

SÍLVIO TÚLIO DE LIMA PEREIRA

**NOVA LINGUAGEM DO TELEJORNALISMO ESPORTIVO: OS GÊNEROS E A
PROPOSTA DE TADEU SCHMIDT**

FACULDADE ARAGUAIA
GOIÂNIA / 2011

SÍLVIO TÚLIO DE LIMA PEREIRA

**NOVA LINGUAGEM DO TELEJORNALISMO ESPORTIVO: OS GÊNEROS E A
PROPOSTA DE TADEU SCHMIDT**

Monografia apresentada à Banca Examinadora do Curso de Jornalismo da Faculdade Araguaia, como requisito parcial para a obtenção do título de jornalista, sob a orientação do Professor Dr. Marcus Minuzzi.

FACULDADE ARAGUAIA
GOIÂNIA / 2011

BANCA EXAMINADORA

Prof.Dr. Marcus Minuzzi
- Orientador -

Profa. Ms. Roberta Elaine de Souza Nascimento Barros
- Professora Convidada -

Nota: _____

Data: _____

DEDICATÓRIA

À minha filha Júlia, razão da minha vida e de todo o meu esforço, que ainda sem dizer uma única palavra e com o sorriso mais lindo do mundo, me motivou de uma forma descomunal.

Aos meus pais, que sempre me deram educação, carinho, limites, apoio, e, principalmente, amor para superar todos os desafios da vida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente à Deus, senhor de todas as coisas e que me proporcionou o mínimo de sabedoria e forças para começar, seguir e concluir essa cansativa, mas prazerosa missão.

Ao Professor Marcus Minuzzi, meu orientador, que com extrema calma, competência e conhecimento, me orientou nesse árduo caminho e me mostrou a forma correta como proceder nesse sentido.

Em especial, as professoras Viviane Maia, Roberta Barros, Patrícia Drummond, além do professor Márcio Venício, que souberam tão bem me conduzir no caminho do conhecimento.

Aos colegas, com os quais passei ótimos e inesquecíveis momentos.

Ao jornalista Tadeu Schmidt, que contribuiu de forma decisiva para o bom andamento deste trabalho, concedendo-me uma importante e agradável entrevista.

SUMÁRIO

RESUMO.....	8
INTRODUÇÃO.....	9
1 – JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL: CONTEXTO HISTÓRICO GERAL.....	11
1.1 – O início: impresso e rádio.....	11
1.2 – O futebol na Televisão.....	14
2 – TELEJORNALISMO ESPORTIVO E GÊNEROS.....	20
2.1 – Conceito e adequação.....	20
2.1.1- Crônica.....	27
2.2 – A proposta de Tadeu Schmidt.....	29
2.3 – Entretenimento e Espetáculo.....	32
3 – DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS GOLS DO FANTÁSTICO	35
3.1 – Metodologia: Análise de Conteúdo.....	35
3.2 – Análise.....	36
3.2.1 – Descrição.....	36
3.2.1.1 – Primeiro programa – 16/10/2011.....	36
3.2.1.2 – Segundo programa – 23/10/2011.....	39
3.2.1.3 – Terceiro programa – 30/10/2011.....	41
3.3 - Interpretação e correlação das características.....	43
3.3.1 – Humor e ironia.....	43
3.3.2 - Estilo narrativo livre.....	44
3.3.3 - Nova perspectiva ao fato corriqueiro.....	45
3.3.4 - Oralidade na escrita e tom de conversa fiada.....	45
3.3.5 – Atualidade.....	46
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	47
REFERÊNCIAS.....	48
ANEXOS.....	49

LISTAS

Lista de tabelas

Tab. 1. Classificação de gêneros jornalísticos por Luiz Beltrão	21
Tab. 2. Classificação de gêneros jornalísticos por José Marques de Melo	22
Tab. 3. Classificação dos formatos do gênero opinativos de José Marques de Melo, sob a óptica da autoria e da angulação.....	23
Tab. 4. Classificação de gêneros jornalísticos televisivo por Guilherme Jorge de Rezende.....	25

Lista de Figuras

Figura 1 – Cavalinhos da Classificação.....	37
Figura 2 – Fred dançarino.....	38
Figura 3 – Eder Luís sangrando.....	47
Figura 4 – Furão.....	40
Figura 5 – Repórter cabeludo.....	41
Figura 6 – Melô da partida.....	42

RESUMO

Este trabalho tem como função, através da análise de suas características, descobrir se o modelo de apresentação proposto pelo jornalista Tadeu Schmidt pode ser considerado crônica na televisão. Para tentar chegar a essa conclusão, estabelecemos inicialmente um panorama histórico da chegada e do desenvolvimento do futebol e do jornalismo esportivo no Brasil. Em seguida, explanamos acerca dos gêneros jornalísticos, baseados principalmente nos estudos de José Marques de Melo e Luiz Beltrão, bem como a definição mais aprofundada de crônica e sua adequação para a TV. Por fim, segue a análise de conteúdo de três programas de Tadeu Schmidt para confirmar ou não seu status de crônica na televisão.

Palavras-chave: jornalismo esportivo, gêneros jornalísticos, crônica, televisão.

INTRODUÇÃO

Quem vê o futebol ocupando atualmente um imenso espaço em praticamente todos os meios de comunicação, mal imagina que para chegar a esse patamar a modalidade teve que disputar – e perder, à época – espaço com esportes dos quais pouco se fala atualmente, como remo e turfe.

Trazido para o Brasil em 1894, por Charles Miller, penou até conseguir aparecer nos jornais, único veículo daquele período. Somente quase 20 anos depois, começou a incidir de forma mais frequente no noticiário. No início, ainda ostentava a alcunha de um esporte de elite, mas a partir da década de 1930 com a popularização do rádio como principal plataforma de comunicação, começou a atingir também as camadas mais baixas da população.

Quando a primeira TV brasileira entrou no ar, em 1950, o futebol já era o principal esporte do país e se fez presente logo no primeiro programa. A qualidade das transmissões ainda era muito ruim devido a tecnologia ainda pouco avançada da época. Seu desenvolvimento se deu de forma marcante, especificamente no ano de 1970, com a transmissão da Copa do Mundo do México via satélite e a cores para todo o restante do mundo.

Nos anos subsequentes, com a tecnologia evoluindo de forma assustadora, o jornalismo esportivo começou a conviver com mudanças substanciais, sejam estruturais ou relacionadas ao perfil editorial, para agradar um público cada vez mais exigente.

É sob esse contexto que este trabalho se arquiteta. Depois de estabelecer um relato histórico desde a chegada do futebol no Brasil até os dias atuais, bem como a sua ligação com os meios de comunicação ao longo desse período, propõe-se analisar o formato, a linguagem e as características que o jornalista esportivo Tadeu Schmidt emprega na apresentação do quadro *Gols do Fantástico*, do programa semanal Fantástico, na Rede Globo.

O contato com o programa, ao lado de leituras prévias, nos fez formular a hipótese de que Tadeu se aproximava do gênero crônica. A partir disso, formulou-se como problema justamente o questionamento sobre em que gênero jornalístico se enquadra o texto do jornalista.

Para encontrar o ponto de encontro entre o formato de apresentação de Tadeu Schmidt e as características da crônica, foi necessário lembrar, como forma de embasamento teórico, os estudos feitos por autores como Luiz Beltrão e José Marques de Melo acerca da conceituação e aplicação dos gêneros jornalísticos, grupo classificatório na comunicação ao qual a crônica está relacionada. Também foram destinadas algumas páginas para falar especificamente da crônica, num ângulo histórico, conceitual e de aplicação.

Como a crônica é um formato produzido na maioria das vezes pelo jornalismo impresso, foi preciso readequar os conceitos já postulados por Beltrão e Melo, a fim de que as conclusões do trabalho não destoassem do meio de comunicação em foco, no caso, a televisão. A referência que tratava deste assunto foi encontrada em um estudo do autor Guilherme Jorge de Rezende, que, em longa pesquisa sobre a história da televisão no Brasil, conseguiu alinhar uma nova definição da função dos gêneros – inclusive da crônica – especificamente no meio televisivo.

Ao longo da pesquisa, ficou evidente na opinião de alguns teóricos que este formato de apresentação da notícia esportiva está intimamente ligado a uma intenção de se produzir entretenimento e espetáculo e desenvolvendo a ideia de que estes elementos têm muito mais valor e espaço do que o material informativo propriamente dito. A luz disso, foi confeccionado um tópico sobre o tema.

Por último e como forma de encontrar subsídios para se chegar a uma conclusão se o formato de apresentação dos Gols do Fantástico realmente é uma espécie de crônica, foi realizada uma análise de conteúdo em três programas que foram ao ar em semanas seguidas do mês de outubro.

Para enriquecer o conteúdo e ajudar a explicar dúvidas sobre possíveis detalhes do modelo de apresentação do programa, o próprio Tadeu Schmidt nos concedeu entrevista no dia 5 de Outubro de 2011, para falar sobre o assunto. Alguns trechos da conversa foram citados ao longo do trabalho e a transcrição completa foi incluída no trabalho como anexo.

1 – JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL: CONTEXTO HISTÓRICO GERAL

1.1 – O início: impresso e rádio

Quando Charles Miller desembarcou no Brasil em 1894, trazendo da Inglaterra, terra de seus pais, chuteiras, bolas de couro e um livro de regras, ninguém imaginaria que o esporte que ele praticava lá vingaria e seria o fenômeno que é hoje. Nos dez anos em que esteve estudando na Europa, Miller jogava futebol, modalidade completamente desconhecida por aqui.

Se o esporte ainda era algo obscuro para grande parte dos brasileiros, notícias sobre ele nos jornais, único meio de comunicação da época, também eram praticamente inexistentes. O pouco espaço que havia na imprensa para os esportes era destinado a outras modalidades que tinham o apreço da sociedade da época, como o turfe e o remo.

Mas Miller estava decidido a tornar o novo esporte algo realmente importante e notório. Começou reunindo funcionários da empresa onde trabalhava, a São Paulo Railway, para disputar partidas amadoras.

A partir daí, iniciou-se o processo para tornar o futebol um evento noticiável, principalmente na alta burguesia brasileira. Encontros de um grupo restrito de notáveis começaram a ser realizadas no intuito de sistematizar a modalidade de forma organizada. Além de Miller, participava destes encontros um jovem jornalista amigo seu, que trabalhava no jornal *O Estado de São Paulo*. Mário Cardim também era apaixonado por futebol. Na época, o repórter, com apenas 18 anos, também sonhava ver a modalidade de que tanto gostava estampando as manchetes dos jornais. Cardim viria a ser, nas duas décadas a seguir, o principal nome da imprensa esportiva brasileira e o precursor de todos os repórteres do gênero.

Outro notável que participava das longas conversas sobre o novo esporte era o filho do prefeito de São Paulo na época, Antônio Prado Júnior, que era amigo íntimo de Cardim e praticante de ciclismo, mas que abandonara a bicicleta para se dedicar ao esporte que nascia.

