima potência. Essa categoria é compreendida, nos epígonos, como “o componente auto-referencial que a imprensa esportiva demonstra ao autofocar as discussões sobre as práticas esportivas”⁴⁸ – ou seja, como um discurso da imprensa esportiva a respeito dela mesma. Nesse sentido, aqui haveria o mesmo tipo de dupla codificação do discurso esportivo, com o agravante de que um dos códigos distribuídos – o dos especialistas – não se referiria mais ao esporte, mas à própria imprensa. Para Eco, essa falação sobre a falação esportiva levaria à mistificação do discurso político, substituindo-o, e para o qual o cidadão dedicaria todas suas forças. Como afirma Marques, “a falação é o discurso fático tornado fim em si mesmo”.⁴⁹

A crítica de Eco não acrescenta em nada ao elitismo que a esquerda dos anos 1960 (o texto original é de 1969) via no esporte, identificando-o como “pão e circo” da classe assalariada. De um ponto de vista mais atual, o que Eco pareceu perceber apoiando-se em Jakobson, é que a falação esportiva é um dos primeiros – e talvez por isso mesmo o mais bem acabado – casos daquilo que Henry Jenkins recentemente nomeou de “mídia propagável”, como “algo em torno do qual se pode criar uma conversa”.⁵⁰ Ou seja, tanto na falação esportiva quanto na mídia propagável, o que conta é seu caráter de discurso fático, necessário para que se estabeleça uma ligação entre os falantes – a ligação sendo mais importante, de um ponto de vista analítico, do que o conteúdo em si. Para Jenkins, a mídia propagável “[...] se refere ao potencial – técnico e cultural – de os públicos compartilharem conteúdos por motivos próprios”.⁵¹ É claro que aqui Jenkins está pensando na customização das mídias – como memes, reapropriações e *fanfics* – mas o que ele está descrevendo é um conjunto de produtos midiáticos cuja função não é o esclarecimento através da notícia, mas a manutenção de laços sociais.

⁴⁸ MARQUES. A falação esportiva (o discurso da imprensa esportiva e o aspecto mítico do futebol), p. 4.

⁴⁹ MARQUES. A falação esportiva, p. 5.

⁵⁰ JENKINS. GREEN; FORD. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*, s/p.

⁵¹ JENKINS. GREEN; FORD. *Cultura da conexão*, s/p.

Sobretudo, essa nova tipologia ressignifica o papel do jornalismo esportivo: ele para de ser focado na “reprodução” de uma realidade externa isenta (o que lhe colocaria na falação ao quadrado) e passa a ser uma máquina de produção de discursos fáticos, que são usados pelos agentes para estabelecer interlocuções entre si (falação ao cubo). Por essa ótica, seria possível explicar, *para além dos mecanismos de representação social/cultural*, as brincadeiras, as manchetes debochadas e o pretense paroquialismo da imprensa esportiva pós-Leifert. Elas seriam estratégias para provocar o engajamento do público com os produtos comunicacionais, mas também para servir de pretexto para outras interações atravessadas. Ou seja, a “banalização” pode ser pensada como estratégia – o que exige uma apreensão maior das formas e dos conteúdos empregados.

Humor e entretenimento

Entre as mudanças de linguagem identificadas pela literatura está o apelo ao *humor*. Notemos que o sociólogo alemão Norbert Elias, em *Mozart – Sociologia de um gênio*, ao relatar o humor excêntrico e escatológico de seu objeto de estudo vê-se obrigado a levantar a ressalva: “o que, neste humor, é característico do padrão de sua sociedade, e o que é mozartiano, i.e., especificamente individual?”.⁵² Transpondo para o nosso caso, precisaríamos distinguir entre o que é próprio de Tiago Leifert como humorista, o que é da alçada da “informalidade” com a qual o esporte e o jornalismo esportivo são historicamente enquadrados pela imprensa brasileira e pela Globo em particular, e o que é interativo entre essa estrutura jornalística e a personalidade desse indivíduo.

