

Globo Esporte São Paulo: Ousadia e Experimentalismo na Produção da Informação- Entretenimento

Area Temática

Comunicação

Título do Artigo

Globo Esporte São Paulo: Ousadia e Experimentalismo
na Produção da Informação-Entretenimento

Autora

Patrícia Rangel, Mestre em Comunicação pela Faculdade
Cásper Líbero; Professora do cursos de Jornalismo e
Rádio e TV das Faculdades Integradas Rio Branco. Email:
patriciarangel@uol.com.br

Resumo

Este artigo se insere no debate da produção midiática contemporânea e das relações entre jornalismo e entretenimento, mídia e esporte, particularmente no que diz respeito ao novo formato do telejornal Globo Esporte São Paulo. Tem como objetivo discutir as principais mudanças do programa, principalmente em sua narrativa e refletir se hoje sua linguagem transita mais entre o jornalismo ou o entretenimento.

Palavras-chave

Jornalismo Esportivo; Globo Esporte; Entretenimento;
Telejornalismo; Tiago Leifert

Introdução

Este artigo se insere no debate da produção midiática contemporânea e das relações entre jornalismo e entretenimento, particularmente no que diz respeito às relações entre mídia e futebol. O esporte possui elementos fortes de espetáculo e aliado à televisão e às novas tecnologias produz um *show* de diversão. Aborda, em especial, o novo formato do telejornal Globo Esporte transmitido no Estado de São Paulo e analisa sua linguagem que transita entre o jornalismo e o entretenimento.

De acordo com os autores da Escola de Frankfurt, a Indústria Cultural existe para nos entreter, para nos divertir. É quando estamos vivendo nosso momento de lazer que a indústria de consumo age. Se no trabalho não podemos fazer isso tão abertamente é no lazer que fazemos. É também no lazer que nós desempenhamos uma função primordial para a sociedade capitalista, que é consumir.

O indivíduo, nesta mesma sociedade capitalista, valoriza seus momentos de lazer, de folga, para sair da rotina de seu trabalho. Segundo Adorno e Horkheimer, (ADORNO e HORKHEIMER, 1985: p. 128) a diversão é procurada por quem quer escapar ao processo de trabalho mecanizado, para se pôr de novo em condições de enfrentá-lo. A Indústria Cultural incentiva à produção de mercadorias destinadas a diversão e também incentiva o consumo de bens dessa mesma indústria.

Adorno e Horkheimer chegam a afirmar que o controle da Indústria Cultural sobre os consumidores é mediado pela diversão. Podemos observar que os programas esportivos, principalmente aqueles transmitidos aos domingos, durante a folga destes consumidores, são cada dia mais movidos pela diversão. Os apresentadores se desdobram em entreter seus telespectadores com prêmios, piadas, risadas, humilhações de colegas, vale até encenar algum papel neste espetáculo. Há destaque no texto da Indústria Cultural de Adorno e Horkheimer quanto a este aspecto circense:

A Indústria Cultural conserva o vestígio de algo melhor nos traços que a aproximam do circo, na habilidade obstinada e insensata dos cavaleiros, acrobatas e palhaços, na defesa e justificativa da arte corporal em face da arte espiritual”. (ADORNO, 1985. p. 134)

Em vários programas, estes jornalistas

assumem um papel teatral na atração, sendo um o bonzinho, o outro o ranzinza, o ingênuo, o seguinte o bravo. Com isso, as discussões crescem, tornam-se até polêmicas gerando audiência. Na Indústria Cultural, tudo se torna negócio.

Depois que o futebol foi assimilado pelas massas, ele passou a ser apreciado como espetáculo por meio das imagens veiculadas pela televisão, num fenômeno produzido com as mais altas tecnologias, incorporando beleza ao gesto técnico, buscando a imagem mais que espetacular. Na verdade, isto não acontece somente com o futebol, mas sim com todo esporte que consegue atingir às massas e fornecer imagens espetaculares aos telespectadores. Ou seja, o esporte parece ser o parceiro preferencial da espetacularização na mídia televisiva, porque oferece, em contrapartida, o *show* já pronto; possui elementos fortes para esta parceria, porque ganha características de um *show* de entretenimento. Em sua obra Sociedade do Espetáculo, o teórico Guy Debord afirma que o espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente. “Ele nada mais é que a economia desenvolvendo-se por si mesma. É o reflexo fiel da produção das coisas, e a objetivação infiel dos produtores”. (DEBORD, 1997: p. 17).