Fechando o grupo de jovens que buscavam o crescimento do futebol e a sua inserção permanente nos jornais, surge a figura de Antônio Casemiro da Costa ou,

simplesmente, Costinha. Depois de um longo tempo estudando na Suíça, onde aprendeu a jogar e a amar o futebol, Costinha chegava ao Brasil com a mesma missão visionária de seus três novos amigos: dar destaque ao futebol no Brasil.

Os quatro se empenhavam, mas passados longos sete anos de encontros regulares para tratar do tema, o esporte ainda não estampava manchetes nos jornais, até porque, a São Paulo cosmopolita da época já produzia fatos importantes de sobra para serem noticiados nos periódicos, principalmente nas áreas de política e economia. Somente em 1901 a aristocracia conseguiu emplacar a primeira notícia sobre o tema, respaldada por uma imprensa também ligada às classes mais altas: a criação da primeira Liga de Futebol Paulista, com a presença de cinco clubes, todos da elite paulista.

A pouca incidência de notícias sobre o futebol no início do século deveu-se muito ao fato de outros esportes já dominarem a este cenário na época. Tanto que, segundo RIBEIRO (2007), algumas publicações especializadas surgiram no Brasil quase meio século antes da chegada de Miller ao país.

O jornalismo esportivo brasileiro teria nascido em 1856, com *O Atleta*, passando receitas para o aprimoramento físico dos habitantes do Rio de Janeiro. Pouco depois, em 1885, circularam *O Sport* e *O Sportman*. Em 1891, surgiu em São Paulo *A Platea Sportiva*, um suplemento de *A Platea*, criado em 1888. Dez anos depois, em 1898, também em São Paulo, surgiram a revista *O Sport* e o jornal *Gazeta Sportiva* (que não tem nada a ver com o jornal que seria criado futuramente), periódico de distribuição gratuita que circulava somente aos domingos. Em nenhuma das publicações o futebol era prioridade: apenas notícia de turfe, regatas e ciclismo. (RIBEIRO, 2007, p. 26-27).

Ironicamente, a divulgação que a burguesia tanto desejava ocorreu por meio de um veículo que não era ligado às elites e noticiava fatos relacionados ao crescimento do esporte nas camadas mais pobres da população.

Em São Paulo, na década de 1910 havia páginas de divulgação esportiva no jornal *Fanfulla*. Não se tratava de periódico voltado para as elites, não formava opinião, mas atingia um público cada vez mais numeroso na São Paulo da época: os italianos. Um aviso não muito pretensioso de uma das edições chamava-os a fundar um clube de futebol. Foi assim que nasceu o Palestra Itália, que se tornaria Palmeiras décadas mais tarde, no meio da Segunda Guerra Mundial.

Nesse tempo, as poucas páginas dedicadas a esporte nos diários paulistanos falavam sobre outra guerra. A travada entre os são-paulinos, que sonhavam tomar à força o estádio Parque Antártica dos palestrinos. (COELHO, 2008, p. 8).

Os anos foram passando e o futebol começava a ganhar mais linhas na imprensa. Além disso, era cada vez mais frequente ver pessoas praticando o esporte em várzeas e favelas do país. Os jornais abriam, pouco a pouco, um espaço maior para tratar do assunto. Em 1923, o time do Vasco da Gama venceu a segunda divisão do Campeonato Carioca contando com a presença de jogadores negros em seu elenco, algo inédito até então. O fato deu ao tema a visibilidade que faltava, tanto que em 1931, surgiu no Rio de Janeiro, o *Jornal dos Sports*. Idealizado por Argemiro Bulcão, a publicação é considerada o primeiro periódico especializado e dedicado exclusivamente a esportes no Brasil.

Vendo o crescimento da imprensa escrita, as rádios resolveram investir também nesse nicho. As poucas que existiam no Brasil naqueles tempos, começaram a inserir na programação algumas notícias sobre esportes. E foi nessa época que um jovem fez pelo rádio aquilo que Miller havia feito pelo futebol, quando chegou ao Brasil. Nicolau Tuma trabalhava na Rádio Educadora Paulista e conseguiu convencer seus patrões a transmitirem na íntegra uma partida de futebol, fato que ocorreu quando o São Paulo enfrentou o Paraná, em São Paulo, pelo Campeonato Brasileiro de 1931.

A união do futebol com o rádio era o que faltava para a completa massificação do esporte. Antes disso, mesmo já contando com uma presença já razoável na imprensa e veículos especializados, o futebol ainda era um esporte da alta sociedade. Os índices de alfabetização dos brasileiros, em geral, ainda eram baixos, o que explica a incidência ainda inexpressiva daquilo que era escrito, na população como um todo. Esse fato, porém, não influía no rádio, uma vez que ele se trata de um veículo exclusivamente sonoro. A essa altura, o pensamento de Miller e seus pares de restringir a modalidade somente aos mais abonados, perdia totalmente o seu fundamento. É possível dizer que popularização era uma realidade irreversível.

CAMARGO (2005) explica como o torcedor se tornou mais íntimo do futebol nesse momento e como o rádio influenciava na construção da realidade de quem estava ouvindo a transmissão.

Os torcedores levavam o radinho aos estádios para acompanharem as narrações, este artefato de comunicação possibilitou a criação de um universo muito interessante em relação ao futebol, muitas gírias e jargões do jornalismo esportivo ascenderam nesta época, porque o radialista esportivo tinha a função básica de criar a imagem da disputa para aqueles que estavam distantes do campo de jogo. O imaginário era acionado, e, deste modo, posso afirmar sem nenhuma pretensão que as ideologias, identificações e simbologias no esporte tiveram seu nascimento com essas ações. (CAMARGO, 2005, p. 28).

A supremacia do rádio nas transmissões esportivas durou até pouco antes do início dos anos 1970. O mundo evoluía de tal forma que a partir desta data, não bastava apenas ouvir o futebol. Era preciso assisti-lo.

1.2 – O futebol na Televisão

A história da TV no Brasil se confunde com inclusão do futebol neste meio de comunicação. Em 18 de setembro de 1950, dois meses após o Brasil ter perdido a Copa do Mundo em casa para o Uruguai e em meio a uma grande desolação por causa da derrota, entrava no ar a TV Tupi, de propriedade do jornalista Assis Chateaubriand.

Os gastos iniciais com equipamentos – cerca de cinco milhões de dólares – não foram o bastante para se obter uma boa transmissão. A qualidade, aliás, era sofrível. Mas desde o primeiro dia, o esporte se fez presente: Aurélio Campos comandou o Vídeo Esportivo, programa temático pioneiro na história da televisão do Brasil.

O futebol, que nesta época já era o principal esporte do país, teve o primeiro jogo transmitido logo um mês depois. Em 15 de outubro de 1950, Palmeiras e São Paulo se enfrentaram no Pacaembu e cerca de 200 pessoas tiveram a oportunidade de assistir à partida pela TV. A tecnologia ainda era muito restrita e cara, por isso a pequena quantidade de telespectadores.

Quatro anos depois da primeira transmissão, uma nova Copa se aproximava, desta vez na Suíça, e com ela, a expectativa de ver a seleção através da tela da TV. O Brasil já possuía 38 mil aparelhos televisores. Porém, conforme relato de RIBAS (2010), a tecnologia não avançara por aqui da mesma forma que em outro poucos

países, que teriam o prazer de assistir pela primeira vez na história, ao maior evento do esporte na TV. Na verdade, mesmo em nações de primeiro mundo, as condições técnicas ainda eram precárias. Porém, é inegável o pioneirismo do fato.

Outra novidade era a transmissão dos jogos do Mundial. Obviamente, isto estava sujeito às tecnologias da época, de modo que apenas oito países – Alemanha, Bélgica, Dinamarca, França, Holanda, Inglaterra, Itália e Suíça – poderiam ver os jogos ao vivo. Os outros (Brasil, entre eles) tinham que se contentar com o rádio. E as imagens eram todas em preto e branco, uma vez que não havia TV a cores. Além disso, houve a preparação de um filme oficial da Copa, algo inédito até então - e igualmente em preto e branco, embora já existissem filmes coloridos nos anos 1950. (RIBAS, 2010, p. 69).

Os primeiros anos da televisão no Brasil, segundo MATTOS, “foram marcados pela falta de recursos e de pessoal e pelas improvisações” (MATTOS, 2002, p. 81). Ainda conforme o autor, o preço do aparelho ainda era alto e não havia no país nenhuma indústria que fabricasse peças e materiais necessários para a montagem da TV. O acesso a um aparelho desses ainda era difícil e caro, o que posicionava o rádio ainda com uma presença bastante forte no rol dos veículos mais populares.

Esse panorama começou a mudar dez anos depois, em 1964. O então presidente da República, João Goulart, foi deposto por um golpe de Estado, o que influenciou radicalmente na realidade que a TV apresentaria a partir de então.

O golpe de 1964 afetou diretamente os meios de comunicação de massa porque o sistema político e a situação socioeconômica do país foram totalmente modificados pela definição e adoção de um modelo econômico para o desenvolvimento nacional. O crescimento foi centrado na rápida industrialização, com tecnologia e capital externos, e baseados no tripé formado pelas empresas estatais, empresas privadas nacionais e corporações multinacionais. Os veículos de comunicação de massa, principalmente a televisão, passaram a exercer o papel de difusores não apenas da ideologia do regime como também da produção de bens duráveis e não duráveis. (MATTOS, 2002, p. 89).

Para poder disseminar seu pensamento partidário, o governo agora já tinha potencial tecnológico suficiente para produzir aparelhos televisores em uma escala considerável e fazia programas especiais de financiamento para que a maior parte

da população pudesse comprar. Embora importante para a popularização e ao fácil acesso do público à TV, a programação governamental restringia a liberdade de outros setores da imprensa.

Uma das áreas que sofreram por isso foi a editoria de esportes. Alguns jornais foram fechados e jornalistas que agiam de forma a desobedecer às ordens do governo, sofriam uma série de sanções como extradições e expulsão do veículo em que trabalhavam.

Ainda sob as rédeas da ditadura, acontece o grande marco histórico das transmissões esportivas na TV brasileira, em 1970, na Copa do Mundo do México. Apesar de restrita aos mais ricos e ainda passando por problemas tecnológicos – houve casos de três emissoras diferentes terem de dividir a transmissão por falta de linha – um grande trunfo tornou o evento daquele ano um verdadeiro divisor de águas, principalmente no que diz respeito ao conceito de imagem na TV e na sua capacidade de atingir um imenso número de pessoas ao redor do mundo. Recorremos novamente a RIBAS para explicar qual foi essa gigantesca evolução.

