

JORNALISMO ESPORTIVO E INFOTENIMENTO: UMA ANÁLISE DA ENTREVISTA DO EX-JOGADOR DENÍLSON AO BOLÍVIA TALK SHOW

João Pedro Alves Silvino¹

Nadia Couto²

Resumo: Este artigo teve como objetivo identificar as semelhanças entre jornalismo esportivo e infotenimento que puderam ser notadas na entrevista do ex-jogador de futebol Denílson ao Bolívia Talk Show, quadro que tem veiculação semanal no canal do *Youtube* Desimpedidos, sendo esse o maior canal brasileiro de esportes da plataforma, contando com 8,6 milhões de inscritos. A entrevista ocorreu em novembro de 2015. Para isso, a fundamentação teórica traz as principais definições e características dos gêneros citados. Os principais autores escolhidos para fundamentar o trabalho são Coelho (2004) e Oselame (2012), que abordam o jornalismo esportivo, e Dejavite (2006) e Padeiro (2015), trazendo os principais conceitos do infotenimento. Nos procedimentos metodológicos foi realizada a análise das perguntas feitas pelo jornalista ao seu convidado embasado nos conceitos apresentados sobre os gêneros. A principal similaridade encontrada entre os estilos na entrevista foi despertar a emoção e o imaginário do público.

Palavras-chave: Jornalismo Esportivo, infotenimento, Youtube, Bolívia Talk Show.

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo esportivo chegou ao Brasil no início do século XX e, conforme o tempo foi passando, suas características mudaram. Segundo Oselame (2012), a editoria passou por três fases. No princípio era marcada por romancismo: nesse período as notícias contavam com ficção e mexiam com a imaginação das pessoas, as crônicas ganharam destaque. Após, a necessidade de informar se sobressaiu em relação à ficção, aqui os jornalistas tentavam passar mais credibilidade em suas informações. Mas a transformação surgiu quando a internet passou a se difundir, a partir desse ponto o entretenimento passou a ganhar espaço dentro da editoria. Com essas mudanças nasceu o termo infotenimento.

Para Dejavite (2006), o gênero infotenimento se difundiu no Brasil no fim da década de 1990, quando passou a ser mais explorado por jornalistas. Esse estilo

¹ Graduando em jornalismo. E-mail:joao.pedro.silvino@hotmail.com.

² Prof^a. Nadia Couto. Mestre em Educação pela Universidade do Extremo Sul Catarinense (Unesc). E-mail: nadia.acouto@gmail.com.

tem como principal objetivo unir informação e entretenimento na produção de conteúdo. O infotenimento conquista mais popularidade, visto que as pessoas deixaram de ser apenas espectadoras e passaram a interagir com o conteúdo produzido pelos jornalistas.

Uma vez que internet, jornalismo esportivo e infotenimento estão interligados, surge o problema de pesquisa: quais as aproximações entre jornalismo esportivo e infotenimento que são evidenciadas na entrevista do ex-jogador Denílson ao Bolívia Talk Show? Para isso, o trabalho tem como objetivo geral estudar o conteúdo da entrevista para ilustrar as principais semelhanças no jeito de produzir informação tradicional e infotenimento. Já os objetivos específicos são: apresentar as principais características do jornalismo esportivo e do infotenimento e averiguar a linguagem utilizada pelo entrevistador e entrevistado no programa.

O canal Desimpedidos foi fundado em 12 de julho de 2013 com o objetivo de fazer a cobertura da Copa das Confederações que aconteceria no Brasil naquele ano, de um jeito diferente do tradicional. O projeto foi criado e está sendo realizado até a produção deste artigo pela produtora NWB (Network Brasil). Atualmente o Desimpedidos é o principal canal esportivo brasileiro da plataforma, contando com mais de 8,6 milhões de inscritos.

O trabalho se mostra relevante por dois fatores: o infotenimento ganhou espaço no jornalismo esportivo, bem como o tom humorístico. Um evento que prova isso é a mudança que a Rede Globo fez na hora de transmitir os gols da rodada no programa Fantástico. O que antes era feito de maneira simples, apenas reproduzindo os gols, hoje tem uma história envolvendo a disputa dos cavalinhos.

Outro fator de importância se mostra porque, segundo o relatório Digital in 2019, o *Youtube*, rede social em que o programa analisado é exibido, se tornou a rede social mais usada pelos brasileiros. Segundo a pesquisa, 95% dos internautas do país acessam frequentemente a plataforma, além disso, é visualizada cerca de um bilhão de horas diariamente no site.

Com relação aos procedimentos metodológicos, do ponto de vista da natureza a pesquisa desenvolvida é classificada como básica, pois visa aumentar o conhecimento científico. Na abordagem do problema trata-se de uma qualitativa, visto que o importante não é mensurar resultados, mas sim descrever informações, e do

ponto de vista dos objetivos é exploratória, em que o principal objetivo é aprofundar e fazer uma análise crítica sobre o tema citado.

Nos procedimentos técnicos, a pesquisa se caracteriza como bibliográfica e estudo de caso. Neste estudo foram utilizados os principais conceitos de jornalismo esportivo e infotenimento para que fosse possível abordar as principais características dos dois temas na análise da entrevista no programa Bolívia Talk Show.

2 JORNALISMO ESPORTIVO

O jornalismo esportivo surgiu no Brasil no século XX, porém, até se difundir passou por momentos complicados. Segundo Coelho (2004), até o início do século XX não havia espaço destinado aos esportes nos jornais da época. Isso se dava porque para os jornalistas daquele período o jornalismo esportivo era considerado menos importante que as demais editorias. A primeira notícia publicada nesta editoria foi uma nota produzida pelo jornal Correio da Manhã.