De novo, seria preciso retomar o jornalismo esportivo por um viés histórico. Por exemplo, o trabalho do jornalista paulistano Tomás Mazzoni,

[...] cujo prestígio o levou a viajar com a seleção brasileira para a Copa de 1938, na França, não como um simples jornalista, mas como um membro oficial da delegação. [...] Mazzoni tentou formar um público leitor cativo usando como estratégia o apelo às emoções a promoção de eventos, preocupando-se em tornar menos empolada a linguagem,

⁵² ELIAS. *Mozart, sociologia de um gênio*, p. 138.

passando a inventar apelidos para os times e nomes para os clássicos.⁵³

Entre estes, estão os apelidos de Mosqueteiro e Timão para o Corinthians, e o nome de “Choque Rei” para o *derby* entre Palmeiras e São Paulo, bem como “Derby Paulista” para o encontro entre Palmeiras e Corinthians. Ou seja, pode-se pensar que a “descontração” é relativa a cada contexto específico: o abandono da gravata nos anos 1970; o uso de camiseta nos anos 1980; e o “engraçadismo” dos anos 2010 são manifestações distintas da permanência de um enquadramento específico sobre o esporte no *Globo Esporte* e em outros *loci* do jornalismo esportivo. Ou seja, a dicotomia formalidade/informalidade é contextual e precisa ser pensada de forma histórica.

Mais do que fustigar a presença do humor como estratégia narrativa empregada pelo PGJE, o interessante é tentar compreendê-lo enquanto isso, *estratégia*. O que exige responder: qual sua função? De um ponto de vista funcionalista, o entretenimento é uma das funções identificadas das notícias, como discutem um dos principais autores da abordagem, José Marques de Melo.⁵⁴ Não se pode ignorar, igualmente, que o entretenimento e o lazer podem, também, possuir “função social” democrática. Em pesquisa recente, Chong et al.⁵⁵ demonstraram que a queda na fração de votos pró-Governo Militar foi maior nos locais que passaram a receber o sinal da Rede Globo nos anos 1970, *mesmo que* o jornalismo da emissora estivesse empastelado pelo Regime. Segundo os autores deste estudo, um dos motivos destes resultados que contrariam a percepção comum deve-se à força do entretenimento da emissora que, ao exibir obras de ficção com conteúdo político, permitiu um espaço crítico nos fundões do país. Ou seja, ignorar os potenciais transformadores do entretenimento (uma pauta bastante cara aos movimentos identitários, por exemplo), é também permanecer preso a um modelo normativo de jornalismo.

Concordamos, todavia, que Tiago Leifert cortando seu próprio braço para pagar uma aposta⁵⁶ – de que duvidava que Ronaldinho Gaúcho fosse repatriado

⁵³ COSTA. Notícias esportivas: entre o jornalismo e a literatura, p. 6.

⁵⁴ MARQUES DE MELO; ASSIS. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório.

⁵⁵ CHONG; FERRAZ; FINAN; LA FERRARA. News vs Novelas: Can Entertainment TV Undermine Dictatorships?

⁵⁶ Programa exibido em 11 de janeiro de 2011.

por algum clube brasileiro – não irá derrubar governo algum. O ponto não é esse, mas sim que esse tipo de quadro – e a opção pelo entretenimento – pode ser pensado como uma maneira de incentivar a *sociabilidade* através dos conteúdos (jornalísticos ou não).

Nesse sentido, o conceito de *circulacionismo* parece ser apropriado para pensar esses cruzamentos dentro de uma ecologia midiática específica. Fausto Neto aponta para as potencialidades do termo ao pensá-lo enquanto produção de sentidos que afeta as condições de vínculos entre produtores e receptores ao longo do processo comunicacional – mas também entre receptores e receptores ao redor de uma comunicação terceira.⁵⁷ As “brincadeiras” das quais se acusa Tiago Leifert não seriam casos de má-versão jornalística, mas sim pensadas como uma proposição comunicacional direcionada à criação, manutenção e até destruição de vínculos sociais *a partir* de sua circulação: a *falação esportiva* como uma troca entre afetos e uma economia do simbólico. A troca de brincadeiras entre torcedores, amigos, colegas, etc. através do compartilhamento de mensagens midiáticas sobre o esporte indica para o uso estratégico dessas comunicações, cuja função central não seria informar, mas entreter e negociar as relações sociais.