A Copa do México inaugurou a transmissão via satélite, em cores para todo o planeta. No Brasil, muitos dizem ter visto a Copa em cores, mas provavelmente é para contar vantagem, já que o sinal captado e os aparelhos de TV do país eram em preto e branco – as cores eram privilégio de alguns poucos. A primeira transmissão de um jogo em cores só ocorreu em 1972 e envolvia a Seleção de Caxias do Sul (RS) contra o Grêmio. Outra novidade seria o replay instantâneo dos principais lances, poucos instantes depois após eles acontecerem. (RIBAS, 2010, p. 159).

A partir dessa nova possibilidade, as mudanças no jornalismo esportivo televisivo do Brasil passaram a ser mais práticas e visíveis. A questão financeira é um exemplo disso. A Rede Globo pagou em 1998, para transmitir com exclusividade a Copa do Mundo da França, a espetacular quantia de 220 milhões de dólares.

No aspecto social, criou-se uma gigantesca mobilização moral e cívica do povo brasileiro para com o esporte e a TV. Nesse sentido, ela atua como objeto de unificação do pensamento, o que justifica, em tese, a ligação entre público-futebol. O evento esportivo visto através deste veículo permite apenas uma interpretação do fato: a da própria câmera. Totalmente o oposto de um torcedor que acompanha o jogo pelo estádio.

A relação passional do Brasil com o evento esportivo passa a ser tão intensa que o futebol começa a influenciar nas rotinas das pessoas. Pode se dizer que o país para quando a seleção joga. Prova disso é o fato de algumas empresas readaptarem o horário de trabalho para que seus funcionários possam assistir aos jogos ou escolas que fazem o mesmo com seus alunos. Isso sem contar aspectos adjacentes a essa questão como, por exemplo, a programação especial de bares e restaurantes em dias que as partidas ocorrem. Também podemos citar, nesse sentido, a questão econômica, que movimenta um grande valor na venda e produtos relacionados ao futebol, tais como uniformes, bandeiras e os mais variados objetos nos quais se possam aludir menções ao assunto.

Com a influência da TV e, principalmente, do aspecto emotivo presente na imprensa esportiva, o patriotismo também fica em voga quando se fala de futebol. Amparados nessa prerrogativa, BARBEIRO e LIMA (2002) alertam para os problemas que podem surgir em decorrência da participação emotiva do jornalista e a construção de uma realidade diferente daquela que acontece.

A emoção faz com que o jornalismo esportivo no veículo eletrônico esteja sempre numa linha tênue entre a pieguice e a razão. Costuma-se dizer que não há boa cobertura esportiva sem emoção, mas o jornalista não pode se deixar levar por ela. O exagero é um passo para a desinformação. Transmissões de jogos de seleções brasileiras em Copas do Mundo e Olimpíadas, por exemplo, ensejam surtos de nacionalismo. O atleta vira “nosso jogador” e o tom adquire um ufanismo *démodé* que lembra o nacionalismo fascista. A emoção do espetáculo é uma relação direta entre esportista e os telespectadores. (BARBEIRO e LIMA, 2002, p. 108).

Para se adaptar e poder levar vantagem neste este novo universo futebolístico transformado pela mídia, os veículos tiveram que lançar mão de novas ideias, que pudessem fazer com que o público estivesse sempre interessado nos noticiários que esses meios produzissem. A audiência agora é formada por uma sociedade mais exigente, inteligente e mais controlada financeiramente que há 50 anos.

A editoria de esportes deixou de ser apenas a parte da redação que era sempre a primeira quando o assunto era corte de pessoal. Pode se dizer que o exercício do jornalismo esportivo atingiu um *status* que nunca teve antes,

principalmente quando se levam em conta, primeiramente princípios profissionais e éticos.

A imprensa esportiva tem importância fundamental, nela se destacando os colunistas, repórteres e comentaristas que primam pela ética, pelo equilíbrio e pelo profissionalismo. Ela tem tido um papel importante, inovando na linguagem, ampliando o mercado de trabalho para novos profissionais egressos dos cursos de jornalismo e, sobretudo, conquistando parcela significativa da audiência. (BUENO, 2005, p. 25).

Nessa perspectiva, é fundamental o aprimoramento do jornalista esportivo enquanto profissional da área. É fato que o futebol se define em campo, mas não só na hora do jogo. Fatores como jogadas ensaiadas, novas táticas e estratégias e o empenho nos treinamentos podem influir de forma direta ou indireta no resultado de uma partida. O repórter deve estar atento a todo esse processo, sob pena de produzir informações alicerçadas no senso comum e sem o rigor que a atividade jornalística requer.

Nesse novo panorama pintado pela modernidade, parece não existir mais lugar para aqueles que produzem um noticiário sem profundidade e inovações. Outro ponto importante é se cercar de um aporte financeiro e publicitário confiável que possa prevalecer frente às concorrentes.

Na virada do século XX, o carro-chefe do futebol mundial se chamava marketing esportivo. Os números desse gigantesco mercado teriam deixado Charles Miller, o inglês considerado o pai do futebol brasileiro, de boca aberta. A atividade rende cerca de 110 bilhões de dólares por ano no mundo. Só no Brasil, as cifras atingem o valor de 500 milhões de dólares. Somente as grandes empresas, como as Organizações Globo, teriam dinheiro suficiente para, por exemplo, pagar 400 milhões de reais pelos direitos exclusivos de transmissão da Copa do Mundo de 2002. (RIBEIRO, 2007, p.301)

A maior mudança, no entanto, que ocorre até a contemporaneidade, remete às alterações na linguagem utilizada na veiculação da notícia esportiva televisiva, foco do próximo capítulo e cerne principal deste trabalho. Dotada de um alto potencial tecnológico e de novos conceitos editoriais, a TV agora dita novas regras no tocante a esse assunto. A estrutura lógica e os assuntos predominantes até então foram repaginados e obedecem a uma nova ordem.

De 1970 para cá esses resquícios permeiam a transmissão dos jogos e os programas esportivos. Mas a título de delimitação, a análise será concentrada no formato proposto pelo jornalista Tadeu Schmidt, apresentador do quadro *Gols do Fantástico*, do programa fantástico da Rede Globo.

2 – TELEJORNALISMO ESPORTIVO E GÊNEROS

2.1 – Conceito e adequação

Após a década de 1970, o jornalismo esportivo televisivo deslanchou de vez no Brasil. Com a popularização da televisão e sua relação cada vez mais íntima com o público, as emissoras perceberam que apostar na divulgação do esporte era uma das melhores formas de manter a audiência e, por consequência, sobreviver num mercado tão competitivo.

Para manter ainda mais essa sintonia com o telespectador, era preciso lançar mão de novidades, que pudessem manter o público sempre em frente à TV. Foi então que, em 1973, a Rede Globo inovou ao colocar no ar o Esporte Espetacular. A principal diferença para com os outros programas do gênero era a linguagem adotada, que consistia num tom bem mais informal e descontraído, algo inédito até então para uma área que, assim como todo o jornalismo em geral, seguia um estilo de apresentação rígido e linear. A intenção era mostrar a quem assistia que o esporte poderia ser tratado de uma forma diferente em relação a editoriais consideradas mais pragmáticas, como economia e política, por exemplo.

A opção por uma narrativa diferenciada, amparada em um texto mais leve e descritivo, propicia uma discussão acerca de como a notícia, enquanto formato do gênero informativo e de natureza objetiva, se alterou frente a esse novo contexto em que é produzida no jornalismo televisivo.

Antes de imergir completamente na discussão dos gêneros jornalísticos televisivos, é preciso buscar a raiz de sua origem em um sentido mais amplo, não envolvendo a TV num primeiro momento, mas sim fazendo menção onde eles foram primeiramente abordados, que é no jornalismo impresso.

Segundo BORGES (2011), gênero é:

o agrupamento de elementos que compartilham características comuns. Na Comunicação Social, o gênero atribui limites, identidades e sentidos aos produtos audiovisuais, especialmente por meio de estilo, forma e finalidade (BORGES, 2011, p.89).

Entretanto, nem essa nem qualquer outra definição sobre o tema pode ser considerada definitiva, até porque, como afirma TEMER (2011), “os gêneros não são estáticos, eles evoluem em função da tecnologia, de uma relação de mercado com o seu consumo cotidiano e mesmo da relação com os outros gêneros” (TEMER, 2001, p.15).

O primeiro autor a tratar do tema no Brasil foi Luiz Beltrão, em 1980¹, que propôs a classificação de gêneros jornalísticos. Ele relaciona três categorias de gêneros, como mostra a tabela a baixo:

Jornalismo Informativo	Notícia Reportagem História de interesse humano Informação pela imagem
Jornalismo Interpretativo	Reportagem em profundidade
Jornalismo Opinativo	Editorial Artigo Crônica Opinião ilustrada Opinião do leitor

Tab. 1. Classificação de gêneros jornalísticos por Luiz Beltrão. Fonte: BELTRÃO *apud* FREIRE e CUNHA, 2009.

Com essa classificação, surge o primeiro referencial brasileiro que versa, de forma propriamente dita, acerca dos gêneros jornalísticos. Sua relevância é notória e a partir dela, outros pesquisadores se sentiram atraídos a estudar essa questão, a fim de obter seu constante aperfeiçoamento.

José Marques de Melo foi o primeiro autor brasileiro a questionar este modelo. Seguidor dos estudos de Beltrão, ele observou que essa classificação atendia exclusivamente a fins funcionais, não abordando questões estruturais e linguísticas como critério para a inclusão de determinado item em um ou outro gênero.

¹ O ano de 1980, citado como fonte desta informação, é o da edição do livro usado para a pesquisa. A definição dos gêneros por Luiz Beltrão ocorreu mais de duas décadas antes, em 1967 (TEMER, 2011).

Além disso, encontra pontos incongruentes na teoria de Beltrão. Primeiramente, é questionada a divisão de reportagem em dois gêneros distintos, sendo que é possível, baseando-se em características semelhantes, abarcar ambos no mesmo grupo.

Ele contesta também a autonomia da história de interesse humano, dizendo que a mesma, nada mais é do que a distinção entre matéria fria (de atualidade permanente) e notícia factual, com prazo de veiculação curto.

Outro ponto é atribuição de importância dada aos recursos visuais, como a fotografia, por exemplo. Para justificar, MELO (2003, p.61) afirma que “não é o código em si que caracteriza um gênero jornalístico e sim o conjunto das circunstâncias que determinam o relato que a instituição jornalística difunde para seu público”.

Por fim, é abordada a amplitude da opinião do leitor, pois, de acordo com Melo, há uma confusão entre o discurso do leitor, enquanto voz ativa dentro do processo noticioso e os mecanismos usados com fins de obter informações de um determinado nicho da sociedade.

Nesse contexto, José Marques de Melo revê a classificação de Beltrão, readequa a proposta de divisão e reduz o gênero jornalístico impresso a duas categorias:

Jornalismo Informativo	Nota Notícia Reportagem Entrevista
Jornalismo Opinativo	Editorial Comentário Artigo Resenha Coluna Crônica Caricatura Carta

Tab. 2. Classificação de gêneros jornalísticos por José Marques de Melo. Fonte: MARQUES DE MELO *apud* FREIRE e CUNHA, 2009.