Pela primeira vez, no Rio de Janeiro, uma partida de foot-ball. A pequena nota mostrava a decepção do repórter com o resultado da partida, que terminou empatada em 1 a 1. Acostumados à cobertura de competições como remo e turfe, que sempre tinham um vencedor, o jeito foi escrever que o "placar esteve indeciso" (RIBEIRO, 2007, p. 23).

Segundo Coelho (2004), o primeiro veículo de comunicação a destinar um espaço considerável para o esporte no Brasil foi o jornal Fanfulla, no ano de 1910. Inclusive por se tratar de um jornal lido, principalmente, por imigrantes italianos o veículo teve papel importante no processo de fundação do Palmeiras, time que disputa atualmente a primeira divisão do futebol brasileiro. Apesar disso, o esporte só foi ter realmente um espaço nos meios de comunicação no Brasil quando o jornalista Mário Filho assumiu o caderno de esportes do jornal A Manhã. De acordo com Bezerra (2008), Mário trouxe inovações para o jornalismo esportivo. Mudou o jeito de se fazer títulos e subtítulos e, além disso, traduziu termos do inglês, facilitando a compreensão do seu público.

Conforme Coelho (2004), o primeiro jornal voltado exclusivamente aos esportes no Brasil surgiu na década de 1930 com o nome de Jornal dos Sports. No início o veículo continha quatro páginas e era produzido de forma diária, tratando principalmente de assuntos relacionados ao futebol, boxe e surfe.

Seguindo o mesmo caminho do impresso, no rádio o esporte também obteve destaque nos anos 1930. Soares (1994) relata que o primeiro jogo de futebol a ser transmitido foi um confronto entre São Paulo x Paraná, em 1931, pelo narrador Nicolau Turma. Para a pesquisadora, o rádio foi essencial na divulgação do esporte.

O rádio esportivo foi essencial para a transformação do futebol em esporte de massa e um importante complemento na definição do rádio como meio de comunicação de massa. O ponto de partida deste processo é a primeira narração detalhada de um jogo de futebol (SOARES, 1994, p. 17).

O esporte havia se tornado tendência no meio jornalístico. Conforme Ribeiro (2007), uma pesquisa realizada por especialistas apontou que o esporte tinha sido a editoria com maior crescimento de 1912 até 1930, quando houve um salto de cinco para 58 jornais que produziam conteúdo sobre o assunto.

Em 1950 ocorreu mais um marco para o jornalismo esportivo. Com a televisão se popularizando entre os brasileiros, o jornalismo esportivo migrou para este meio. De acordo com Fanucchi (1996), a primeira transmissão esportiva televisionada aconteceu em dezembro de 1950, um jogo de futebol disputado entre Desportos x Palmeiras, produzida pela PRF3-TV.

Anos depois, em 1972, a televisão, junto com o esporte, entrou para a história, foi nesse ano que a primeira partida de futebol teve uma transmissão em cores no país. O jogo entre Caxias x Grêmio foi um dos festejos da abertura da XII Festa da Uva de Caxias do Sul (RIBEIRO, 2007).

Para Oselame (2012), o processo de popularização do esporte no meio jornalístico pode ser dividido em três fases principais. A primeira foi a do romance, que durou até os anos 1970; a segunda foi a da realidade, que durou de 1980 até 1990, e a terceira o infotainment, etapa que presenciamos até os dias atuais.

Na primeira fase, os cadernos esportivos estavam presentes em grande quantidade nos meios de comunicação. De acordo com Coelho (2004), nessa etapa o Brasil estava na lista dos países com uma ampla produção de jornalismo esportivo no mundo. Porém, mesmo com a melhora na estrutura a editoria era ocupada por jovens jornalistas e ainda não tinha os salários mais altos e credibilidade dentro da redação.

No período realista, a editoria passou a ser mais ligada ao fator noticioso. Segundo Oselame (2012), o jornalismo esportivo adotou uma linguagem padrão e

passou a preterir a ficção em relação às notícias. Nesse período foi fundada a Placar, importante revista esportiva do país.

No terceiro período, o fator que trouxe mudanças foi a popularização da internet. Para Coelho (2004), a internet causou euforia nas redações, devido à facilidade na divulgação do conteúdo, a busca por acessos em seu site fez com que jornalistas mudassem o jeito de produzir conteúdo. A espetacularização e o entretenimento conseguiram obter espaço. “O objetivo já não era buscar, apurar, redigir e divulgar as informações, mas, sim, divertir, distrair e entreter o telespectador” (OSELAME, 2012, p. 87). De acordo com Lovisolo (2011, p. 94):

De fato, a mídia dedica hoje mais espaço às atividades "não sérias" da cultura, incluindo nelas as atividades esportivas, do que as ditas "sérias" ou eruditas. A atividade antitédio ocupa o centro da produção midiática. Mais ainda, a diversão ou entretenimento penetra como dimensão desejada das atividades sérias.

Esse gênero ganhou destaque principalmente no Youtube. Segundo relatório publicado pelo digital in 2019³, a rede social é a mais utilizada no Brasil. Já é mais de um bilhão de horas visualizadas por dia e cerca de 95% dos internautas brasileiros acessam diariamente o site.

2.1 CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO ESPORTIVO

O jornalismo esportivo está diretamente ligado à função de entreter o público. De acordo com Oselame (2012), essa característica da editoria se deve à supremacia comercial, em que promover o show acima de tudo se sobressai à linha editorial dos veículos.

Já Amaral (1978) acredita que o jornalismo esportivo é descontraído por ser um assunto secundário, portanto deve focar em pautas mais descontraídas, buscando dados inusitados e curiosos.