Mais recentemente, a *filmmaker* alemã Hito Steyerl cunhou o termo *circulacionismo audiovisual* para apontar “a ideia de que quanto mais uma imagem se movimenta e circula em meios digitais ou físicos [...] mais poder ela acumula”.⁵⁸ Essas duas vertentes conjuntas apresentariam, em nossa opinião, a) uma saída objetiva para averiguar as acusações frequentes do jornalismo esportivo como entretenimento para além de críticas estruturais como sociedade do espetáculo e indústria cultural, já que o *valor* das comunicações esportivas poderiam ser averiguadas pela circulação, logo que b) o que *in-forma* a circulação das mensagens é o fato que elas são parte de uma troca interagentes em volume, onde a materialidade da circulação eventualmente realizaria sua valorização. O que parece ser “perfumaria”⁵⁹ poderia adquirir valor assim que a circulação alcançasse um grande nível de difusão, engajando os agentes na falação esportiva. A

⁵⁷ FAUSTO NETO. A circulação além das bordas.

⁵⁸ ALMEIDA; MELLO. Oh bondage! Up yours! Política das imagens e manifestações não-normativas do desejo no documentário *Lovely Andrea*, de Hito Steyerl, p. 7.

⁵⁹ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo.

transformação de valor não seria baseada (apenas) nas propriedades intrínsecas dos objetos ou das mensagens de um ponto de vista jornalístico (na “qualidade da informação”), mas *emergiria* como efeito da circulação. Tiago Leifert e suas opções narrativas pelo *storytelling* e pelo entretenimento podem ser pensados como *estratégias comunicacionais* a fim de gerar *circulação* entre os circuitos de sociabilidade dos telespectadores. Esse entendimento poderia levar a novos modos de interação entre instituições esportivas, mídias esportivas e atores sociais consumidores/espectadores dessas comunicações.

Emoção e criatividade

Para Rangel e Barbeiro,⁶⁰ ainda que a emoção seja o “elemento único” da editoria, o envolvimento emocional dos repórteres com o esporte pode ser tão arrebatador que os tornaria incapazes de acompanhar os estritos métodos jornalísticos de obtenção de informação. A afirmação aqui está baseada menos na separação entre afeto e razão, e mais na percepção de que, como *fãs* de clubes, os jornalistas esportivos teriam dificuldades em afastar o seu “lado torcedor” de qualquer análise. A emoção do torcedor seria, então, uma ameaça à boa prática de “imparcialidade” jornalística.

Como bem nota Cohan,⁶¹ todavia, os aficionados por altas formas culturais como música, arte e literatura são geralmente creditados com capacidades analíticas *a partir* de sua condição de fã, vista como requisito básico dessas editorias. Ainda assim, tanto nos esportes quanto na cultura, a condição de fã precisa ser domada a partir do distanciamento emocional. A permanência dessa distância aponta para um preconceito de classe dos jornalistas, que tentam se diferenciar do “mero” fã – compreendido como *irracional* – a partir da distinção própria do substrato intelectual da classe, a *racionalidade*. Lembramos que, para Gumbrecht,⁶² a “beleza atlética” pode ser uma categoria de fruição estética *per se* e, portanto, jogadas geniais e lances insólitos proporcionados pelo esporte podem ser

⁶⁰ RANGEL; BARBEIRO. *Manual do Jornalismo Esportivo*.

⁶¹ COHAN. *We Average Unbeautiful Watchers: Fan Narratives and the Reading of American Sports*.

⁶² GUMBRECHT. *Elogio da beleza atlética*.

analisados em termos análogos às das obras artísticas.

Mais do que a arte, todavia, são os jornalismo cultural e de entretenimento que ofertam as melhores possibilidades para pensar os esportes por uma nova moldura. Como a literatura dos *fan studies* tem reconhecido recentemente,⁶³ a distinção entre um fã de esporte e um fã de cultura popular não é tão distinta quanto se pensava.⁶⁴ Ao contrário, como nota Cornel Sandvoss,⁶⁵ o consumo/a apropriação tanto de *narrativas* ficcionais (como *Buffy, a caça-vampiros*) quanto “reais” (como algum clube da Premier League inglesa) são negociadas através da recepção mediada dos textos-base, sejam eles uma *telessérie cult* ou uma teletransmissão esportiva e seu entorno jornalístico. Ou seja, a maneira como o esporte é consumido é iminentemente narrativa.