Outra definição importante criada pelo autor foi nomear as subdivisões de cada gênero como formatos.

A seguir, a definição, de forma sucinta, dos formatos do gênero informativo elaborada por MELO (2003):

Nota – corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração e por isso é mais frequente no rádio e na televisão.

Notícia – é o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social.

Reportagem – é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística.

Entrevista – é um relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade.

Para o gênero opinativo, Marques de Melo, faz uma delimitação conceitual embasada na autoria e angulagem dos formatos, caracterizada pela tabela a seguir:

Classificação	Autoria		Angulagem						
	Definido e explicitado	Sem autoria	Continuidade e imediatismo	Valores culturais diferenciados	Aleatoriamente	Busca de valores inerentes ao fato	Temporalmente contínuas	Modo temporal mais defasado	Do receptor
Editorial		X	X						
Comentário	X		X						
Artigo	X				X				
Resenha	X			X					
Coluna	X						X		
Crônica	X							X	
Caricatura	X						X		
Carta	X								X

Tab. 3. Classificação dos formatos do gênero opinativos de José Marques de Melo, sob a óptica da autoria e da angulagem Fonte: PEREIRA, 2011.

Novamente, com o auxílio de MELO (2003), descrevemos as características básicas de cada um dos formatos do gênero opinativo:

Editorial – expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento.

Comentário – cumpre a tarefa de examinar os fatos também significativos, mas de menor abrangência, com independência em relação à linha editorial.

Artigo – forma de expressão verbal que se trata de uma matéria jornalística onde alguém (jornalista ou não) desenvolve uma ideia e apresenta sua opinião.

Resenha – corresponde a uma apreciação das obras-de-arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores ou consumidores.

Coluna – seção especializada de jornal ou revista, publicada com regularidade, geralmente assinada, e redigida em estilo mais livre e pessoal do que o noticiário comum.

Crônica – relato poético do real, situado na fronteira entre a informação de atualidade e a narração literária.

Caricatura – forma de ilustração que a imprensa absorve com sentido nitidamente opinativo.

Carta – aquele espaço em certo sentido democrático, ao qual cada um pode recorrer.

Esse modelo foi criado e pensado, basicamente, em dois critérios que justificassem a sua elaboração. O primeiro fala que o agrupamento dos gêneros é feito de acordo com a intencionalidade que estes possuem perante o relato que produzem. O segundo aspecto diz que a identificação dos gêneros foi feita tendo como preceito essencial a natureza estrutural dos formatos nos processos jornalísticos.

Partindo desse princípio, a fundamentação dessa proposta encontra razão tendo em vista a divisão que o jornalismo faz acerca de suas funções:

O jornalismo articula-se, portanto, em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que se passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que se passa). Daí o relato jornalístico haver assumido duas modalidades: a descrição e a versão dos fatos (MELO, 2003, p. 63).

É essencial relembramos esta classificação para podermos adentrar de vez na classificação dos gêneros jornalísticos televisivos. Esta análise não pode ser feita

de uma forma tão simples, apenas transpondo o conceito de gêneros previamente definido de um meio de comunicação para outro – nesse caso, do impresso para a TV – por ser necessário levar em conta as mudanças estruturais, linguísticas e de formato que há entre eles. Portanto, para se adequar ao objetivo proposto deste trabalho focaremos em determinados itens em detrimento a outros, exclusivamente como forma de ilustrar melhor o objeto de estudo.

Dito isto, encontramos em REZENDE (2000) uma adequação dos gêneros jornalísticos impresso para a TV. Embasado pelos estudos de MELO, ele delimita e conceitua apenas os gêneros e formatos que podem ser usados neste veículo e são passíveis de uma análise. Mas alerta que, neste contexto, “não se pode fixar limites rigorosos entre os gêneros jornalísticos. Os gêneros opinativos não excluem o que seria próprio do informativo: o relato objetivo do fato, o dado bruto” (REZENDE, 2000, p.156).

Assim, a classificação de REZENDE para os gêneros televisivos fica disposta conforme a tabela abaixo:

Jornalismo Informativo	Nota Notícia Reportagem Entrevista Indicador
Jornalismo Opinativo	Editorial Comentário Crônica

Tab. 4. Classificação de gêneros jornalísticos televisivo por Guilherme Jorge de Rezende.
Fonte: REZENDE, 2000.

Diferente de como já foi conceituado anteriormente com BELTRÃO e MELO, que falavam dos gêneros nos meios impressos, as relações estabelecidas a seguir por REZENDE, referem-se aos formatos dos gêneros informativo e opinativo no âmbito específico da televisão.

Informativos:

Nota – é o relato mais sintético e objetivo de um fato, podendo ser simples (apenas o texto lido) e coberta (tendo imagens como base do *off*² dito pelo apresentador)

Notícia - é o relato de um fato mais completo do que a nota, por combinar a apresentação ao vivo com a narração em *off*, coberta por imagens.

Reportagem – é a matéria jornalística que fornece um relato ampliado de um acontecimento, mostrando suas causas, correlações e repercussões. Sua estrutura completa constitui-se de cinco partes: cabeça³, *off*, boletim⁴, sonoras (entrevistas) e pé⁵, mas pode configurar-se sem uma ou mais destas partes.

Entrevista – é o diálogo que o jornalista mantém com o entrevistado, pelo sistema de perguntas e respostas, com o objetivo de extrair informações, ideias e opiniões a respeito dos fatos, questões de interesse público e/ou aspectos da vida pessoal do entrevistado.

Indicador – são matérias que se baseiam em dados objetivos que indicam tendências ou resultados de natureza diversa, de utilidade para o telespectador em eventuais tomadas de decisões, o que lhe dá o sentido de um jornalismo de serviço.

Opinativos:

Editorial – texto lido geralmente pelo apresentador, que expressa a opinião da emissora sobre uma determinada questão.

Comentário – matéria jornalística em que um jornalista especializado em um determinado assunto (economia, esporte, política nacional, etc.) faz uma análise, uma interpretação dos fatos do cotidiano.

Crônica - No limite entre a informação jornalística e produção literária, a crônica é um gênero opinativo que, mesmo que remeta a um acontecimento da realidade, vai além da simples avaliação jornalística do real. Mediante um estilo mais livre, de uma visão pessoal, o cronista projeta para a audiência a visão lírica ou irônica que tem do detalhe de algum acontecimento ou questão, que passa despercebido ou pouco valorizado no noticiário objetivo. Na linguagem da TV, a

² No telejornalismo, *off* é o texto que o repórter fala paralelamente a exibição de imagens relacionadas ao fato noticiado (REZENDE, 2000).

³ Cabeça é a notícia propriamente dita, lida pelo apresentador em um quadro no estúdio de televisão e semelhante ao lead no jornalismo impresso (Ibidem).

⁴ O boletim, também chamado de passagem, acontece quando o repórter aparece no vídeo narrando a informação, diferentemente do *off*.

⁵ Texto curto lido pelo apresentador que tem o intuito de fechar a matéria.

crônica conta com outros recursos expressivos além da palavra, as imagens e a música.

De forma geral e numa análise absolutamente empírica, pode-se dizer que a notícia sempre foi o formato mais comumente utilizado pelos programas esportivos da TV.

Porém, como já foi dito anteriormente, o perfil do telespectador mudou bastante ao longo dos anos. Na atualidade, é praticamente impossível sobreviver no mercado da comunicação produzindo e veiculando apenas os relatos mais básicos do fato.

2.1.1- Crônica

Segundo SÁ (1999), o primeiro texto no Brasil que remete as características relacionadas com as da crônica é na verdade, aquele que pode ser considerado, como afirma o próprio autor, a “nossa certidão de nascimento”: a carta de Pero Vaz de Caminha ao rei D. Manuel de Portugal, logo após avistar pela primeira vez as terras brasileiras.

É discutível que a carta deu início ao processo literário brasileiro, mas é nítido que o estilo que ela carrega em sua estrutura traz consigo semelhanças com a crônica, principalmente na forma minuciosa como é retratada o contato do homem branco com os índios, habitantes do local.

Essas semelhanças ficam evidentes quando percebe-se a presença de um dos fatores mais inerentes a crônicas nesse texto: o registro circunstancial e a valoração de fatos adjacentes e secundários àquele principal, de forma a incluí-los na narrativa como parte do processo da criação textual.

Seu relato é, assim, fiel às circunstâncias, onde todos os elementos se tornam decisivos para que o texto transforme a pluralidade dos retalhos em uma unidade bastante significativa. (...) a observação direta é o ponto de partida para o narrador possa registrar os fatos de tal maneira que mesmo os mais efêmeros ganhem uma certa concretude (SÁ, 1999, p.6).

Como já vimos, a crônica, no âmbito jornalístico, é o relato poético do real, situado na fronteira entre a informação de atualidade e a narração literária. A forma

como este formato é produzido no Brasil o torna especialmente particular, haja vista que não há nenhum modelo com características jornalísticas semelhantes a ele em outros países. Até porque, na maioria dos lugares onde é produzida, a crônica assume um sentido vinculado ao relato cronológico e à narrativa histórica.

O processo de produção da crônica no Brasil começou em 1852, com a criação do folhetim, que segundo MELO (2003), era “um espaço que os jornais reservavam semanalmente, para o registro do que aconteceu no período. Sua redação é confiada a escritores” (MELO, 2003, p. 152).

Inicialmente, o folhetim não tinha as características atuais da crônica, principalmente pelo fato de que este tratava de vários assuntos em um mesmo espaço. SÁ (1999) relembra que o folhetim só começou a incorporar características diferentes devido à modernização das cidades, a qual, exigia uma nova atitude para com a forma de se relatar os fatos.

De modo geral, nas primeiras décadas do século XX, os jornalistas ficavam na redação a espera dos fatos para, depois disso, redigirem as notícias. Segundo o autor, a mudança começou com o repórter Paulo Barreto que “ia ao local dos fatos para melhor investigar e assim dar mais vida ao seu próprio texto (...) impondo a seus contemporâneos uma outra maneira de vivenciar a profissão de jornalista” (SÁ, 1999, p.8). A partir disso, o folhetim foi se modificando e assumindo outra identidade, transformando-se em crônica.

Em 1930, surgiria no Brasil uma nova modalidade de crônica, que reforçaria sua identidade como produto marcadamente nacional, bem como seu caráter jornalístico: a crônica moderna.

Sobre as diferenças entre a crônica comum e a moderna, MELO (2003), traça o seguinte paralelo:

Se a crônica de costume se valia do real (fatos ou ideias do momento) simplesmente como deixa ou como inspiração para um relato poético ou para uma descrição literária, a crônica moderna assume a palpitação e a agilidade de um jornalismo em mutação. Ela figura no corpo do jornal não como objeto estranho, mas como matéria inteiramente ligada ao espírito da edição noticiosa. (MELO, 2003, p.155).