Dessa forma, o jornalista deve observar os pequenos fatos que acontecem no ambiente, explorando-os, seja no sentido curioso, seja no tom pitoresco, ou, ainda, no aspecto humano. Tudo isso num estilo leve, que conduz o leitor a tomar conhecimento da rotina incentivado pelos atrativos da notícia (AMARAL, 1978, p. 104).

No entanto, alguns jornalistas acabam passando do ponto e passam a ser artistas em um espetáculo. Barbeiro e Rangel (2006) criticam tal postura, afirmando que quando se trabalha com ficção e se busca a arte o jornalista não está cumprindo com seu papel social. Corroborando, Oselame (2012) entende que o jornalista passa a acreditar que a sua principal missão não é informar, e sim emocionar, assumindo o papel que deveria ser desempenhado pelo artista.

Porém, existem oito pontos fundamentais para o jornalista produzir uma informação esportiva de qualidade, segundo Alcoba (1980, apud PFEUFFER, 2018). O primeiro ponto são as instalações do esporte que estará em destaque. É obrigação do jornalista conhecer as características do local onde a competição será disputada, sejam eles estádio, ginásios ou locais abertos. A audiência geralmente se interessa pelos locais de disputa.

O segundo ponto são os materiais: é importante conhecer os equipamentos que serão utilizados na disputa esportiva. Informações como o peso e o material da bola utilizada em um jogo de futebol e como isso pode interferir no desempenho do atleta agregam a uma transmissão esportiva.

No terceiro ponto está o regulamento, conhecer as regras do esporte que irá cobrir é algo importante para o jornalista. Isso faz com que na hora de transmitir alguma notícia relacionada ao esporte o profissional o faça com mais confiança e conseqüentemente tenha uma maior credibilidade perante a sociedade.

O quarto e o quinto ponto estão diretamente ligados, os treinadores e os atletas, respectivamente, compõem essa lista. Esse ponto é importante, pois atualmente a vida pública dos envolvidos com o esporte está ganhando cada vez mais destaque na mídia esportiva.

O sexto ponto são os dados, atualmente as transmissões esportivas vêm acompanhadas de uma enxurrada de dados e rankings sobre diversos assuntos. Isso tem importância, pois comparando o desempenho se cria uma rivalidade dentro do confronto e conseqüentemente a transmissão ganha mais apelo.

Os aspectos históricos são o sétimo item, são eles que mostram dados antigos das últimas disputas, além disso servem para contextualizar o telespectador e introduzir os novatos ao esporte.

O oitavo ponto é a união de todos os outros, o prognóstico. Nessa fase o jornalista irá reunir todas as informações coletadas e fará uma projeção do que irá

ocorrer no evento esportivo. Muito utilizado por comentaristas, um prognóstico gera diversos debates e atraem a audiência.

Para Alcoba (1980, apud PFEUFFER, 2018), esses pontos são considerados fontes de informação e é daí que nascem as notícias esportivas. Além disso, o autor divide as fontes no jornalismo esportivo em primárias e secundárias. As primárias são os esportistas, dirigentes, atletas, ou seja, qualquer fonte que esteja dentro do clube é primária. Por outro lado, as secundárias são os órgãos políticos e patrocinadores. Como a divulgação de informações verídicas é essencial, conhecer sua fonte e conquistar sua confiança são essenciais para o jornalista que deseja trabalhar na área.

Um dos diferenciais do jornalismo esportivo é sua multiplicidade, e a editoria proporciona uma gama de possibilidades. Por isso, Silveira (2009) relata que a capacidade de produzir notícias esportivas de qualidade está diretamente ligada à capacidade do jornalista. Além de ter conhecimentos técnicos, o profissional deve tratar também dos assuntos que o complementam.

Para cada especialidade recomenda-se um jornalista que entenda do assunto e que explique e comente as possibilidades dos concorrentes e as consequências de uma vitória, derrota ou empate em algumas competições. Aplicando-se as regras gerais sobre entrevista, reportagem, redação e diagramação, pode uma Seção Esportiva abordar aspectos variadíssimos, dependendo da orientação da Editoria e da Produção (ERBOLATO, 1981, p. 15).

Por esse fato, Silveira (2009) defende que o jornalista esportivo deve ser superespecializado, pois, devido a tantas regras utilizadas nos esportes, apenas com conhecimento de caso o profissional poderia abordar o assunto com qualidade e de maneira mais completa. O autor defende que cada jornalista dentro de uma redação deveria ser especialista em um esporte específico, pois, segundo ele, é impossível ter conhecimento detalhado de todos os esportes.

Para que um fato torne-se notícia ele deve estar dentro dos valores-notícia, e no jornalismo esportivo não é diferente. Para Alcoba (1980, apud PFEUFFER, 2018), os principais valores-notícia que devem ser seguidos são: proximidade, notoriedade e relevância.

O primeiro se deve ao fato de os veículos locais e de menor porte geralmente darem um maior destaque para eventos esportivos que ocorrem na cidade

ou região de atuação do veículo. Já notoriedade e relevância estão diretamente ligadas, pois, nesses casos, um fato transforma-se em uma notícia pela fama dos envolvidos ou pelo grau de interesse que o assunto possa ter na população.

3 INFOTENIMENTO

O termo infotenimento surgiu na década de 1980, porém só foi ganhar repercussão ao final da década de 1990, quando passou a ser explorado por profissionais e, inclusive, começou a ser discutido por professores e estudantes na academia (DEJAVITE, 2006). O principal objetivo desse estilo jornalístico é mesclar informações e entretenimento na produção de conteúdo.

INFO engloba informação, prestação de serviço, apuração, contextualização, crítica, denúncia, fiscalização, conhecimento e independência; TENIMENTO são as estratégias adotadas para a produção do conteúdo jornalístico, com uma linguagem mais leve e até mesmo parcial, com o uso de recursos tecnológicos e animação (também presentes em outros campos da Comunicação) (PADEIRO, 2015, p. 33).