Praticamente todas as programações da televisão são focadas e pensadas na audiência, que é o grande negócio deste veículo. Percebe-se então, uma intersecção cada vez maior de gêneros televisivos, no caso, do jornalismo aliado ao entretenimento e vice-versa.

Declínio da notícia em favor do entretenimento

Os paradigmas do jornalismo passaram por uma grande mutação no final do século XX e continuam neste terceiro milênio. O fator econômico tem sido fonte propulsora de fenômenos sociais, culturais, políticos e também comunicacionais do mundo globalizado. Este mesmo fator econômico também flexibiliza normas e valores do jornalismo, sendo um dos efeitos mais visíveis o entrelaçamento da linguagem jornalística pela publicitária e pelo entretenimento.

O jornalista Leandro Marshall (MARSHALL, 2003: p 24) afirma que o jornalismo vem se curvando ao sistema e com isso, flexiona junto seus conceitos, valores, padrões e posicionamentos: “... provocam mudanças nas relações dentro das redações dos

jornais, na interação do profissional com a sociedade, nas escolas de jornalismo, na hierarquia dos saberes, na dinâmica das mentalidades, no artesanato das notícias e no cotidiano do fazer jornalístico”.

Nesta mesma linha, Ciro Marcondes Filho afirma que em um mercado dinâmico, o jornalista também precisa ser dinâmico como principal característica para sobreviver: “O bom jornalista passou a ser mais aquele que consegue, em tempo hábil, dar conta das exigências de produção de notícias do que aquele que mais sabe, ou melhor, escreve”. (MARCONDES, 2000: p. 36)

Observa-se o declínio da notícia como expressão do jornalismo, entendida como informação atual, relevante e de interesse público e a ascensão da idéia de informação, de prestação de serviços e de entretenimento. Segundo a professora e jornalista Virginia Pradelina da Silveira Fonseca: “a lógica capitalista dominante no negócio jornalismo provoca mudanças nos critérios de noticiabilidade. Os critérios de relevância e interesse público cedem lugar para os de interesse do público”. (FONSECA, 2008: p. 57)

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

Globo Esporte: São Paulo volta a ter voz local

O telejornal Globo Esporte está no ar desde 14 de agosto de 1978 e tinha em seu comando a apresentação de Léo Batista. O programa cobriu diversas competições esportivas e sempre foi líder de audiência. Mas nos três últimos anos, vinha sofrendo com a baixa audiência, inclusive perdendo para o seriado Chaves, do SBT. Diversos motivos levaram a esta situação, principalmente o formato “engessado” da atração e a nacionalização da notícia esportiva. Até o final de 2007, o GE era transmitido do Rio de Janeiro por Milena Ceribelli e Léo Batista em rede nacional, exceto para São Paulo e Belo Horizonte. Para todo o estado de São Paulo, a apresentação era feita por Glenda Kozlowski. E segundo Renata Cuppen, atual editora de texto do Globo Esporte, a linguagem era ainda muito dura, apenas uma troca de câmera o que deixava o apresentador muito estático com o *chroma*

*key*¹ no fundo servindo de cenário.

Mas no começo do ano de 2008, a direção da TV Globo resolveu levar todo o telejornal GE para a rede nacional, gerado do Rio de Janeiro, apresentado por Tino Marcos e Glenda Kozlowski, numa tentativa de globalizar a notícia esportiva, torná-la nacional e segundo Renata Cuppen dar a este programa um caráter de Jornal Nacional para o assunto esporte. Com esta mudança, veio também um cenário novo, os apresentadores andavam, com opções no cenário de TV de plasma, telão, chroma key, e outras variações estéticas. Este formato, era gerado no Rio de Janeiro para todo o Brasil, inclusive para São Paulo, durou um ano, e foi justamente nesta época em que o programa de esportes diário da Globo sofreu os piores índices de audiência da história do telejornal na Grande São Paulo.

Segundo dados do Ibope, a TV Globo ficou por diversas vezes em segundo lugar, com oito pontos, e exibia no horário o telejornal Globo Esporte. A TV Record transmitia o programa “Hoje em Dia” e “Balanço Geral e marcou sete pontos. Já a Rede Bandeirantes ficou em quarto lugar, com três pontos, exibindo “São Paulo Acontece” e “Jogo Aberto”. O programa “Chaves”, exibido pelo SBT de 12h45 a 13h14, conseguiu uma média de nove pontos de audiência.