Nesse contexto, os cronistas atuam no intuito de mudar o sentimento dos leitores quanto à recepção do noticiário, pois “realizam uma tradução livre da

realidade principal, acrescentando ironia e humor à chatice do cotidiano, à dureza do dia-a-dia” (MELO, 2003, p.156).

Através da leitura de autores que sistematizam o estudo da crônica, como MELO e SÁ, podemos atribuir a este formato as seguintes características:

- Atualidade
- Fidelidade ao cotidiano
- Ironia e humor
- Estilo narrativo livre
- Uso da oralidade na escrita
- Nova perspectiva ao fato corriqueiro, que o transforma em fato singular e único
- Texto com ar despreocupado, o qual assume uma característica de “conversa fiada”

2.2 – A proposta de Tadeu Schmidt

Uma nova proposta que encontra fundamento no próprio Esporte Espetacular de 40 anos atrás, está modificando a forma como a notícia esportiva é apresentada. O jornalista Tadeu Schmidt, apresentador do quadro *Gols do Fantástico*, do programa Fantástico, na Rede Globo, é hoje um dos expoentes desse processo, que produz um jornalismo disposto a ver a notícia esportiva de uma forma diferente da qual normalmente ela é apresentada.

Tivemos a oportunidade de entrevistar o próprio Tadeu Schmidt no dia 5 de Outubro deste ano, quando o jornalista esteve em Goiânia. Em uma conversa de pouco mais de cinco minutos, ele falou sobre as características de seu trabalho.

A principal delas, ao mostrar o noticiário esportivo do final de semana, é a opção por uma nova forma de narrar os acontecimentos, que privilegia a descrição baseada em um texto livre e descontraído, que em termos comparativos, se assemelharia bastante ao sentido produzido pela crônica, fugindo do padrão que dá espaço ao puro e simples relato objetivo do fato.

Para obter esse resultado, Tadeu Schmidt, no entanto, explicou que faz questão de não utilizar um texto muito rebuscado, mas também nada que beire a coloquialidade. “A minha regra é usar um texto extremamente simples. Simples no sentido de ser entendido, de fácil entendimento, mas não de ser pobre”.

Junte-se a isso a possibilidade de dar destaque não só àquilo que é de praxe do esporte – como o resultado das partidas e os jogadores que fizeram os gols – mas também elementos que fazem parte dessa atmosfera e quase sempre foram ignorados, como a torcida, o uniforme, o campo maltratado, os gols perdidos, o penteado dos jogadores, bem como uma infinidade de outros fatores que até então poderiam ser considerados insólitos no âmbito da notícia esportiva.

Com um forte aparato tecnológico a disposição, Tadeu faz uso constante dos efeitos sonoros e animados para ilustrar suas informações. Um ponto a ser ressaltado é que não é pelo fato de imergir em um novo formato de apresentação dos fatos que o quadro deixa de ser informativo. As informações padrão como o resultado do jogo ou quem marcou os gols da partida são sempre divulgadas. “O importante da notícia é a gente transmiti-la. A notícia continua sendo transmitida. Só que a gente coloca além da notícia, o entretenimento”, disse o jornalista em relação a influência da tecnologia no noticiário.

Tadeu Schmidt começou no Fantástico em 2007, quando reimplementou esse novo modelo de fazer esportes na TV. Porém, VILAS BOAS, em 2005, já pregava que as notícias sobre esportes deveriam ir além do que o senso comum da profissão proporciona ao jornalista.

Esporte é muito mais do que um jogo, não? Envolve ciência, tecnologia, saúde, política, história, comportamento, economia. Há inúmeras interfaces possíveis, polêmicas e necessárias que o jornalista poderia costurar para não se ater somente à questão da disputa. (VILAS BOAS, 2005, p.8)

Para BETING (2005), é contestável o surgimento de um novo processo lingüístico que abranja os profissionais do jornalismo esportivo como um todo. Ao analisar essa questão, o autor ressalta que inovações deste tipo, como a proposta no rádio nos anos 1970, pelo narrador Osmar Santos, “devem-se muito mais ao carisma e ao charme pessoal que a uma filosofia de trabalho e a uma nova escola”. (BETING, 2005, p.21). Esse pensamento, trazido para o âmbito da televisão, pode facilmente ser relacionado ao apresentador dos *Gols do Fantástico*, uma vez que a crônica, para ser executada, depende do charme do cronista, pois pende para a arte.

Exposta a forma de apresentação de Tadeu Schimdt, fica claro que seu relato não se enquadra no formato de notícia que vimos anteriormente. Uma definição que

fundamente e possa demonstrar para qual formato ela envereda é a proposta por SILVA (2010), afirmando que “Schmidt transformou o futebol em crônica na televisão.” (SILVA, 2010).

Essa nova forma de apresentação protagonizada por Tadeu divide opiniões. SILVA (2010) afirma que ele “começou algo diferente e novo na narrativa esportiva da televisão brasileira” (SILVA, 2010, p. 12).

Já BEZERRA (2008) aborda a questão por um viés diferente. Ela não nega as mudanças, mas diz que, além da influência dos fatores econômicos, a informação é relegada.

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 sensacionalista. Um exemplo é o quadro “Gols do Fantástico”, da Rede Globo, apresentado por Tadeu Schmidt (...). 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. (BEZERRA, 2008, p.109).

A atitude de simplesmente relatar o fato esportivo, na contemporaneidade, parece estar dando lugar a uma visão mais ampla e com o detalhe de ser dito de uma forma diferente, em uma linguagem que atinja de uma maneira mais fácil o público médio geral. A TV é um veículo que não permite ao telespectador voltar no que acabara de ser dito, diferente de um jornal impresso, o qual é possível foliar a página que bem entender em busca da informação desejada. Talvez por isso, a opção por algo diferente, que além de informar, chamasse a atenção do público.

SILVA afirma que o acesso mais fácil ao público não foi o único fator desta mudança. “Os programas esportivos foram se modificando ao longo do tempo de acordo com as inovações tecnológicas e com a própria concepção do jornalismo” (SILVA, 2005, p. 1).

Um outro ponto ainda serve de explicação para a reinvenção dos formatos jornalísticos na TV. Conforme BORGES (2011), essa adequação também se fez necessária pelo fato de que “a TV, mesmo com o advento e a crescente popularização da Internet, ainda é o meio de comunicação de maior penetração

social e que mais exerce o papel de atribuir sentidos e significados à vida” (BORGES, 2011, p.92).

2.3 – Entretenimento e Espetáculo

Uma das principais críticas ao trabalho de Tadeu Schmidt é no tocante ao estilo de programa por ele apresentado, que para alguns teóricos, se apropria com muito mais intensidade de valores ligados ao entretenimento do que propriamente ao jornalismo.

Essa nova vertente coloca o futebol como elemento de uma cultura espetacular e com função quase que principal de entreter os telespectadores. Para acompanhar a premissa, segundo essa corrente de pensamento, a imprensa também teria que se subverter a este modelo, ou seja, dar prioridade ao espetáculo ao invés do fato noticioso.

Dentre os fatores que permeiam essa realidade, está a imagem. Essa busca incessante pela visual, pode falsear a realidade. “Imagem é tudo! Isso dá um certo ar mentiroso ao futebol” (AWAD, 2005, p. 53). Segundo o autor, há casos em que os jogadores mudam suas feições e atitudes por estarem sendo mostrados pela lente de uma câmera.

Sobre esta discussão, é pontual a fala de TEMER (2011) sobre a utilização de determinado tipo de gênero na óptica do jornalismo esportivo como espetáculo. Ela afirma que “na televisão, com seu conteúdo predominantemente voltado para o entretenimento, a classificação dos gêneros é diferenciada (...)” (2011, p. 16).

A autora sugere que os gêneros e suas aplicações no jornalismo sofrem mudanças ao longo dos anos e principalmente em decorrência da evolução e características dos meios de comunicação de massa, fato que pede uma reflexão particular e criteriosa acerca de determinado veículo. Não se pode, por exemplo, analisar sob os mesmos aspectos o jornal impresso, onde o foco é a exclusivamente a divulgação da notícia, e a televisão, que sofre forte influência de fatores como a publicidade e a força da imagem.

CAMARGO (2005) estabelece um panorama geral desta nova ordem comunicativa, destacando suas principais características e ressaltando, nesse sentido, as influências econômicas e tecnológicas.

O esporte, no final do século XX e início do século XXI, passa por uma transformação importante. É assimilado pelas massas; é apreciado como espetáculo, através das imagens veiculadas pela televisão. É um fenômeno produzido com as mais altas tecnologias criando a beleza do gesto técnico, buscando a imagem mais que espetacular, mas tornou-se também um grande negócio, econômico e ideológico. Dessa forma, o esporte adquiriu mais uma característica, ao associar-se com as relações mercadológicas e a espetacularização das imagens ganhando requintes de um show de entretenimento. (CAMARGO, 2005, p. 33)

É justo que o esporte, em especial o futebol, possa produzir um material cada vez mais criterioso, visualmente falando e, por conta disso, também servir como divertimento, uma vez que a parte jornalística que lhe cabe seria uma “fuga” em relação ao padrão sério e rígido que seguem outras editorias. Mas é preciso, no entanto, saber se esse novo formato não irá entrar em atrito com o principal componente do jornalismo, independente da editoria: a notícia.

A busca incessante por mostrar aquilo que é espetacular traz à tona, segundo COELHO (2008), um dilema: afinal, o que é jornalismo e o que é show?

Nas palavras do jornalista, a descrição do fato – no caso, o jogo – obedece a critérios que a televisão acha conveniente mostrar, variando somente o foco que cada emissora decide usar.

E televisão, leia-se Globo. A emissora transmite os jogos como show. Quase nada anda errado. Quase não se nota que o estádio, cenário do evento, anda às moscas. Não se fala do gramado, do nível técnico, de nada. Tudo é absolutamente lindo. Muitas vezes se dá exatamente o oposto nas emissoras concorrentes. Tudo é péssimo, o que também não é verdade. Parte do show está lá. O brilho individual dos jogadores, as disputas táticas entre os técnicos, os gritos das torcidas (torcidas), quando ela existe. Tudo isso está lá. Assim como estão o mau estado do gramado, o erro do árbitro, a atuação bizarra do jogador. Todos os elementos para construir uma boa matéria jornalística estão ali, à disposição das câmeras, dos locutores, comentaristas e repórteres. É só usar o microfone e salientar o que há de bom, mostrar o que há de ruim. (COELHO, 2008, p. 65).

Dado que o futebol é um esporte de massa, não podemos atribuir que a sua popularidade seja resultado somente da espetacularização que o cerceia. Do ponto de vista social, interferem nesse caso a assimilação e a identidade da sociedade para com o esporte. Para BETING (2005) essa ideia é tão forte que pode ser comparada a elementos culturais típicos de outros países. “Falar de futebol no Brasil

é como cobrir cinema nos Estados Unidos, como criticar artes plásticas nas França em meados do século XIX”. (BETING, 2005, p.15). DaMATTA (1982) vai mais além e cita que esta linha é tão tênue que a modalidade no país é uma forma pela qual a sociedade fala, apresenta-se, revela-se e exhibe-se. Ou seja, pode-se dizer que o futebol está intrínseco ao povo brasileiro, o que é constatado nos grandes eventos como a Copa do Mundo, em que toda a nação se mobiliza em torno do evento.