Segundo Trigo (2003, p. 32), “a etimologia da palavra entretenimento, de origem latina, vem de *inter* (entre) e *tenere* (ter), espetáculo público ou mostra destinada a interessar e divertir”. Visto isso, uma boa matéria jornalística tem o poder de prender o público-alvo dentro do assunto, uma produção sem virtudes pode desgastar o destinatário.

Desse modo, foi necessário inovar e, assim, o infotenimento passou a se tornar tendência no jornalismo brasileiro. Para Tourinho (2009), “o jornalismo brasileiro passa por mudanças e atualizações constantes. Linguagem e recursos tecnológicos são geralmente testados”.

Um dos pontos de discussão desse gênero está na quantidade de entretenimento que deve ser utilizada nas matérias jornalísticas, pois o jornalismo em seus primórdios tinha como principais características informar e ir direto ao ponto. Já o entretenimento levava diversão e, por vezes, explorava a ficção.

Para Dejavite (2006, p. 95), “o que realmente diferencia uma e outra prática (uma matéria séria de uma não séria) é menos o conteúdo e mais a forma de veicular uma informação”. Por isso, o gênero já apresenta características próprias, como uma linguagem mais atrativa, coloquial e recursos gráficos.

Na prática, muitos conteúdos considerados como sérios também podem ser considerados não-sérios. Por exemplo, quando uma charge de jornal satiriza um assunto que está na manchete da primeira página, dando-lhe uma nova exterioridade por meio de dados acrescidos pelo ponto de vista do chargista ou, então, por um ângulo não explorado. Aparentemente, nesse caso, aquilo que se denominou de conteúdo sério (a política) apresenta-se como uma roupagem não séria (DEJAVITE, 2008, p. 45).

Atualmente vivemos em uma sociedade da informação, onde as pessoas buscam uma maior quantidade de conteúdo em um curto espaço de tempo. Dessa forma, os meios de comunicação, para não perderem audiência, buscam levar informação com uma certa leveza, sendo assim, construir matérias que levem distração, informação e divertimento passou a ser meta. As notícias “*light*” ganharam espaço.

Três características essenciais da notícia *light*: 1) capacidade de distração – ocupa o tempo livre, para não aborrecer; 2) espetacularização – estimula e satisfaz aspirações, curiosidades, ajuste de contas, possibilidades de extravasar as frustrações, nutre a imaginação; 3) alimentação das conversas – facilita as relações sociais, oferecendo temas de conversação do dia-a-dia, como boatos e notícias sobre celebridades (TARRUELLA; GIL, 1997, apud DEJAVITE, 2006, p. 70).

Por esse conteúdo ser consumido na hora do lazer, produzir jornalismo de infotimento passou a ser um desafio para os meios de comunicação. Para Dejavite (2006), o jornalismo de infotimento mostra que uma matéria pode sim informar, trazendo divertimento ao receptor, porém deve-se tomar cuidado com a ética jornalística. Principalmente no momento de divulgar uma informação, não transformando o fato em espetáculo.

Segundo Dejavite (2008), as novas tecnologias fizeram com que o processo de produção da notícia passasse para o infotimento, pois, segundo a autora, as pessoas querem interagir com o conteúdo e não ser apenas mais um receptor. Isso ocorre porque, atualmente, a maioria das pessoas tem o equipamento necessário em casa para receber esse tipo de informação, como smartphones e rede de internet, visto que o modelo ganha força no formato web. Segundo dados de pesquisa feita pelo IBGE em fevereiro de 2020, 138 milhões de brasileiros possuem um aparelho celular. Isso representa um total de 77,1% da população com idade superior a dez anos.

Defleur e Ball-Rockeach (1993, apud DEJAVITE, 2008) avaliam que o entretenimento é uma importante ferramenta de socialização, pois constitui uma forma de nos tornarmos sociais, aprender papéis, normas e valores, ao lidar com os outros. Esse motivo mostra que o entretenimento se torna fundamental no jornalismo atual, pois os meios de comunicação exercem um importante papel na formação de uma nação. Além disso, é necessário relatar informações de personagens que entretendam, pois a notícia “pega” e se propaga em grande escala com mais facilidade (TARRUELLA; GIL, apud DEJAVITE, 2007).

Para Dejavite (2008), as matérias de jornalismo de infotenimento satisfazem nossa curiosidade, aguçam nossos sentidos e, até mesmo, podem extravasar nossas frustrações. Um exemplo hoje em dia é o quadro “Gols do Fantástico”, exibido pela Globo no programa dominical Fantástico. Nessa produção não são exibidos apenas os gols da rodada, mas há também diversão, como a disputa dos cavalinhos que representam cada time da Série A, ou até mesmo quando um jogador que marca três gols em uma partida tem direito a pedir música no programa.

Porém, há um certo receio de que o gênero acabe se sobressaindo à seriedade jornalística. Segundo Oselame e Costa (2003, p. 11), “nesse processo, ao perseguir o objetivo de fazer rir em detrimento da missão de informar, os jornalistas arriscam o seu maior patrimônio: a credibilidade”. As autoras analisam que ao buscar o inusitado e curioso a informação passa a ser deixada de lado.

Já Dejavite (2008) relata que os estudos sobre o novo gênero se construíram em duas perspectivas. Uma otimista, que crê na contribuição para o crescimento individual, pois há o alívio da tensão do dia a dia e o público se mantém informado no mesmo instante. A segunda perspectiva é mais pessimista e analisa o gênero como instrumento de alienação, servindo para manipular pessoas em busca de objetivos.