Para Costa a representação da emoção “é um ingrediente importante na construção das notícias esportivas”,⁶⁶ o que aproximaria as estruturas narrativas do jornalismo esportivo ao melodrama. Segundo a autora, o aumento da característica melodramática das coberturas esportivas se daria dentro de um processo geral de “folhetinização da informação”.⁶⁷ Como sabemos, técnicas de *storytelling* são cada vez mais discutidas na área de Jornalismo⁶⁸ – e, mesmo assim, as reportagens resultantes não deixam de “ser” jornalismo. Pelo contrário, em um momento de *memes* e de uma cultura digital dinâmica, a opção pelos enquadramentos “divertidos” parece acertada para provocar um maior engajamento com os públicos mais jovens. É essa mudança de *linguagem* para embalar as notícias o alvo da principal mudança executada por Leifert, como ele

⁶³ VIMIERO. A produtividade digital dos torcedores de futebol brasileiros: formatos, motivações e abordagens.

⁶⁴ O molde é dado pelo texto seminal dos *fan studies*: JENKINS, *Textual Poachers*. Jenkins caracteriza a apropriação criativa e crítica de textos culturais como da alçada de certos grupos do *fandom* (sobretudo ficção científica *cult*, como *Star Trek*), em oposição clara à apropriação “a-crítica” feita por torcedores (*fans*) esportivos. Essa distinção foi seguida pelos demais pesquisadores da área. Para uma crítica desta posição, bem como uma revisão de literatura sobre ela, cf. SCHIMMEL, HARRINGTON, BIELBY. Keep Your Fans to Yourself: The Disjuncture between Sport Studies' and Pop Culture Studies' Perspectives on Fandom.

⁶⁵ SANDVOSS. A Game of Two Halves: Football, Television and Globalization, p. 13-46.

⁶⁶ COSTA. Notícias esportivas, p. 3.

⁶⁷ AMARAL. Os (des)caminhos da notícia rumo ao entretenimento.

⁶⁸ ALZAMORA; TÁRCIA. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo.

mesmo admite: “Vocês precisam colocar videogame no GE, precisam mudar a linguagem, vocês estão com um problema de linguagem grave, precisa usar a linguagem do torcedor, está tudo muito chato e quadrado”.⁶⁹

Na literatura sobre o PGJE, linguagem, “criatividade” e forma são identificadas com relação entre si. Para Oselame, a “criatividade” (um valor em si jamais conceituado, mas sempre negativo) seria a aderência ao novo PGJE, onde “[n]ão importa mais o que está sendo dito, mas sim *como* está sendo dito”.⁷⁰ Para tanto, vetores como *emoção* e *humor* estariam sempre a cargo da “banalização” da notícia, refazendo o percurso apontado acima de ignorar a própria produção “espetacular” do real que seria de interessante para a análise. Nesse sentido, é preciso considerar estas três questões como uma estratégia narrativa.

Outras mudanças de forma

Historicamente, desde a sua estreia em 1978, o *Globo Esporte* sempre foi apresentado em um estúdio simples, apenas com um apresentador sendo enquadrado com o logo do programa ao fundo. Até 2007, o *GE* continuou com o estúdio simples e a bancada, mesmo que a postura do apresentador tivesse mudado: de sentado para em pé. A partir de 2009, a bancada é abolida, e o apresentador torna-se móvel, caminhando de um canto ao outro do estúdio, olhando para as múltiplas câmeras e acompanhando imagens em telas espalhadas pelo estúdio. Videogame, telão interativo com tecnologia *touch screen*, além da interação com atletas e repórteres ao vivo são novidades que complementam a mudança de visual.

Essas mudanças visuais são também narrativas e daquilo que Kilpp⁷¹ chama de “moldura”, a saber, a maneira como a televisão constrói audiovisualmente o “seu” mundo, a “sua” realidade. Nesse sentido, é uma frente de pesquisa interessante compreender o universo imagético compartilhado entre os programas e seus enquadramentos (que contam a história de uma partida de

⁶⁹ LEIFERT apud RANGEL. *Globo Esporte São Paulo*, p. 4.