Um dos fatores que estreitam a relação entre esporte e público, é o emotivo, que, aliás, é um mote amplamente utilizado pela TV para poder explorar seu lado espetacular. O futebol é um esporte que por si só já carrega uma grande carga emocional. E isso pode ser visto tanto na reportagem que mostra o jogador que nasceu pobre e hoje, graças ao futebol, pode ter uma vida financeira equilibrada e ajudar sua família, até as imagens de torcedores se “debulhando” em lágrimas – pela aflição de uma disputa de pênaltis ou pela alegria de um título. Estes exemplos servem de cenário ideal para a construção de um material que aborde a emoção como assunto principal, o qual tem grande empatia com o torcedor.

Nesta nova ordem televisiva, que dá vazão ao espetáculo, a notícia passou por uma reformulação, tentando adequar-se aos novos tempos. Segundo BEZERRA (2008), em tempos de globalização e reinado do fator econômico, criou-se uma diferenciação na forma de relatar os acontecimentos.

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; deixando muitas vezes de cumprir sua missão primordial de informar. (BEZERRA, 2008, p. 81).

A notícia também assume um papel diferente em períodos que o futebol não produz fatos suficientes para abastecer os programas. Geralmente, entre os meses de dezembro e janeiro, não são disputados campeonatos para que os jogadores possam tirar férias. Como os noticiários precisam ser abastecidos, inicia-se um sem fim especulativo sobre jogador que está indo para determinado time, atleta que estaria deixando a equipe, dentre uma infinidade de “achismos” que só se servem para ocupar tempo ocioso na TV.

3 – DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS GOLS DO FANTÁSTICO

3.1 – Metodologia: Análise de Conteúdo

Depois de fazer um recorte histórico e apresentar as mudanças do telejornalismo esportivo com base nos estudos dos gêneros – em especial, a crônica – e na forma de apresentação do jornalista Tadeu Schmidt, o terceiro e último capítulo deste trabalho se dispõe a analisar alguns programas do profissional em questão através do método da Análise de Conteúdo, afim de que se possa ou não comprovar a questão-problema que norteia este trabalho: a forma como Tadeu Schmidt apresenta o noticiário esportivo do Fantástico pode ser considerada como crônica esportiva na TV?

A Análise de Conteúdo (AC), em termos gerais, “se refere ao um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa” (FONSECA JR, 2006, p. 280).

Apesar de atualmente ser bastante recorrente nos estudos relacionados à comunicação em geral, a AC tem uma origem bem diferente dos objetivos a que se propõe alcançar nos dias atuais. Segundo FONSECA JR (2006), este método vem sendo utilizado “desde o século XVIII, quando a corte suíça analisou minuciosamente uma coleção de 90 hinos, denominados *Os cantos de Sião*, para saber se eles continham ideias perniciosas, sem que nenhuma prova de heresia fosse encontrada” (Ibidem).

Nas pesquisas que contemplam os materiais jornalísticos, a análise de conteúdo vem se mostrando como um dos principais métodos destinados para este fim, seja para descobrir diferenças e semelhanças entre dois ou mais itens estudados (notícias, meios de comunicação, estilo de profissionais, etc.), bem como quando se quer dissecar a fundo um único objeto de pesquisa. Segundo HERSCOVITZ (2007), dentre suas várias utilidades, a análise de conteúdo,

Pode ser utilizada para detectar tendências e modelos de análise de critérios de noticiabilidade, enquadramento e agendamentos. Serve também para descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos, para avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações, para identificar elementos típicos, exemplos representativos e discrepâncias e para comparar o conteúdo

jornalístico de diferentes mídias em diferentes culturas (HERSCOVITZ, 2007, p.123).

A análise de conteúdo tem como raiz teórica os estudos positivistas de Augusto Comte (1797 – 1857), a qual pregava que um estudo teórico só tem valor fundamental quando amparado em dados metodicamente apresentados, sob a perspectiva das ciências exatas e através de um método linear. Nesse contexto, essa corrente parte do princípio de que os dados devem ser vistos priorizando-se o fator quantitativo.

Porém, é fato que nenhuma pesquisa se mantém apenas em função de números e excluindo valores subjetivos. A partir desta premissa, começou a ser levado em conta também o ponto de vista qualitativo para este tipo de estudo.

Seja qual for a forma como se pretende aplicar o método, a análise de conteúdo, como salienta FONSECA JR (2006), é um formato híbrido, que “oscila entre esses dois polos, ora valorizando o aspecto quantitativo, ora o qualitativo, dependendo da ideologia e dos interesses do pesquisador” (FONSECA JR, 2006, p.285).

3.2 – Análise

3.2.1 - Descrição

O principal foco desta análise é encontrar nos textos e na forma de apresentação de Tadeu Schmidt, características semelhantes com aquelas comuns às crônicas para, dentro deste parâmetro, saber se é possível chegar a um consenso se o jornalista promove ou não uma narrativa deste tipo na televisão.

Para isso, serão tomados como objetos deste estudo três edições seguidas do quadro Gols do Fantástico durante três finais de semana (dias 16, 23 e 30 de Outubro de 2001). As datas correspondem à 30^a, 31^a e 32^a rodada do Campeonato Brasileiro de 2001.

3.2.1.1 – Primeiro programa – 16/10/2011

O programa do dia 16 começa com Tadeu falando sobre a classificação do Campeonato Brasileiro. E neste ponto surge a primeira diferença em relação aos

outros programas esportivos da televisão. Ela é representada aqui, sob a forma de um desenho animado, como um “páreo de turfe”, onde cada cavalo é um time e a linha de chegada seria o título da competição. Ressalta-se a briga “cabeça a cabeça” dos cavalos pela conquista do primeiro lugar. Este formato inusitado chama a atenção do público logo no primeiro momento. De forma geral, os outros programas do gênero mostram a classificação do campeonato com pouca ou quase nenhuma novidade, apresentando, comumente, apenas os times e os números dos mesmos em um a tabela. Este ano não é a primeira vez que este recurso é utilizado. Em 2010, a classificação também foi mostrada como uma corrida animada, mas daquela vez, de carros.



Figura 1 – Cavalinhos da Classificação

Ao falar do primeiro jogo daquela rodada, Palmeiras e Fluminense, ficam claras mais duas características do programa: o corte rápido de imagens e o uso de trilha sonora como fundo para falar dos jogos, para dar ideia de movimento.

Um traço de humor da narrativa acontece quando, ao citar o jogador Luan, do Palmeiras, é tocado um trecho de uma música do cantor sertanejo Luan Santana, simplesmente pelo fato dos dois serem homônimos. Ainda falando sobre o lance envolvendo Luan, nota-se a uma dose de humor agora no texto lido por Tadeu. O lance em questão trata-se de um pênalti mal marcado em cima do jogador.

Utilizando-se um replay em câmera lenta para demonstrar que a falta foi marcada incorretamente, o jornalista fala “Como é que é? Pênalti? Só se foi o deslocamento de ar do pé do Martinuccio (o atleta que teria cometido a falta) que desequilibrou o Luan né...”.

Ainda comentando sobre essa partida, é feita uma relação do atacante Fred com o famoso dançarino americano Fred Astaire, mostrando inclusive, cenas deste último e intercalando com as do jogador. A comparação ocorre porque uma semana antes, Fred fez três gols em uma mesma partida, diante do Coritiba e, de acordo com uma já famosa regra do programa, teve o direito de pedir uma música. Como estava tendo aulas de dança, comemorou todos os gols deste jogo dançando e homenageou o professor, que lhe ensinou forró, pedindo uma canção deste ritmo. No jogo contra o Palmeiras, Fred fez mais dois gols e também comemorou dançando, desta vez, lambada, dando motivo para a inusitada comparação.



Figura 2 – Fred dançarino

Já mostrando outra partida, Botafogo e Atlético-PR, Tadeu usa mais uma expressão que ficou famosa em sua apresentação: “como um gato”, que é dito para ilustrar a boa atuação de um goleiro em uma partida, aludindo que o jogador saltou para defender como se fosse um gato. Ao mesmo tempo, um trecho sonoro de um miado felino é ouvido. O goleiro em questão desta vez foi Jefferson, do Botafogo.

Além disso, depois de uma defesa em que precisou se esticar e mostrar reflexo, foi dito que a posição que ele havia feito parecia um passo de dança, o que fez surgir a imagem de apresentações de balé.

No jogo entre Vasco e Atlético-MG, quando o lateral Fágner faz um gol, é tocada uma música do cantor Raimundo Fágner, homônimo do jogador, fato idêntico ao que aconteceu com o jogador Luan.

Para falar do erro do juiz, no confronto entre Cruzeiro e Corinthians, mais uma vez, Tadeu recorre a ironia. Careca, o árbitro Pablo dos Santos Alves marcou um pênalti inexistente a favor do Cruzeiro. Antes do lance, mostra-se uma imagem dele passando a mão na cabeça, com a seguinte narração: “O erro não foi achar que tinha cabelo e pentear não... Acho que ele estava enxugando suor”, para em seguida, após o lance da falta dentro da área, emendar: “Seu juiz, onde que isso foi pênalti? Ô Pablo, cá entre nós, esse pênalti foi tão real quanto os seus cabelos”.

3.2.1.2 – Segundo programa – 23/10/2011

A edição dos Gols do Fantástico do dia 23 também começa com o desenho animado dos “cavalinhos” da classificação. E o humor começa logo no início. Ao comentar sobre a pouca diferença que separa Corinthians e Vasco na primeira colocação, diz que a vantagem do clube paulista sobre o carioca é de “um cabelo de nariz”.

O tom de comédia continua quando o assunto é o jogo entre Bahia e Vasco, o primeiro a ser comentado. Sobre os lances mais ríspidos da partida, inclusive de uma falta que fez o nariz do atacante vascaíno Eder Luís sangrar, usa-se como trilha sonora o clássico pacifista *What a Wonderful World*, de Louis Armstrong.



Figura 3 – Eder Luís sangrando

Quando começou a análise do confronto entre Internacional e Corinthians, Tadeu falou sobre o furão, outra invenção sua que também ficou amplamente conhecida. Se o jogador dá uma furada (erra a bola de forma grotesca no momento em que vai chuta-la), o jornalista faz um trocadilho e oferece o lance em nome de *Mustela Putorius Furo*, nome científico do furão, animal doméstico que ironiza o quadro.