Mas o filósofo Jürgen Habermas (1984, apud DEJAVITE, 2008), em sua obra Mudança estrutural da esfera pública, argumenta que os limites entre as notícias e os conteúdos de entretenimento não estavam nítidos, porque o público preferia as informações que tinham como objetivo entreter e suas imediatas recompensas, em decorrência da seriedade dos meios audiovisuais, a televisão e o rádio.

Porém, Dejavite (2007) analisa que o jornalismo de infotenimento sofre alguns preconceitos por alguns jornalistas pelo motivo de estar ligado ao

entretenimento. Porém, não se pode negar que o gênero cresce cada vez mais. Para ela, se o jornalismo negar isso está falhando em sua principal função, que é de servir à sociedade.

Entretanto, deve ficar claro que não são enquadrados neste conceito materiais não jornalísticos, como publicidade, palavras cruzadas, horóscopos. Ou seja, tudo que está incluído, seja num jornal escrito ou falado, que não traz nenhum tipo de informação não pode ser considerado infotimento.

O conteúdo é definido de acordo com a narrativa da matéria. Para Dejavite (2007, p. 45), “jornalismo de INFOtenimento é a especialidade voltada à informação e ao entretenimento, tais como: comportamento, hobbies, esportes, moda, celebridades, gastronomia, cinema, televisão, vídeo, internet, rádio”.

Por isso o infotimento começou a ser mais utilizado no campo esportivo nos últimos anos. O tom humorístico se tornou tendência e o “engraçadismo” passou a ser chamado por muitos jornalistas como a “leifertização” do jornalismo esportivo. Termo utilizado pelo experiente jornalista esportivo Juca Kfourri em entrevista ao meio de comunicação El País para designar as mudanças pelas quais o jornalismo esportivo vem passando nos últimos anos (El País, 2018).

O termo “leifertização” se dá porque em 2009 o então novo editor-chefe e apresentador do Globo Esporte de São Paulo Tiago Leifert mudou o formato do programa. Priorizou um noticiário divertido, tendo em suas pautas brincadeiras. Disputas entre jogadores, quadro em que os torcedores mandavam seus recados e muitas outras peripécias passaram a se tornar padrão da atração.

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, apud RANGEL, 2010).

A relação entre jornalismo esportivo e infotimento é confirmada por autores. “Em nenhuma outra área do jornalismo a informação e o entretenimento estão tão próximos” (BARBEIRO; RANGEL, 2006, p. 45). Isso porque o jornalismo esportivo mexe com a paixão das pessoas, isso fica exposto no livro “Pelada, uma

volta ao mundo pelo prazer de jogar futebol”, em que a ex-jogadora Gwendolyn Oxenham percorre os continentes contando histórias que legitimam esse fato.

Para Pereira (2013, p. 11), “o esporte tem um grande envolvimento emocional e por isso em cada mensagem devem estar presentes elementos narrativos capazes de promover emoção e, assim, envolvimento afetivo e imaginário”.

Seguindo o mesmo caminho, Gabler (1999) reforça que o público já não se interessa mais pelo esporte em si, mas busca as histórias dentro do esporte. Dejavite (2004, apud PADEIRO, 2014, p. 150) reitera que “a editoria de esporte no seu todo é infotimento. Mas isso não retrata que não se está lidando com coisa séria. Para o público entretenimento não é antônimo de informação. Para ele o contrário de informação é uma notícia que não atrai”. Ou seja, esse gênero passou a ser imprescindível no jornalismo esportivo.

Além disso, o entretenimento é citado por Beltrão quando ele simboliza as principais funções da atividade jornalística: informar, orientar e divertir. “Diversão é um meio de fuga às preocupações do cotidiano ou costumeiro [...], sem a qual nenhum ser vivo pode evoluir e aperfeiçoar-se” (BELTRÃO, 1980, p. 13).

O que vem se apresentando no jornalismo esportivo contemporâneo é a tendência de mudança. As pessoas procuram na informação esportiva uma forma de relaxamento. Nesse ponto faz-se necessária uma linguagem informal, pois o telespectador pode não enxergar o noticiário esportivo como enxerga o de economia, política, saúde e outras editorias com conteúdo mais “sisudo”.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Nesta etapa é realizada a análise da entrevista ocorrida no quadro Bolívia Talk Show, postada no Youtube no dia 18 de março de 2017, sendo escolhida por registrar mais visualizações no canal Desimpedidos. Este estudo tem como principal objetivo expor as principais semelhanças entre jornalismo esportivo e infotimento, através das teorias já apresentadas.

O quadro Bolívia Talk Show é uma das atrações do Desimpedidos, canal brasileiro de esportes no Youtube. Atualmente conta com mais de 8,6 milhões de inscritos, sendo o maior canal esportivo do Brasil, superando canais de grandes

clubes e até mesmo de grandes emissoras como a Globo. Segundo o seu fundador³, André Barros, o Desimpedidos tem cerca de 300 milhões de minutos assistidos.

O canal foi fundado em 12 de julho de 2013 com intuito de fazer a cobertura para a Copa das Confederações, que aconteceria no Brasil, de um jeito diferente do tradicional. O projeto foi criado e realizado pela produtora NWB (Network Brasil). Rafael Grostein, diretor comercial da produtora no Brasil, explica que o início do canal se deu pelo futebol ser um assunto de extrema importância no país e gerar um grande engajamento entre as pessoas.⁴

O Desimpedidos atua em diversas campanhas, buscando engajar seu público. Eles criam um objetivo e incentivam seu público consumidor a atingir essa meta, como por exemplo a campanha criada para ajudar o jogador brasileiro Wendell Lira a conquistar o prêmio da Fifa de gol mais bonito do ano. Além disso, um dos momentos mais marcantes do início do canal foi quando os apresentadores do Desimpedidos entraram em campo de mãos dadas com o jogador Paulo Baier em um jogo do Criciúma no estádio Heriberto Hülse. Essa ação fez com que os Desimpedidos fossem notícia em grandes veículos de comunicação do sul do país, como NSC⁵ (Nossa Santa Catarina) e GZH⁶ (Gaúcha Zero Hora).