⁷⁰ OSELAME. *Padrão Globo de jornalismo esportivo*, p. 67-68, grifo nosso.

⁷¹ KILPP. *Ethicidades Televisivas*.

futebol, por exemplo), e os programas ao vivo, que constroem outra narrativa que pode ser desmembrada e replicada em outros programas da grade horária. A circulação de que falávamos acima acrescenta mais um nível nesse fluxo, o da mediação direta com o telespectador. Seria preciso compreender como essa construção de um mundo televisual, que muitas vezes beira ao ficcional, recebe e distribui narrativas vindas de outros lugares igualmente midiáticos e midiaticizados.

Mais do que isso, seria preciso compreender o que os VTs e as reportagens no *GE* contribuem para a criação de um mundo televisual esportivo. Se pensados enquanto *replays*, os VTs do *GE* sobredramatizam as partidas que resumem quando extraídas de seu fluxo. Como *highlight* da partida, o gol bonito, a falta abjeta, a cara de choro do torcedor estarão para sempre amarrados em um reino da repetição que é o próprio discurso esportivo.⁷² O simbólico da partida é acrescido (ou subtraído) de significado assim que é exibido no *GE*, onde o *storytelling* e os enquadramentos são empregados.

Como apontamos em outra ocasião,⁷³ até mesmo para a televisão em sua transmissão ao vivo, é construído uma narrativa visual através das imagens de jogadores (nos papéis de heróis e vilões), técnicos (como sábios ou estúpidos), árbitros (como justos ou injustos) e torcedores (como mecanismo de identificação com o telespectador ou exaltação do exotismo e do surreal) – além de outros elementos próprios do televisivo, como o *replay*, o *slow-motion* e os grafismos. Esses elementos conferem deixas *narrativas* para a construção da dramatização com a qual o acontecimento será enquadrado na mídia esportiva. Como resume Umberto Eco, “a transmissão direta nunca se apresenta como *representação* especular do acontecimento que se desenvolve, mas sempre – ainda que às vezes em medida infinitesimal – como *interpretação dele*”.⁷⁴

⁷² TELLES. O replay na teletransmissão esportiva a partir do 'tempo morto' do futebol.

⁷³ TELLES. A recriação dos tempos mortos do futebol pela televisão: molduras, moldurações e figuras televisivas.

⁷⁴ ECO. *Obra aberta*, p. 182, grifos nossos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concordamos com Fortes quando este afirma que “[...] a ampla maioria dos trabalhos [sobre comunicação e esporte] não parte do estado da arte para produzir conhecimento novo e preencher lacunas”.⁷⁵ Por isso mesmo, retomamos a literatura sobre o novo Padrão Globo de Jornalismo Esportivo pós-Leifert para compreendermos quais lacunas precisam ser preenchidas por mais pesquisas, e quais afirmativas são tomadas como certas sem averiguação de seus fundamentos.

No caso específico do *GE*, uma análise bibliométrica dos textos mostraria a colcha de citações que eles estabelecem entre si (sobretudo Oselame,⁷⁶ citado em quase todos os outros dezessete textos identificados). Ainda que façam referências a uns e outros textos, faltam considerações em relação à história da comunicação, das manifestações e características particulares e específicas da televisão e do jornalismo especializado em geral, das grandes molduras teóricas usadas para pensar os fenômenos comunicacionais (para além da indústria cultural e da sociedade do espetáculo, conquanto se reconheça ainda suas relevâncias). Isso acaba por produzir um olhar exclusivo sobre o jornalismo de maneira normativa sem uma relação entre todo e parte, ou seja, sem que se compreendam as similaridades e diferenças entre as diversas formas comunicacionais e o jornalismo esportivo.

Concordamos com as críticas de Deuze e Witschge que esse pensamento dominante a respeito do jornalismo “tend[e] a reconhecer um núcleo mais ou menos estável de notícias quentes e confiáveis na política e na economia, de relevância pública clara, ao passo que qualquer tipo de jornalismo que se desvie [...] dessa norma seja questionado quanto à sua adequação [...]”.⁷⁷ Isso exclui da possibilidade de análise não apenas vozes minoritárias e marginalizadas, mas também práticas e formas de jornalismo que não se enquadram desembaraçadamente na constituição do jornalismo como função pública. Pensamos que a insistência nessa concepção prejudica a compreensão do *fenômeno*

⁷⁵ FORTES. Por um salto de qualidade nas pesquisas do esporte no campo da Comunicação e do Jornalismo, p. 17.