Figura 4 - Furão

Seguindo a linha de um texto leve e descontraído, ele brinca depois do gol de cabeça de Nei, do Internacional, dizendo que por ter “uma as superfícies cabeceantes (sic) mais extensa do futebol brasileiro”, fica fácil cabecear. Além disso, faz suspense acerca dos nomes dos jogadores Alessandro, D’Alessandro (expulsos na partida) e Alex (autor de um dos gols), dizendo que os três tem o trecho “ale” no nome e que isso indicaria alguma coisa, para em seguida, dizer que o fato não tem relevância nenhuma.

A partida agora é Flamengo e Santos. E o destaque é para o atacante Neymar, do clube paulista. Falando sobre o jogador e do sucesso que ele faz atualmente com as torcedoras, Tadeu diz: “O dono da casa era o Flamengo, mas o dono dos corações das meninas é Neymar”. Tudo isso tendo como som de fundo, uma canção romântica. Fala-se também das “neymaretas”, que é o nome dado as

garotas fanáticas pelo jogador. Ainda em tom irônico, Tadeu fala sobre o penteado do atleta, estilo moicano. “As neymaretes devem ter ficado com o coração apertado quando o moicano lindo encontrou o moicano malvado”, diz referindo-se a uma disputa de bola em que Neymar disputou a cabeçada com um jogador adversário que tem o mesmo corte de cabelo.

Para falar sobre a situação do Cruzeiro, que enfrentava o Atlético-GO e não vence a 11 jogos, uma trilha sonora fúnebre para ilustrar a situação.

Para finalizar, mostrando os últimos colocados da tabela, aparecem os quatro piores “cavalinhos” patinando na lama.

3.2.1.3 – Terceiro programa – 30/10/2011

O programa começa novamente com a classificação e partindo para o jogo entre Vasco e São Paulo. Destaque para o goleiro reserva do São Paulo, Dênis, que só estava jogando porque o titular Rogério Ceni estava machucado. Pelas boas defesas, recebeu o comentário que atuava “como um gato”, acompanhado do efeito sonoro de um miado.

Já passando para Corinthians e Avaí, é curioso quando Tadeu muda o foco da notícia, no caso, o jogo, para um repórter. Ao falar sobre a chuva que começou a cair no meio da partida e da atitude do técnico Tite, do Corinthians, que para não se molhar, pega uma capa, comenta sobre o comunicador, que aparece atrás no vídeo, com uma vasta cabeleira, afirmando que ele não precisa se preocupar com a chuva, pois já tem uma proteção natural.



Figura 5 – Repórter cabeludo

Novamente, fala sobre a “furada” do atacante Willian, do Avaí. E faz brincadeira com o apelido do atacante Emerson, do Corinthians, quando ele marca um gol. Emerson jogou durante muito tempo no futebol do Oriente Médio e por isso tem o apelido de “xeique”. Depois do gol, começa a tocar uma música típica desta região.

O gol da vitória corintiana foi narrado em um tom dramático, muito pela situação do jogo e na mesma proporção, como forma de demonstrar a ironia já inerente ao apresentador. Se o time paulista não vencesse, continuaria em segundo lugar na tabela. Caso ganhasse o jogo, assumiria a liderança. Por isso, neste lance, foi utilizada uma trilha sonora de suspense, lance em câmera lenta e narrativa carregada de lirismo, visível na forma como o texto é lido.

Para descrever o jogo entre Grêmio e Flamengo, centralizou-se inicialmente na figura do atacante Ronaldinho Gaúcho. O jogador foi formado nas categorias de base da equipe gaúcha, fez fama internacional e quando resolveu voltar ao Brasil, mesmo com o tricolor na disputa, optou por jogar no rubro-negro carioca. Isso lhe rendeu o ódio da torcida porto-alegrense e fez criar a expectativa de como seria o primeiro confronto dele contra o ex-time no Rio Grande do Sul depois de voltar ao país. O Flamengo começou bem e venceu o primeiro tempo por 2 a 0.

No segundo tempo, o Grêmio virou a partida para 4 a 2. E para mostrar como se deu essa vitória, Tadeu usou a música *Tudo mudou tão de repente*, de Argemiro Patrocínio. A cada gol do Grêmio, era tocado o seguinte trecho da canção: “*tudo mudou, tudo mudou... tão de repente*”.



Figura 6 – Melô da partida

Para fechar a edição, é apresentada a situação dos últimos colocados na tabela, sempre com o auxílio dos “cavalinhos”. O América-MG, lanterna da competição, é retratado ao som de uma música fúnebre e com lama no pescoço, mostrando o quão grave é a sua situação.

3.3 - Interpretação e correlação das características

Confrontando as características dos três programas analisados com as existentes na crônica - descritas na página 29, é possível encontrar várias semelhanças entre ambas.

3.3.1 – Humor e ironia

A principal delas é o humor. Por várias vezes foi possível notar que Tadeu Schmidt faz comentários usando essa estrutura de estilo, não só sobre os jogos, como também nas jogadas bizarras, nos erros de arbitragem, nos lances faltosos, dos cabelos dos jogadores e na menção de músicas de cantores homônimos aos jogadores.

O humor pode ser conceituado como a figura que “dissimula o sério sob aparências lúdicas” (ZILLES, 2003, p.84). Encontramos, ao longo da análise, um exemplo que recorre a essa definição. Quando os “cavalinhos” que representam os últimos colocados na tabela de classificação são mostrados patinando na lama, Tadeu Schmidt dá um tom humorístico a situação dramática que estes clubes vivem.

Embora pareça ser a mesma coisa que humor, a ironia, outra característica muito aparente no trabalho do jornalista, é um recurso estilístico dúbio, isto é, uma “figura pela qual se quer fazer o contrário do que se diz” (BERRENDONNER, 1987, *apud* OLIVEIRA, 2006, p.9).

Um momento que ilustra essa definição de forma bastante verossímil, é quando Tadeu Schimdt coloca uma música que carrega em si uma larga ideia de paz e humanidade (*What a Wonderful World*, de Louis Armstrong) para falar das jogadas violentas no jogo entre Bahia e Vasco.

Na atualidade, o conceito de ironia assume uma identidade mais ampla, passível de interpretação e com a função de transmitir ideias e não somente de se

mostrar o contrário do que se quer dizer. Este propósito é ultrapassado tendo em vista sua função de estabelecer significados ou comparações sobre determinado tema.

A ironia neste último sentido é a forma de escritura destinada a deixar aberta a questão do que pode significar o significado literal: há um perpétuo diferimento de significância. A velha definição de ironia – dizer uma coisa e dar a entender o contrário – é substituída; a ironia é dizer alguma coisa de uma forma que ative não uma, mas uma série infindável de interpretações subversivas (MUECKE, 1995, *apud*, DUARTE, 2007, p. 43).

É importante frisar que a ironia é um recurso que depende impreterivelmente do fator interpretativo, uma vez que a narrativa irônica não pode ser vista de forma solta. Ela depende de um olhar crítico de alguém que não o seu autor nem tampouco o alvo de sua ironia para se estabelecer como tal.

Em alguns quadros do programa também é possível ver traços de humor, como no “troféu furão”, e nos lances em que os goleiros defendem “como um gato”. A classificação em forma de corrida de cavalos demonstra que é possível fazer algo engraçado e informativo ao mesmo tempo.

3.3.2 - Estilo narrativo livre

A opção pelo humor torna evidente no trabalho do jornalista outra característica intrínseca da crônica: o estilo narrativo livre, sem amarras com uma sequência ou padrão já pré-estabelecidos. Tadeu Schmidt não relata o fato a partir do lead, formato típico do jornalismo onde são apresentadas logo no começo as informações mais importantes. Nem tampouco segue o modelo comum da reportagem televisiva, composta, na sua forma mais completa, de cabeça, off, passagem, sonoras e pé. O texto não tem uma distribuição temporal (começo, meio e fim) definidos, sendo possível notar que nem sempre as matérias começam por aquilo que seria mais importante, no caso do futebol, os gols. Isso não quer dizer, porém, que as informações e dados mais relevantes não são passados ao público.

Dentre alguns assuntos que costumam servir de “lead” para o texto do programa, estão a torcida – quando esta lota o estádio, fazendo um belo espetáculo

– e algum jogador que tenha uma relação notável com o jogo, como no caso de Ronaldinho Gaúcho, na partida entre Grêmio e Flamengo.

3.3.3 - Nova perspectiva ao fato corriqueiro

Ainda sobre o texto do programa e sua correlação com a crônica, outro traço comum a ambos é a possibilidade de incluir e dar valor ao longo da narrativa a fatos adjacentes ao principal, que num texto jornalístico mais padronizado, não teriam espaço.

Fica clara esta prática no terceiro programa analisado quando, ao falar da chuva que caía no Estádio do Pacaembu, no jogo entre Corinthians e Avaí, Tadeu Schmidt se atenta para um rapaz, ao fundo do vídeo e alheio à disputa do jogo, que não estaria tendo problemas com a chuva, pois já teria uma proteção natural, citando a vasta cabeleira que este possuía.

3.3.4 - Oralidade na escrita e tom de conversa fiada

Duas características apresentam-se entrelaçadas ao analisar o texto de Tadeu Schmidt: a oralidade da escrita e o tom de “conversa fiada”, aproximando-o ainda mais da crônica.

Por se tratar de um programa de televisão, o texto já deve ter um formato diferente, mais coloquial, o que não quer dizer que ele deve assumir erros e incongruências da linguagem oral, como afirma o próprio Tadeu Schmidt: “Minha regra é usar um texto extremamente simples. Simples no sentido de ser entendido, mas não de ser pobre⁶”.

O jornalista ainda deixa claro que produz seu texto pensando em uma forma de interação com o telespectador, quase que uma conversa, ressaltando que isso lhe é um traço característico. “Meu estilo é fazer uma coisa conversada. Em vez de ter uma coisa anunciada é como se eu estivesse sentado no sofá da sala da pessoa batendo um papo com ela e falando ‘E ai rapaz, você viu o jogo? Como é que foi?’⁷”.

Esta ideia de um relato mais dialogal visto no texto de Tadeu Schmidt é comum também à crônica, muito por causa da agilidade dos acontecimentos, mas

⁶ Em entrevista concedida ao autor no dia 05 de Outubro de 2011

⁷ Em entrevista concedida ao autor no dia 05 de Outubro de 2011

também por causa de próprio formato, como podemos ver nas palavras de SÁ (1999):

À pressa de escrever, junta-se a de viver. Os acontecimentos são extremamente rápidos, e o cronista precisa de um ritmo ágil para poder acompanhá-los. Por isso a sua sintaxe lembra alguma coisa desestruturada, solta, mais próxima da conversa entre dois amigos do que propriamente escrito (SÁ, 1999, p. 10-11).

3.3.5 - Atualidade

No que diz respeito à atualidade, é evidente a presença deste quesito nos textos, haja vista que mesmo abordando os acontecimentos de uma forma particular, não perdem na sua essência o aspecto noticioso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da análise de conteúdo dos três programas e da comparação das características presentes tanto na crônica quanto na apresentação de Tadeu Schmidt, é possível afirmar que o jornalista produz crônica esportiva na televisão.