A editora Renata Cuppen entende que é muito difícil satisfazer o público esportivo e ao tentar nacionalizar a notícia, não conseguiu agradar um público muito específico, o torcedor:

“os que torcem pelo Corinthians querem saber do Corinthians e desejam saber o que o São Paulo está fazendo porque é seu maior adversário. O interesse pelo outro clube é sempre quando o nosso vai enfrentá-lo. Por isso é muito difícil agradar um público se a gente não puder falar para este público. (CUPPEN, 2009, in entrevista a autora)

Para um programa curto e rápido como é o Globo Esporte, apenas 23 minutos de produção e tendo que falar em rede, para um público abrangente e sobre vários times considerados importantes, as

¹ Técnica de processamento de imagens cujo objetivo é substituir o fundo por algum outro vídeo ou foto formando o cenário da atração de televisão.

matérias tinham que ser sempre muito pequenas, algumas mais trabalhadas como as de jogo, tinham em média 1'10" ou 1'30" no máximo.

O Globo Esporte passa por uma crise sem precedentes chegando a marcar 7,2 pontos na Grande São Paulo. Sentindo a pressão da queda de audiência, a direção da TV Globo resolve apostar em um outro formato, com uma versão produzida somente para o estado de São Paulo, sob o comando do apresentador Tiago Leifert, até então repórter do SporTV e que também acumularia a edição do telejornal GE.

Tiago Leifert: a nova “cara” do Globo Esporte

Filho de um executivo do departamento comercial da TV Globo, Thiago Leifert iniciou a carreira na televisão aos 16 anos como repórter do “Desafio ao Galo”, programa de futebol de várzea. O programa terminou por falta de patrocínio e ele foi cursar jornalismo na Puc de São Paulo. Cursou os dois primeiros anos, não gostou e foi embora morar nos Estados Unidos onde se formou em jornalismo, com especialização em telejornalismo pela Universidade de Miami. De volta ao Brasil em outubro de 2003, foi trabalhar na TV Vanguarda, de São José dos Campos, afiliada da Globo. Como tinha a experiência de vídeo repórter pelo canal televisivo NBC de Miami, foi dirigir e apresentar um programa de entretenimento chamado Mix, que fez muito sucesso na região. No começo de 2005, resolveu sair da TV Vanguarda porque achava que seu salário era baixo demais. Nesta mesma época, enviou um DVD com reportagens e apresentações para Emanuel Castro, diretor do Canal SporTV e em janeiro de 2006 foi contratado.

De olho no formato que considerada engessado do Globo Esporte, Tiago Leifert enviava emails com sugestões aos chefes e coordenadores diretos, e segundo ele próprio não era ouvido. “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.” Muitas vezes teve suas matérias reeditadas e chegou a tomar uma advertência por não se enquadrar na linguagem da emissora. Quanto a estas questões o jornalista se diz irritado e relata: “Tudo o que eu fazia estava errado...uma vez falei ‘cara’ e gerou um relatório, aí eu disse, vocês estão perdendo para o Chavez e ficam preocupados porque eu falei ‘cara’ em um link?”

Em outubro de 2008 foi chamado pela direção para gravar um piloto para o Globo Esporte e no dia 12 de janeiro de 2009, estreou o novo programa. As primeiras edições foram marcadas por problemas técnicos, falhas de áudio nas reportagens e um apresentador que sabia sair destas complicações com certo bom humor com declarações ao vivo nunca vistas em telejornais da emissora: “A bruxa está solta no ‘Globo Esporte’ de hoje!”, disparava Leifert.

Novo Formato do Globo Esporte: Linguagem do Entretenimento

Quanto às mudanças técnicas da versão 2009 do diário esportivo, nota-se que não há mais a bancada o que permite ao apresentador andar de um lado a outro do estúdio, chamar as matérias num monitor ou no outro, ir para o chroma key, olhar para a câmera, aumentando a mobilidade. A editora de texto Renata Cuppen compara a bancada do estúdio a um balcão de farmácia: “acho que a bancada sempre afasta o apresentador do telespectador é como se tivesse um balcão de farmácia ali separando, não há o contato mais direto”.