O canal tem como principais apresentadores: Bruno Carneiro, mais conhecido como Fred, e Bolívia. Fred é paulista, formado em jornalismo, e entrou no canal em 2015. Antes de fazer sucesso no Desimpedidos, o jornalista atuou como repórter na agência rádio Web. Bolívia não teve a sua identidade revelada pelo canal ainda, seu personagem é coberto por uma máscara. Ele é jornalista formado pela faculdade Cásper Líbero, e antes de entrar para o Desimpedidos trabalhou em locais como a Gazeta Esportiva e o programa CQC.

Bolívia é o âncora do quadro que está sendo analisado neste estudo, e seu apelido surgiu através de uma brincadeira feita nos bastidores. Ele pegou uma

³ Disponível em: <https://www.silvanatinelli.com.br/entrevistas/andre-barros-e-o-sucesso-do-desimpedidos/> Acesso em: 10/10/2020.

⁴ Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/gente.com-trajetoria-bem-planejada-desimpedidos-completa-tres-anos-com-tres-milhoes-de-curtidas,10000055984> Acesso: 10/10/2020.

⁵ Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/canal-desimpedidos-divulga-video-gravado-em-criciuma-com-momentos-da-vitoria-sobre-o-sao> Acesso: 11/10/2020.

⁶ Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2014/08/de-maos-dadas-com-paulo-baier-pessoal-do-canal-desimpedidos-entra-em-campo-com-o-criciuma-4571815.html> Acesso: 11/10/2020.

máscara e um gorro e se denominou editor boliviano, devido à utilização de escravos oriundos daquele país como mão de obra barata. O jornalista havia sido contratado apenas para produzir conteúdo para o canal, mas acabou virando apresentador para cobrir um buraco deixado pelo Élcio Coronato. Ele pegou sua máscara e seu gorro e encarou as câmeras.

O sucesso foi tão grande que Bolívia ganhou seu próprio quadro, o Bolívia Talk Show. Seu primeiro programa foi publicado no ano de 2014, quando ele entrevistou o ex-jogador norte-americano Jimmy Conrad. Este primeiro programa teve duração de apenas seis minutos, com o passar do tempo o quadro foi melhorando e aumentando o seu tempo de duração, e atualmente as entrevistas vão ao ar com aproximadamente 20 minutos. Já passaram pelo quadro como entrevistados figuras importantes do futebol, como Neymar, Romário e Pelé.

A entrevista escolhida para a análise foi a do comentarista e ex-jogador Denilson, que no início da produção deste projeto contava com 4 milhões de visualizações, sendo a mais assistida do canal.

A primeira pergunta feita ao entrevistado está diretamente ligada ao entretenimento. Após a apresentação do convidado, Bolívia pergunta a Denílson qual é a origem de seu apelido, Morcego. Essa questão traz uma curiosidade pouco relatada pelo entrevistado, fato que segundo Dejavite (2008) é uma das principais funções do infotenimento. Porém, segundo Oselame (2012), esse assunto acaba fugindo do jornalismo esportivo, o objetivo hoje em dia não é mais divulgar informação, mas sim entreter o telespectador.

Na segunda pergunta o entrevistador pergunta ao entrevistado como foi a sua chegada ao São Paulo, fato que ocorreu quando o jogador tinha apenas 17 anos. Isso mostra conhecimento sobre o entrevistado. Segundo Alcoba (1980, apud PFEUFFER, 2018), conhecer os atletas/entrevistados é um ponto importante, pois a vida dos envolvidos está ganhando destaque perante a mídia. Além disso, Silveira (2009) relata que a capacidade de produzir notícias esportivas de qualidade está diretamente ligada à capacidade do jornalista de apuração e construção do conteúdo.

Na terceira pergunta o apresentador se mostrou ainda conhecedor da vida do atleta. Bolívia fez menção à transferência do jogador para a Europa, que no momento em que ocorreu foi a maior transação de um brasileiro para o futebol europeu e até hoje é a quarta maior negociação de um brasileiro. A pergunta feita foi

sobre como manter a cabeça no lugar com tanto dinheiro envolvido. Essa questão traz outra característica importante para a construção de uma boa matéria jornalística, os aspectos históricos, eles são importantes pois servem para contextualizar o público este é o sétimo ponto apontado por Alcoba para produzir uma informação esportiva de qualidade (ALCOBA, 1980, apud PFEUFFER, 2018).

Após, Bolívia pergunta ao entrevistado sobre a principal saudade que o ex-jogador sente da Europa. Ou seja, estimulando a espetacularização o entrevistado satisfaz as curiosidades e nutre a imaginação de quem acompanha a entrevista. Porém, para Amaral (1978), é normal que o jornalista esportivo utilize essa tática, segundo o autor o jornalismo esportivo é em sua essência descontraído, portanto deve focar em dados inusitados ou curiosos.

As próximas perguntas fazem referência à Copa do Mundo de 2002, em que Denílson foi um dos destaques da Seleção Brasileira. Bolívia faz duas indagações sobre o tema: qual a sensação de ter cinco turcos marcando de perto e se todos estavam iguais a Vampeta quando o jogador deu cambalhotas no Palácio do Planalto em comemoração à conquista da Copa do Mundo. Isso fez com que Denílson trouxesse toda uma irreverência dos bastidores da Seleção.