O discurso jornalístico que falava de esportes de forma sucinta e bastante objetiva, não predomina mais hoje nos meios de comunicação. A narrativa de Tadeu, mais descritiva e bem humorada, além da edição diferenciada, coloca o jornalista mais próximo do público, aumentando a interação entre ambos.

Além de mostrar puramente a partida de futebol, exaltando gols e resultado, eventos principais do jogo, Tadeu dá vazão a uma das características principais da crônica televisiva, descrita por Guilherme Jorge de Rezende: exaltar aquilo que na maioria das vezes passa despercebido ou que está adjacente ao fato principal. Ao falar do cabelo de um jogador, da torcida, da comemoração, ou de qualquer outro fator alheio ao fato principal noticiável, o jornalista distancia-se do relato objetivo e se apropria de um discurso mais subjetivo e pessoal, traço também característico da crônica.

Também podemos notar a presença de recursos diferenciados para chamar a atenção do telespectador. Utilizando música, imagens com cortes rápidos ou em câmera lenta e artifícios de animação, é possível ver que não há a intenção apenas de dar a notícia, mas sim de contar uma história.

No contexto atual, de inovações tecnológicas e num mundo midiático cada vez mais sedento por novidades, o modelo de apresentação de Tadeu Schmidt se enquadra como uma nova tendência não só do telejornalismo esportivo, mas em todas as editorias. O telespectador de hoje tem uma visão quanto àquilo que assiste bem mais crítica e seletiva. Fazer algo diferente do que é produzido talvez seja o primeiro passo para sobreviver no exigente e competitivo mercado da comunicação.

REFERÊNCIAS

- AWAD, Elias. Um jogo, muitas pizzas. In: VILAS BOAS, Sérgio (Org.). **Formação & Informação Esportiva: Jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Radiojornalismo**. São Paulo: Campus, 2002.
- BETING, Mauro. Pago para ver. In: VILAS BOAS, Sérgio (Org.). **Formação & Informação Esportiva: Jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005.
- BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **O Futebol Midiático: Uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos**. Disponível em: <http://www.facasper.com.br/rep_arquivos/2009/12/2/1259775426.pdf> Acesso em: 21 set. 2011.
- BORGES, Rosana Maria Ribeiro. Gêneros audiovisuais e produção de sentidos. In: MAIA, Juarez Ferraz de (Org.). **Gêneros e Formatos em Jornalismo**. Goiânia: Editora da PUC Goiás, 2011.
- BUENO, Wilson da Costa. Chutando Prá Fora: Os Equívocos do Jornalismo Esportivo Brasileiro. In: MARQUES, José Carlos; CARVALHO, Sérgio; CAMARGO, Vera Regina Toledo (Org.). **Comunicação e Esporte – Tendências**. Santa Maria: Pallotti, 2005.
- CAMARGO, Vera Regina Toledo. O Comunicador e o Educador Esportivo: Novos Paradigmas Para o Jornalismo Esportivo. In: MARQUES, José Carlos; CARVALHO, Sérgio; CAMARGO, Vera Regina Toledo (Org.). **Comunicação e Esporte – Tendências**. Santa Maria: Pallotti, 2005.
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.
- Da MATTA, Roberto. **Futebol: Ópio do Povo x Drama de Justiça Social**. Disponível em: < <http://pt.scribd.com/doc/53378467/Da-Matta-Roberto-Futebol-opio-do-povo-x-drama-de-justica-social>> Acesso em: 05 nov. 2011.
- FONSECA JR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- FREIRE, Eduardo Nunes; CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. **Design de notícias: Enunciação e gêneros discursivos jornalísticos**. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos12_e.htm> Acesso em 20 out. 2011.
- HERSCOVITZ, Heloisa Golbspan. **Análise de Conteúdo em Jornalismo**. In: MACHADO, Márcia Benetti; LAGO, Cláudia (Org.). Metodologias de Pesquisa em Jornalismo. Porto Alegre: Vozes, 2007.
- MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2002.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo**. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

OLIVEIRA, Daniele de. **A Construção discursiva da ironia em crônicas políticas de Luís Fernando Veríssimo**. Disponível em: <http://www.biblioteca.pucminas.br/teses/Letras_OliveiraD_1.pdf> Acesso em: 18 nov.2011.

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

RIBAS, Lycio Vellozo. **O Mundo das Copas**. São Paulo: Lua de Papel, 2010.

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

SÁ, Jorge de. **A Crônica**. São Paulo: Ática, 1985.

SILVA, Alexandre Alves da. De Léo Batista a Tadeu Schmidt: a evolução da nota coberta no telejornalismo esportivo. Disponível em:< <http://paginas.ufrgs.br/alcar/noticias-dos-nucleos/artigos/DE%20LEO%20BATISTA%20A%20TADEU%20SCHMIDT.pdf>> Acesso em: 20 set. 2001.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. Por uma teoria dos gêneros jornalísticos. . In: MAIA, Juarez Ferraz de (Org.). **Gêneros e Formatos em Jornalismo**. Goiânia: Editora da PUC Goiás, 2011.

VILAS BOAS, Sérgio. **Formação & Informação Esportiva: Jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005.

ZILLES, Urbano. O Significado do Humor. **Famecos**, Porto Alegre, n. 22, dez. 2003. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3239/2499>> Acesso em 15 nov. 2011.

ANEXO

ENTREVISTA – TADEU SCHMIDT: Concedida ao autor no dia 05 de Outubro de 2011, em visita do jornalista à Goiânia.

1 – Você se acha um inovador na televisão brasileira por ter implementado essa nova forma de apresentar as notícias esportivas no quadro Gols do Fantástico?

Eu acho que a televisão está em constante evolução. Eu dei a minha contribuição assim como outros jornalistas deram suas contribuições para se ter uma evolução da linguagem. O que a gente fez foi mudar um pouquinho aquilo que vinha sendo da mesma forma, sobretudo com os gols. Em vez de dar só a notícia, dá a notícia, mas também dá alguma coisa de entretenimento. Não dá só o gol mas dá também o lance curioso, para que a pessoa não apenas assista o gol mas veja o gol e veja outras coisas interessantes. Então quem quer ver o gol, vai ver o gol. Quem tá ali de bobeira vendo televisão vai se interessar por outras coisas e vai acabar vendo o gol como consequência.

2 - Alguns teóricos que analisam o seu trabalho, questionam a influência do entretenimento, colocando-o mais importante que a própria notícia. O que você pensa sobre isso?

O que é a importância da notícia? O importante da notícia é a gente transmiti-la. A notícia continua sendo transmitida. Só que a gente coloca além da notícia, o entretenimento. Quem quer ver a notícia, vai ver a notícia, mas também vai ver o entretenimento.

3 - Um outro teórico afirmou que você criou crônica esportiva na televisão, diferente do modelo objetivo que quase sempre predominou no jornalismo esportivo. Acredita que realmente criou um gênero novo?

Não. Acho que antes de mim muitos fizeram crônica esportiva na televisão. Tino Marcos sempre fez isso. O Marcos Uchôa também fazia crônicas. Vários. O que é a crônica? É você não só dar a notícia, dar aquele “feijão com arroz” e a reportagem do que aconteceu, mas botar um “molho” naquela história. O que a gente faz na verdade é caprichar mais. Em vez de dar um negócio seco – campo verde, campo verde, fulano ou beltrano fez o gol – em vez de fazer isso, a gente

conta uma história, a gente cria um enredo, e torna, na minha opinião, o negócio mais agradável de ser assistido. Não tenho pretensão de agradar todo mundo, porque tem gente que prefere só ver os gols. Ótimo. Isso já tem em vários lugares. Isso já é feito dessa forma a muitos anos. O que a gente queria era fazer diferente, fazer um negócio mais caprichado, mais envolvente e mais agradável.

4 - Outra questão no seu trabalho é a tecnologia. Até que ponto você acha que ela pode influenciar a ponto de não ser mais importante que a própria notícia esportiva?

A tecnologia esta aí só para ajudar, para fazer uma edição mais caprichada. Nada mais que isso.

5 - Em relação a linguagem, você tem algum cuidado especial com o texto, tendo em vista que esse elemento, na televisão, tem o papel de complementar o que está sendo transmitido?

Eu acho que a televisão tem que ter uma linguagem muito simples, de fácil entendimento, porque se você fazer o negócio muito rebuscado, muito caprichado, como a televisão passa rapidamente, é possível que o telespectador não entenda ou fique em dúvida e se isso acontecer ele já perdeu o fio da meada, já perdeu o interesse. Eu acho que é diferente de você ler um jornal, ler uma revista. Se quiser, você pode ir mais devagar ou ler de novo tudo bem. Na televisão não, passa e você tem que acompanhar. Eu acho que tem que ser muito simples. O futebol, por exemplo, nem todo mundo entende. O homem médio entende tudo. As mulheres as vezes não entendem. E eu falo também para as mulheres. Então quando eu escrevo eu penso assim: “Minha mãe entenderia isso?” Então não posso usar termos futebolísticos demais. Quando eu uso, eu explico o que é. A minha regra é usar um texto extremamente simples. Simples no sentido de ser entendido, de fácil entendimento, mas não de ser pobre. Se você olhar meu texto, pode procurar que não vai ter nenhum clichê. Esses clichês que são uma praga em tudo quanto é texto. É difícil você se livra do clichê, porque ele é uma muleta. Quando você pensa em uma solução fácil para contar alguma coisa, primeira coisa que vem é o clichê. É o “passe açucarado”, a “chuva deu uma trégua”, são os termos que são massacrados, repetidíssimos. Eu procuro não usar nenhum deles. Então não é um texto pobre. É um texto bacana, mais simples, de fácil entendimento. Eu acho que é por aí. E mais que isso: pra mim não dá pra descolar o texto da narração. Eu só escrevo o texto

pra lembrar o que eu vou falar. Na verdade, o importante é como eu vou falar para as pessoas. O texto está ali só para lembrar a maneira que eu vou falar e a informação que eu quero dar para as pessoas. Não adiante você escrever um texto de jornal e querer ler aquilo. Na verdade, o texto da televisão eu acho que tem que ser mais conversado. É o estilo que eu gosto. Cada um tem seu estilo e acho que todos os estilos cabem e não dá pra todo mundo ter o mesmo estilo. Mas o meu estilo é fazer uma coisa conversada. Em vez de ser uma coisa anunciada para as pessoas, é como se eu estivesse sentado no sofá da sala da pessoa batendo um papo com ela falando “e aí rapaz, viu o jogo? Como é que foi?”

6 - Pra finalizar, os quadros que você coloca no programa como o Bola Cheia e Bola Murcha, fazer três gols e pedir música...Qual a intenção ao colocar esse tipo de quadro?

É ficar mais divertido, entreter, ficar mais interessante. Deixar o negócio mais legal. É simplesmente caprichar, não tem nada demais. Tornar aquilo mais agradável de se ver.