Mas a mudança mais aparente é realmente a linguagem. O editor Tiago Leifert aboliu o *teleprompter*² no estúdio o que tornou o Globo Esporte mais dinâmico e improvisado passando ao público um ar mais de conversa do que de apresentação de telejornal. “Antes parecia que era tudo muito ensaiadinho, combinado e acertado, e agora a gente tenta de tudo para que seja espontâneo, porque todos os repórteres sabem do que estão falando, não precisa ser ensaiado”, declara Tiago Leifert.

Já segundo a editora de textos do programa, a narrativa também foi focada e pensada numa forma de textos mais leves e divertidos trazendo muito mais humor às matérias. “Quando falamos de esporte no nosso dia a dia, geralmente no final de semana ou no dia do happy hour com os amigos a gente quer se divertir e a gente tenta colocar isto nos textos do programa. Por exemplo, temos tirado muito sarro do Boca Juniors, falando assim, quem tem medo do Boca Juniors, fazemos aquela piada, é tudo mais ou menos nesta linha”, revela Renata Cuppen.

Se comparado com o Globo Esporte que era transmitido em rede nacional até 2008, as matérias

2 Computador que mostra todo o texto que o apresentador deve ler e que fica logo acima da lente da câmera.

estão mais trabalhadas, mais longas, há mais espaço para matérias dos principais clubes de São Paulo. Uma matéria no Palmeiras, que foi ao ar no dia 11 de maio tinha quase 5 minutos de duração, comparado com as matérias de no máximo 1'30" da versão anterior do GE. Para o jornalista Tiago Leifert, as matérias devem ter um plano seqüência, uma conversa, o repórter levando o público para a cena do fato, o repórter passeando na notícia como se fosse o próprio telespectador, mas afirma que a TV Globo ainda não sabe fazer este formato e que o Globo Esporte ainda está longe, mas acredita que irá conseguir.

“Nós da Globo inventamos este negócio de off, passagem, tudo ensaiadinho, quadradinho, e eu acho que isso não funciona mais com a força que funcionava antigamente. Então o Globo Esporte é a primeira tentativa da Globo aqui em São Paulo de mudar isso, de tentar fazer com que as pessoas conversem mais, mas estamos longe ainda de conseguir”. (LEIFERT, 2009, in entrevista a autora)

Porém uma das mudanças mais percebidas foi a inserção do vídeo game na programação, convidando inclusive jogadores profissionais de futebol a desafiar o apresentador. Segundo Leifert e Cuppen o vídeo game veio porque faz parte do universo do público do Globo Esporte, na concentração os jogadores também jogam para se distrair e quase todos que estão envolvidos com a produção do programa também, inclusive eles próprios. “O vídeo game é um esporte, tem até Campeonato Mundial da Fifa Virtual, então a gente precisava trazer isto para o esporte, é uma competição, mesmo que a gente em casa faça isto de forma amadora, tem gente que é profissional no assunto”, revela Renata Cuppen.

Por fim, percebe-se que a mudança mais intensa é que atualmente as matérias do Globo Esporte São Paulo não são somente informativas ou diretamente ligadas ao esporte como o futebol. São matérias que tem um cunho mais comportamental. Na edição do dia 7 de julho de 2009, foi para o ar uma matéria de quase 2 minutos sobre o Agility, que é praticamente uma competição de hipismo para cães. A reportagem encerrava mostrando um dos cães abandonando a competição porque resolveu fazer necessidades fisiológicas no meio da pista. Puro entretenimento.

A respeito deste formato mais entretenimento menos jornalístico, o editor chefe do programa Globo Esporte afirma que o entretenimento é sua bandeira principal, a informação vem junto, mas afirma que para o esporte o rótulo de jornalismo não combina. A editora de texto Renata Cuppen também compartilha da mesma opinião:

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

Tiago Leifert considera que hoje o Globo Esporte não é um programa de jornalismo esportivo.

“Jornalismo esportivo é uma coisa sem vida, sem emoção, sem paixão, isto está na matéria do exame de doping, em uma briga de torcida. Mas o esporte é legal porque ele diverte, ninguém assiste ao jogo do Corinthians para se informar, assiste para se divertir, para torcer, xingar o juiz. O jornalismo no Globo Esporte estava muito pesado, eu brinco que a gente estava numa rave usando smoking. Hoje eu acho que é muito mais entretenimento do que informação, ele tem um peso maior no programa”. (LEIFERT, 2009)

O programa também trabalha com plataformas interativas como o *twitter* que é um micro blog, além do *skype* e do *youtube*.