⁷⁶ OSELAME. Padrão Globo de jornalismo esportivo, p. 67-68, grifo nosso.

⁷⁷ DEUZE; WITSCHGE. Além do Jornalismo, p. 6.

da “leifertinização” e do “Padrão Globo de Jornalismo Esportivo” através de suas especificidades e em contexto histórico. A nosso ver, e por paradoxal que pareça, é essa falta de articulação com outras áreas do saber especializado que impede a autonomia do jornalismo esportivo e da comunicação esportiva constituir-se em um campo de saber.

* * *

REFERÊNCIAS

AFFONSO, Lucas Torres de Oliveira; REFKALEFSKY, Eduardo. Linguagem e mídia: o caso do Globo Esporte. **Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, Ouro Preto/MG, 2012.

ALMEIDA, Gabriela Machado Ramos de; MELLO, Jamer Guterres de. Oh bondage! Up yours! Política das Imagens e Manifestações Não-normativas do Desejo no Documentário *Lovely Andrea*, de Hito Steyerl. **Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2018.

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 8, n. 1, 2012, p. 22-35.

AMARAL, Márcia Franz. Os (des)caminhos da notícia rumo ao entretenimento. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 5, n. 1, 2008.

BORELLI, Vivian. O Esporte como uma construção específica no campo jornalístico. **XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação**, Salvador/BA, 04-05 set. 2002.

CHONG, Alberto; FERRAZ, Cláudio; FINAN, Frederico; LA FERRARA, Eliana. News vs Novelas: Can Entertainment TV Undermine Dictatorships? 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2Y2WFEy>. Acesso em: 11 nov. 2019.

COHAN, Noah. **We Average Unbeautiful Watchers**: Fan Narratives and the Reading of American Sports. Lincoln, Estados Unidos: University of Nebraska Press, 2019.

COSTA, Leda Maria da. Notícias esportivas: entre o jornalismo e a literatura. **Anais do SILEL**, v. 2, n. 2. Uberlândia: EDUFU, 2011.

CUNHA, Karenine Miracelly Rocha da; MANTELLO, Paulo Francisco. Era uma vez a notícia: storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos. **Rev. Comun. Midiática**, v. 9, n. 2, maio-ago. 2014, p. 56-67.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. Além do Jornalismo. **Leituras do**

Jornalismo, v. 2, n. 4, 2015.

ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ECO, Umberto. **Obra aberta**. 4ª edição. São Paulo: Perspectiva, 1986.

ELIAS, Norbert. **Mozart, sociologia de um gênio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.

FAUSTO NETO, Antônio. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra. (Orgs.). **Mediatización, Sociedade y Sentido**: diálogos entre Brasil y Argentina. Rosario: Universidad Nacional de Rosario, 2010, p. 2-17.

FINGER, Christiane; OSELAME, Mariana. Entre a notícia e a diversão: um modelo nacional de jornalismo esportivo imposto aos programas locais. **C-Legenda**, n. 29, p. 61-73, 2014.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.

FORTES, Rafael. Por um salto de qualidade nas pesquisas do esporte no campo da Comunicação e do Jornalismo. **Âncora**: Revista Latino-Americana de Jornalismo, ano 4, v. 4, n. 1, p. 13-27, jan.-jun. 2017.

GABLER, Neal. **Life: the movie**. New York: Vintage Books, 1998.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Elogio da beleza atlética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers**: Television Fans and Participatory Culture. Nova York: Routledge, 1992.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Editora Aleph, 2015 (ePub).

JESUS, Giuliana Yolle Silva de. **O entretenimento no jornalismo esportivo**: um estudo comparativo dos programas esportivos da Rede Globo. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Centro Universitário UniCEUB, Brasília.

KILPP, Suzana. **Ethnicidades televisivas**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2003.

MARQUES, José Carlos. A falação esportiva (o discurso da imprensa esportiva e o aspecto mítico do futebol). **Anais do XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação**, 2002.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 39, n. 1, p. 39-56, jan.-abr. 2016.

