

Jornalismo esportivo e representações do futebol

A mídia como instrumento de construção de imaginários por meio de suas representações influencia a nossa percepção da realidade. No campo esportivo, não é diferente. As escolhas discursivas adotadas pelos atores dos meios de comunicação contribuem para determinar nosso olhar sobre os eventos esportivos, clubes, atletas, torcidas e tudo que os envolvem. É por meio do debate proposto pela imprensa e do enfoque no objeto retratado que muitas das imagens, sentimentos de identificações e alteridades com os personagens e equipes são formados. O Jornalismo Esportivo, desta maneira, se torna uma das tantas arenas que abarcam questões inerentes não só ao esporte, mas à sociedade como um todo.

É preciso dizer que essas narrativas nem sempre seguem as mesmas regras. Na busca de alternativas para que os meios de comunicação dessem conta da cobertura do esporte em meio às mudanças que as novas tecnologias e relações sociais impuseram, podemos verificar diferentes linguagens, sejam elas impressa, audiovisual ou pela web, ao

longo dos anos. As rotinas produtivas das redações produzem material amplo e rico, suscetível a pesquisas nas mais variadas áreas do conhecimento. Assim, neste número da **FuLiA/UFMG**, o repertório de narrativas do Jornalismo voltado ao futebol e as suas representações são o tema principal desta reunião de autores e autoras.

O primeiro artigo da seção **Dossiê**, “A linguagem bélica do futebol: a metáfora conceptual futebol é guerra”, de Carlos Renato Mascoto Rocha, traz uma análise sobre o papel da imprensa em construir discursos metafóricos que influenciam no olhar sobre o esporte. A guerra mimetizada nos campos de futebol toma as páginas dos jornais com expressões de um linguajar bélico atrelado ao jogo de bola. No caso analisado do jornal *Lance!*, edição do Rio de Janeiro, a influência da narrativa vai afetar não só o comportamento no campo esportivo, mas também fora dele. Assim, o “nós contra eles” reúne exércitos de onze pessoas a defenderem suas cores e escudos tal como os soldados em um campo de batalha. Um repertório de cobertura que chega a ser comum ao narrar as partidas de futebol em diversos meios de comunicação.

O tensionamento das disputas, desta vez no embate histórico da implementação do profissionalismo no futebol, é tema de Sarah Teixeira Soutto Mayor e Silvio Ricardo da Silva em “Do amadorismo profissional ao profissionalismo amador: os discursos da imprensa sobre a profissionalização do futebol na cidade de Belo Horizonte”. Ao analisar os discursos produzidos pela imprensa belo-horizontina sobre a profissionalização do futebol, são abordados os cenários distintos entre a idealização do novo regime com a realidade local do esporte na cidade. Podemos encontrar uma cobertura ambígua, ora abordando as vantagens do profissionalismo, ora exaltando a prática amadora. Uma transição de saída do amadorismo que teve influência de capitais como Rio de Janeiro e Buenos Aires e que foi, de certa maneira, rápida, já que contou com grande investida midiática, legitimando sua adoção. Um resgate histórico de um cenário conflituoso que teve a imprensa como uma das principais arenas de debate.

Por meio de processos de escolha de palavras e expressões, os atores da mídia trabalham situações em que usam o “não dito” para construir imaginários. O estudo de

Cristiane Mafacioli Carvalho e Ciro Augusto Francisconi Götz, “O jogo das emoções: análise de discurso do narrador esportivo Pedro Ernesto Denardin”, mostra como o radialista adotou estratégias para se aludir aos patrocinadores da Rádio Gaúcha durante a Copa do Mundo da Rússia 2018, mesmo diante das restrições impostas pela FIFA. A capacidade discursiva e criativa durante a leitura de textos comerciais por Denardin é revelada ao se comparar a narração do Mundial com uma partida da Recopa Sul-Americana. Um exemplo de como a opção discursiva, com o uso selecionado de certas palavras e os respectivos silenciamentos, forma uma espécie de estratégia dos comunicadores para burlar as relações entre direitos de transmissão de megaeventos e patrocinadores locais.

A principal detentora dos direitos dos grandes eventos esportivos na TV aberta brasileira, a TV Globo é também uma das principais referências do telejornalismo nacional. Há cerca de uma década, a emissora passou por uma mudança radical na linguagem do seu principal telejornal esportivo diário: o Globo Esporte. Ao permitir que o Jornalismo

Esportivo se misture com o humor e leve o entretenimento para as coberturas esportivas, alterou o formato e influenciou diversos programas dela e de outras emissoras que lidam com o futebol. Este estilo foi personificado na figura do apresentador Tiago Leifert – um dos seus criadores. Os dez anos desta “leifertização” são abordados por Marcio Telles em “O ‘Padrão Globo de Jornalismo Esportivo’ dez anos depois: problematizando um consenso”.

Duas das características desta nova linguagem esportiva são as reportagens voltadas ao infoentretenimento e à atração do público a partir de caça-cliques (*clickbait*, os títulos em sites que convidam o leitor ao clique, mas que, na maioria das vezes, não apresentam o conteúdo de acordo com o dito na manchete). Em meio a essas novidades, temos uma cobertura já tradicional da imprensa, que engloba características de valorização de atletas. Em alguns casos, formam-se relações de idolatria em que o personagem se torna maior que uma instituição. Em “Quando um treinador substitui o nome do clube: uma análise do ‘Time de Ceni’ como exemplo da lógica do *clickbait* na cobertura esportiva

do Brasil”, de Anderson David Gomes dos Santos, Mellyna Andréa Reis dos Santos Borges e Carlos Peres de Figueiredo Sobrinho, a relação de representação do ídolo Rogério Ceni, ex-goleiro do São Paulo Futebol Clube, e da equipe do Fortaleza Esporte Clube, onde é atualmente treinador, pela imprensa é analisada. Com sua carreira vitoriosa nos campos e a visibilidade midiática que carregava desde os tempos de jogador, o agora técnico levou os holofotes da mídia do país para um dos principais times do Nordeste brasileiro, que passou a ser representado como “o time de Ceni”.