Considerações Finais

Compreende-se que a teoria de Adorno e Horkheimer sobre a mercantilização da cultura está presente até hoje e se encaixa muito bem no segmento do jornalismo esportivo. A linguagem empobrecida dos programas de debates, bem como a exploração das emoções nas transmissões, da futilidade das informações, o aumento do entretenimento diante da informação, são características do grande espetáculo que se tornou o esporte na televisão. Chama a atenção,

o fato de que o jornalismo está em mutação e no segmento esportivo, encontra-se em estágio avançado de mercantilização das atividades jornalísticas. Aparentemente matéria alguma escapa ao tratamento leve, divertido, espetacular ou até sensacionalista. Um exemplo é o quadro “Gols do Fantástico”, da Rede Globo, apresentado pelo jornalista Tadeu Schmidt. Em 2007, o quadro passou por uma reformulação. Sua característica sempre foi uma narração em off feita pelo apresentador Léo Batista e o relato de forma informativa dos principais gols dos campeonatos. Hoje, seu foco principal é buscar informações curiosas, imagens engraçadas e lances divertidos das competições. A linguagem, aliada a muitos recursos visuais, beira o humor. O relato da notícia, a informação em si, é praticamente deixada em segundo plano, mas faz parte de uma atração como o programa Fantástico, que é considerado uma revista eletrônica. Já no Globo Esporte, um telejornal esportivo causa maior estranheza matérias muito comportamentais e de entretenimento. É evidente que toda a mudança é uma tentativa da TV Globo recuperar a audiência e em criar uma maior empatia com os paulistas perdida quando o programa foi levado durante um ano em rede nacional. Nota-se que a nacionalização da notícia esportiva dificilmente funciona, principalmente quando o assunto é o futebol. O *teleprompter* perde importância, como ocorre nas mesas-redondas e a conversa é estendida como numa prosa sem perder ritmo, dando mais espaço ao diálogo assim como numa conversa de amigos discutindo futebol. A inclusão do vídeo game na pauta do programa, uso de ferramentas interativas como o twitter, skype, youtube, provavelmente tem como meta não perder público para a web e alavancar um maior público jovem.

Percebe-se finalmente que o principal impacto no tradicional programa Globo Esporte foi a entrada do jovem apresentador e editor Tiago Leifert que trouxe para a TV Globo um experimentalismo típico desta geração chamada “geração vídeo game”. Superados decorrentes problemas técnicos e de insegurança naturais de projetos novos, o Globo Esporte hoje serve de modelo para todas as outras praças é uma atração mais jovial e inovadora. Observa-se que o entretenimento é uma tendência da sociedade capitalista contemporânea e conseqüentemente do fazer jornalismo esportivo eletrônico.

Referências Bibliográficas

- ADORNO e HORKHEIMER. Dialética do esclarecimento. São Paulo: Jorge Zahar Editor, 1985.
- BARBEIRO, H; RANGEL, P. Manual do Jornalismo Esportivo. São Paulo: Contexto, 2006.
- BETTI, Mauro. A Janela de vidro – esporte, televisão e educação física. Campinas: Papirus, 1998.
- BRANDÃO, Nuno Goulart. O Espetáculo das notícias – a televisão generalista e a abertura dos telejornais. Lisboa: Editorial Notícias, 2002.
- CUPPEN, Renata. Entrevista a Patrícia Rangel. São Paulo, 11 de maio de 2009.
- DEBORD, Guy. A Sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. Indústria de Notícias: capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2008.
- LEIFERT, Tiago. Entrevista a Patrícia Rangel. São Paulo, 6 de maio de 2009.
- MARCONDES FILHO, C. Comunicação e Jornalismo – A Saga dos Cães Perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2000, p. 36.
- _____. Jornalismo fin-de-siècle. São Paulo: Página Aberta, 1993.
- MARSHALL, Leandro. O jornalismo na era da publicidade. São Paulo: Summus, 2003.
- VIEIRA, Joaquim. Jornalismo Contemporâneo – Os media entre a era Gutenberg e o paradigma digital. Lisboa: Editora Edeline, 2007.