Para Beltrão (1980), a diversão transmitida pelos meios de comunicação é uma fuga das preocupações do cotidiano e sem essa diversão nenhum ser vivo é capaz de evoluir. Essas perguntas retratam a principal característica do infotimento. Segundo Padeiro (2015), o principal objetivo desse estilo jornalístico é mesclar informações e entretenimento na produção de conteúdo. Segundo o autor, INFO engloba informação, apuração e contextualização, enquanto o termo TENIMENTO refere-se às estratégias adotadas na produção de conteúdo, podendo ser usada uma linguagem mais leve ou recursos tecnológicos.

Pelo tema estar tratando da Seleção Brasileira, desperta os sentimentos do público-alvo do programa, fato que possibilita o uso ainda maior do infotimento na entrevista. Para Pereira (2013), o esporte está diretamente ligado com os aspectos emocionais, por isso alguns elementos devem ser capazes de envolver o afetivo e o imaginário do público.

Após, o entrevistador fez um apanhado geral da carreira do atleta, comentando sobre todos os times pelos quais Denílson passou no tempo de jogador profissional, mostrando mais uma vez um grande conhecimento de causa sobre a vida

do seu entrevistado. Fato que segundo Alcoba (1980, apud PFEUFFER, 2018) é essencial para produzir jornalismo esportivo. As perguntas sobre sua carreira são feitas com uma linguagem coloquial, mostrando que uma matéria pode sim informar e trazer divertimento ao público simultaneamente (DEJAVITE, 2006).

Em seguida o assunto comentado foi o fim da carreira do atleta, quando ele fez um curso de gestão e acabou virando comentarista da Band, onde atualmente participa de um programa esportivo diário. Segundo Silveira (2009), isso engrandece a entrevista, pois o profissional além de ter os conhecimentos técnicos deve tratar de assuntos que complementam a história do entrevistado.

Posteriormente foi aberto espaço para as perguntas realizadas através das redes sociais do canal Desimpedidos, fato que mostra uma das principais características do infotenimento. Segundo Dejavite (2008), através das novas tecnologias a interação passou a ser constante e isso faz com que o público deixe de ser apenas um receptor e passe a interagir com a notícia, inclusive nesse caso até produzindo o programa, enviando perguntas para que o jornalista fizesse ao ex-jogador.

Durante todo o programa tanto o entrevistado como o entrevistador se mostraram bem soltos, com uma linguagem totalmente informal, utilizando muitas gírias e poucos comentários técnicos, diferente do que acontecia nos primórdios no jornalismo esportivo no Brasil. Para Tourinho (2009), o jornalismo no Brasil passa por constantes mudanças, sendo que novos recursos geralmente são introduzidos. Corroborando com Tourinho, Dejavite (2006) relata que o que diferencia o infotenimento do jornalismo tradicional não é necessariamente o conteúdo apresentado, mas sim o modo de veicular esse conteúdo. Sendo assim, o gênero já apresenta algumas características próprias, como uma linguagem mais atrativa e simples.

Porém, há algumas características semelhantes entre o infotenimento e jornalismo esportivo. Na entrevista é possível reparar a mescla de conteúdo noticioso como as perguntas sobre a carreira tanto na Europa quanto na Seleção Brasileira e o infotenimento com perguntas sobre seu apelido. Segundo Barbeiro e Rangel (2006), a aproximação entre os gêneros é comum e nenhuma outra área do jornalismo utiliza tão bem o infotenimento.

O infotimento começou a ganhar espaço na mídia na Rede Globo, após a contratação de Tiago Leifert para ser o novo editor-chefe do Globo Esporte. Segundo Leifert (apud RANGEL, 2010), ninguém assiste a um jogo de futebol para se informar, mas sim para se divertir. Ou seja, o jornalismo esportivo tem que mexer com a paixão e a curiosidade do público, fato que ocorre na entrevista do Bolívia Talk Show, que além de informar sobre a carreira do atleta trouxe aspectos que despertam a curiosidade e os sentimentos do receptor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo geral ilustrar as principais semelhanças entre a maneira de produzir jornalismo esportivo e o infotimento, através da análise da entrevista do ex-jogador Denílson ao quadro Bolívia Talk Show do canal esportivo no Youtube Desimpedidos. Já os objetivos específicos foram apresentar as principais características do jornalismo esportivo e do infotimento e analisar a linguagem utilizada pelo entrevistador e entrevistado no programa

Foi importante para a elaboração do artigo, além de explorar os conceitos de jornalismo esportivo e do gênero infotimento, refletir como a Globo, principal emissora do país, também começou a se utilizar do gênero em suas matérias esportivas.

Após o término do estudo todos os objetivos foram alcançados. A entrevista foi analisada através de conceitos apresentados por autores como Coelho (2004) e Oselame (2012), que abordam o jornalismo esportivo, e Dejavite (2006) e Padeiro (2015) trazendo os principais conceitos do infotimento. Desse modo mostrando as principais características dos dois gêneros estudados.

Analisando a entrevista pode-se notar características dos dois modos de fazer jornalismo e conseqüentemente a sua semelhança. No jornalismo esportivo os principais atributos encontrados são: conhecimento da carreira do atleta, os aspectos históricos em que o jogador em questão ganhou destaque perante a mídia e veracidade, tendo como valores notícias agregados: Proximidade, notoriedade e relevância. Com esses quesitos o entrevistador trouxe informações sobre os bastidores e como é ser um atleta profissional.

Enquanto as principais características de infotainment encontradas foram: perguntas que abordam algumas curiosidades trazendo à pauta assuntos que foram pouco relatados pelo ex-jogador na mídia durante sua carreira esportiva, questões que estimulam a espetacularização e nutrem a imaginação do público, diversão transmitida através das respostas do ex-jogador e a interatividade ao ler perguntas oriundas das redes sociais.