Assim como é espaço para produzir ídolos, o futebol também constrói vilões. E a imprensa tem papel fundamental nesse processo, ao determinar personagens que vão assumir as responsabilidades das derrotas. As pesquisas de Leda Maria da Costa buscam reflexão sobre a representação pela mídia das “trajetórias de queda” que conduzem esses jogadores a um “território de acusações”. No texto “O caso Muralha: a pimenta do jornalismo esportivo e a construção de um vilão”, o tribunal da imprensa elege culpado o ex-goleiro do Flamengo. O atleta teve a carreira marcada, talvez de

maneira definitiva, pelos erros esportivos no ano de 2017 acentuados nas páginas do jornal *Extra*, no que ajudou a abreviar sua passagem pelo clube carioca.

Nem só os fatores dentro de campo são noticiados pelos meios de comunicação. Durante a disputa da Copa América 2019 no Brasil, os estádios vazios e o alto valor da renda das partidas foram tema de reportagens, mas sem suscitar a complexidade do debate em torno da elitização dos estádios que vem desde as reformas para os megaeventos dos anos 2000 e 2010. “Uma cobertura além do campo de jogo: o público e a renda como temas de interesse da mídia na Copa América de 2019”, de Mauro Lúcio Maciel Júnior e Hélder Ferreira Isayama, analisa as matérias publicadas no portal Globoesporte.com sobre a bilheteria das partidas do torneio sul-americano. No texto que fecha o **Dossiê**, o futebol visto como consumo e inserido num cenário político-econômico de expansão da hegemonia de pensamentos neoliberais é abordado pela imprensa apenas numa reprodução dos fatos, sem a reflexão necessária sobre as mudanças na inserção do esporte na cultura brasileira.

Um estilo de jogo em meio à crítica à sociedade de consumo e ao esporte de alto-rendimento é o tema tratado por André Mendes Capraro em “O ‘futebol bailado’ na literatura de Alberto Garlini: estilo à brasileira e crítica social em um romance italiano”. Ao analisar a obra na seção **Paralelas**, o pesquisador trabalha a intersecção com as culturas italiana e brasileira no “jogar futebol”, numa ode ao improvisado que se assemelha muito às práticas que já foram mais comuns pelas ruas, praças e campos do país.

A seção **Resenha** é dedicada à leitura do livro “*Bibliofut*, ‘uma mina de ouro’: um livro sobre livros de futebol” por Elcio Cornelsen. A reunião de obras realizada pelo bibliófilo Domingos Antonio D’Angelo e pelo bibliotecário Ademir Takara, serve como um catálogo, com a indicação de publicações sobre futebol no país. Nela, há um relato da literatura brasileira sobre o tema em cinco fases históricas e a classificação de cerca de 4.500 obras.

“Reminiscência de uma fotógrafa de esportes nos anos 1990” abre a seção **Poética** com o olhar sensível e criativo de Kátia Lombardi. Há 30 anos, ao cobrir futebol e demais

esportes pelas páginas do *Notícias Populares* e *d'O Tempo*, Kátia relata o papel de uma mulher na editoria de fotografia, num ambiente predominantemente masculino nos anos 1990. Fechando este número, Gustavo Cerqueira Guimarães nos leva a viajar com o professor Belmiro Borba, o Miro. Na narrativa “Como o atleticano se tornou River: um clássico mineiro da Argentina” temos o despertar do interesse de Miro pelo futebol argentino após conversa com Seu Revir, o dono da banca de jornais e revistas. O professor decide, então, ir a Buenos Aires, em busca de lugares e memórias futebolísticas que marcam a presença platina na trajetória do futebol tupiniquim. Num domingo que era para ser de futebol argentino, tornou-se um Atlético e Cruzeiro entre vinhos, debates, cigarros e paradoxos... rivalidade e amizade, Miro passa por descobertas que vão além de uma nova paixão clubística.

Poesia no olhar, registrada em filmes, rabiscada em textos, gravando momentos. O futebol proporciona à imprensa um vasto repertório de possibilidades. Ao contar as histórias por meio de suas narrativas, relações de idolatria são construídas pela e na mídia. Assim como reputações são

destruídas. Ao mimetizar disputas em outros campos, influenciam, de certa maneira, as atitudes fora dos gramados. A imprensa é a guardiã da memória dos conflitos que nos trouxeram até aqui. É por meio dela, que as emoções de cada tarde-noite épica são narradas. Mesmo que nas estratégias do dizer pelo silenciar. Longe das amarras de “valores-notícia”, o texto esportivo se deixa também influenciar pelo entretenimento. Nos deixa influenciar. Deixe-se levar, então, pela reflexão que as próximas páginas propõem ao debate das representações do Jornalismo Esportivo!

Boa leitura!

Francisco Ângelo Brinati
Dep. de Comunicação Social da UFSJ

São João del-Rei, 31 de julho de 2020, 143º dia de pandemia.