MEMÓRIA GLOBO. Globo Esporte. Sem data. Disponível em: <https://glo.bo/3cASSU0>. Último acesso 17 de novembro de 2019.

OSELAME, Mariana. Padrão Globo de Jornalismo Esportivo. **Sessões do Imaginário**, n. 24, 2010, p. 63-71.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. A espetacularização do esporte e o infotimento no jornalismo esportivo: o Globo Esporte (TV) e o UOL Esporte durante a Copa do Mundo de 2014. **Revista Altejour**, v. 2, n. 10, p. 143-158, jul.-dez. 2014.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. A espetacularização do esporte e o entretenimento no jornalismo esportivo: uma análise do Globo Esporte (TV). **Anais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, 2015.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. Noticiário esportivo na TV: entretenimento e promoção de grandes eventos: uma análise do Globo Esporte (Globo/SP) e do Caderno de Esportes (Esporte Interativo). **Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2016.

PATIAS, Jaime Carlos. O espetáculo no telejornal sensacionalista. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José (Orgs.). **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.

PENTEADO, Regina Zanella; GASTALDELLO, Laiane Maria; SILVA, Eliane Caires. Telejornalismo esportivo: cenas de apresentação e mudanças no programa Globo Esporte. **Impulso**, v. 24, n. 61, p. 47-62, set.-dez. 2014.

PEREIRA, Gustavo de Faria; COUTINHO, Iluska. Desafios do telejornalismo público esportivo: o caso do programa Stadium. **Anais do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, 2018.

PIRES, Giovani de Lorenzi. **A educação física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória**. Ijuí/RS: Unijuí, 2002.

RANGEL, Patrícia. Globo Esporte São Paulo: ousadia e dxperimentalismo na produção da informação-entretenimento. *Videre Futura*, v. 1, p. 1-6, 2010.

RANGEL, Patrícia; BARBEIRO, Heródoto. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

REIS, Cristiano; GURGEL, Anderson. Central da Copa – a informação e o entretenimento na cobertura de um espetáculo esportivo. **Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, 2011.

ROCCO JÚNIOR, Ary José; BELMONTE, Wagner Barge. De *smoking* na *rave*: a polêmica Tiago Leifert – ciclistas e a incessante busca da audiência na redução do esporte ao binômio futebol-entretenimento. **Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, Bauru/SP, 2013.

SANDVOSS, Cornel. **A Game of Two Halves: Football, Television and Globalization**. Londres e Nova York: Routledge, 2003.

SANTOS, João Vitor Marcondes dos; MONTEIRO, Livia Alessandra Campos; SILVADO, Sílvia Cristina. Globo Esporte: um comparativo do programa na década de 1990 e a partir de 2009. **Anais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, 2015.

SANTOS, Silvan Menezes dos; MEZZARROBA, Cristiano; SOUZA, Doralice

Lange de. Jornalismo esportivo e infotimento: a (possível) sobreposição do entretenimento à informação no conteúdo jornalístico do esporte. **Corpoconsciência**, v. 21, n. 2, p. 93-106, maio-ago. 2017.

SCHIMMEL, Kimberly S.; HARRINGTON, C. Lee; BIELBY, Denise D. Keep Your Fans to Yourself: The Disjuncture between Sport Studies' and Pop Culture Studies' Perspectives on Fandom. **Sports in Society**, v. 10, n. 4, p. 580-600, 2007.

TELLES, Marcio. **A recriação dos tempos mortos do futebol pela televisão: molduras, moldurações e figuras televisivas**. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

TELLES, Marcio. O replay na teletransmissão esportiva a partir do 'tempo morto' do futebol. **Mediação**, v. 16, p. 62-76, 2014.

VIMIEIRO, Ana Carolina. A produtividade digital dos torcedores de futebol brasileiros: formatos, motivações e abordagens. In: FORTES, Rafael; VIANA, Juliana de Alencar (Org.). **Repensando o lazer a partir da cultura digital**. Rio de Janeiro: E-papers, 2019, p. 213-248.

* * *

Recebido para publicação em: 17 nov. 2019.
Aprovado em: 12 maio 2020.