Ou seja, jornalismo esportivo e infotainment atualmente estão interligados. O esporte aguça o imaginário e o lado emocional das pessoas, fazendo com que o público não se interesse apenas por informação convencional, mas sim por histórias que são contadas através de personagens por meio do infotainment, que tem como principal objetivo informar e entreter o seu público. Além disso, outro fator importante é o crescimento das redes sociais, que facilitam a interação entre o jornalista e o receptor de conteúdo. Assim, a interatividade, que é uma das principais características do infotainment, passou a ser ponto-chave no jornalismo esportivo, pois o público não quer mais apenas ser um receptor, mas sim produzir conteúdo.

Outro ponto que pode ser destacado é a linguagem utilizada pelos participantes da entrevista. Uma linguagem bem coloquial, de uso padrão do público em geral, facilitando a compreensão do espectador. Porém, foram utilizadas muitas gírias e às vezes até mesmo palavras de baixo calão, fato que é distinto quando o assunto trata de produção de jornalismo esportivo. Ponto severamente criticado por Barbeiro e Rangel e Oselame, quando afirmam que o jornalista em alguns momentos passa do ponto e acaba virando um artista em um espetáculo.

Após a apresentação dos conceitos foi realizado o estudo sobre o objeto principal e sobre o canal no Youtube em que se encontra a entrevista. Durante a elaboração do trabalho algumas dificuldades foram sentidas pelo autor. Uma delas foi conseguir encontrar autores e citações que pudessem se encaixar com o tema proposto, pois o advento da internet é recente em nossa história.

Devido a pandemia do Covid-19, houve dificuldades em buscar livros na biblioteca da instituição principalmente no início da produção do presente trabalho.

Outro momento em que houve dificuldades foi na busca por informações do Desimpedidos. O canal, por ser em forma de vídeo, não disponibilizava sua história em forma de texto, apenas em forma de entrevistas, o que demandou grande tempo na procura por informações.

Como sugestão para futuras pesquisas, aponta-se uma análise sobre como é construído o conteúdo do outro quadro de sucesso dos Desimpedidos, o Fred +10. Também é possível fazer o estudo do que levou à grande expansão do canal Desimpedidos, que conta com jornalistas em seus principais quadros e hoje é o principal canal esportivo do Brasil.

REFERÊNCIAS

ALCOBA, Antonio López. **El Periodismo deportivo em la sociedad moderna**. Madrid: El autor, 1980.

AMARAL, Luís. **Técnica de jornal e periódico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro; Brasília: INL, 1978.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **O Futebol Midiático: uma reflexão crítica sobre o jornalismo esportivo nos meios eletrônicos**. 2008. 151 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Cásper Líbero, São Paulo, 2008.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre, Sulina, 1980.

BEZERRA, Patrícia Rangel Moreira. **Globo Esporte São Paulo: Ousadia e Experimentalismo no Telejornal Esportivo**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. 2.ed São Paulo: Contexto, 2004.

DIGITAL In 2019. [S. l.], 12 jun. 2019. Disponível em: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. Acesso em: 26 ago. 2020.

DEJAVITE, Fábica Angélica **Infotimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo. Ed: Paulinas, 2006.

DEJAVITE, Fábica Angélica. **A Notícia light e o jornalismo de infotimento**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos.

DEJAVITE, Fabia Angélica. **Infotimento nos impressos centenários brasileiros**. São Paulo: Insular, 2008.

ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo Especializado**. São Paulo: Atlas, 1981. 158 p.

FANUCCHI, Mario. **Nossa Próxima atração – O interprograma no Canal 3**. São Paulo: Edusp, 1996.

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

JUCA KFOURI: “Sofremos da ‘leifertização’ do jornalismo esportivo”. El País, São Paulo, 27 fev. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/27/deportes/1519749247_316900.html, acesso: 02/05/2020

LOVISOLO, Hugo. **Jornalismo e Esporte: Linguagem e Emoções**. Rio de Janeiro: Corpus et Scientia, 2011.

OSELAME, Mariana Corsetti. **Fim da notícia: o "engraçadismo" no campo do jornalismo esportivo de televisão**. 2012. 153 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

OSELAME, Mariana Corsetti; COSTA, Cristiane Finger. **Fim da notícia: o “engraçadismo” no campo do jornalismo esportivo de televisão**. Intercom. 2013.

OXENHAM, Gwendolyn. **Pelada: uma Volta ao Mundo pelo Prazer de Jogar Futebol**. São Paulo: Zahar, 2013.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. **A Espetacularização do Esporte e o Infotimento no Jornalismo Esportivo: O Globo Esporte (TV) e o Uol Esporte Durante a Copa do Mundo de 2014**. Revista ALTERJOR, São Paulo, 2014.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. **O predomínio do Entretenimento no Jornalismo Esportivo Brasileiro**. 2015. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

PEREIRA, Vinicius. **Entretenimento como Linguagem e Multissensorialidade na Comunicação Contemporânea**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus.

PFEUFFER, Lucas Ribeiro. **JORNALISMO ESPORTIVO E INFOENTRETENIMENTO: uma análise do quadro Gols do Fantástico**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Jornalismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, [S. l.], 2018.

RIBEIRO, André. **Os Donos do espetáculo**. Histórias da imprensa esportiva no Brasil. São Paulo: Terceiro Nome, 2007, p. 7

SILVEIRA, Nathália Ely da. **Jornalismo Esportivo: conceitos e práticas**. 2009. 91f. Trabalho de conclusão (Graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2009.



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

TOURINHO, Carlos Alberto Moreira (2009). **Inovação no telejornalismo: o que você vai ver a seguir**. Vitória: EspaçoLivros.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Entretenimento: uma crítica aberta**. São Paulo: Senac, 2003.