

JORNALISTA PALPITEIRO

O JOGO ENTRE A SUPERFICIALIDADE E A
ANÁLISE TÁTICA DE FUTEBOL NO BRASIL.



Tiago Herani

JORNALISTA PALPITEIRO

**O JOGO ENTRE A SUPERFICIALIDADE E A
ANÁLISE TÁTICA DE FUTEBOL NO BRASIL**

*Para examinar a verdade, é necessário, uma vez
na vida, pôr todas as coisas em dúvida.*

Descartes, René. (1637). Discurso do Método.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO
9

CAPÍTULO 01
15

CAPÍTULO 02
57

CAPÍTULO 03
87

EPÍLOGO
119

REFERÊNCIAS
121



INTRODUÇÃO

O Brasil é o país do futebol. Nenhuma outra nacionalidade tem mais peso e influência no mundo do futebol do que a brasileira. Ainda que o resultado nas recentes Copas do Mundo e o crescimento dos campeonatos europeus incomode e propicie crises existenciais que questionam a posição do país nesse trono, ele ainda ocupa posições de destaque, toda semana, nos principais palcos do planeta. Isso porque a grandeza não se mede só pelas cinco Copas do Mundo, pela forma única de jogar, pela existência do maior jogador da história do esporte ou de tantos ídolos que marcaram gerações e ditaram tendências. Ela se mede, principalmente, pela criação de um imaginário popular, ao redor do planeta, a respeito do que significa ser brasileiro e jogar futebol. Uma tradição que não é maleável ou passageira.

É impossível, aliás, separar a construção da identidade brasileira do desenvolvimento do futebol nacional. Um se misturou ao outro e, comumente, significam a mesma coisa. Se na popularização definitiva do esporte o país passava pela revolução de 1930 e pela instauração, em 1937, do Estado Novo, sob o regime de Getúlio Vargas, o apogeu do futebol brasileiro com o tricampeonato mundial de 1970 aconteceu em plena ditadura militar. Em ambos, e em vários outros momentos, o futebol foi explorado, com diferentes objetivos e simbologias, por ser o único elemento capaz de trazer um sentimento nos brasileiros de união nacional. Em um país, via de regra, pouco nacionalista, em que a independência não foi alcançada com guerras, mas de forma bem mais orquestrada, basta um jogo da seleção em campeonato importante para unir todas as classes sociais na torcida pelo time. “A pátria do brasileiro comum é o futebol”, como define Darcy Ribeiro no livro¹ “O povo brasileiro”.

Para definir tanto a maneira típica brasileira de jogar futebol, quanto o estereótipo do cidadão comum brasileiro, segundo o sociólogo Gilberto Freyre, usa-se os mesmos adjetivos: alegre por natureza, de bem com a vida, bom malandro, criativo e com dificuldade para confiar em sistemas e estruturas maiores que ele.

¹ Nome completo: “O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil”, publicado pela Editora Global em 1995.

Características que foram reafirmadas e potencializadas a cada grande conquista. Sempre se jogou muito mais, em qualidade e quantidade, nos campos, ruas, várzeas, praias e becos do país do que se escreveu sobre futebol. Quando o Brasil já era bicampeão da Copa do Mundo, ainda não existia uma revista dedicada exclusivamente ao esporte no país, diferentemente dos europeus ou de alguns vizinhos.

Do momento em que o futebol começou a se firmar como produto importante o bastante para ganhar algum mínimo espaço em jornais, até o ponto de ser definido pelo escritor Millôr Fernandes não só como “ópio do povo”, mas também “narcotráfico da mídia”, suas facetas foram diversas, mas não houve preocupação em falar sobre tática. Ou seja, não se buscou falar da organização dos jogadores dentro de campo, das funções que cumpriam durante as partidas ou das estratégias dos técnicos na beira dos gramados - aspectos que já existiam há muito tempo e só se tornaram mais complexos a cada década que passou.

A tática é como o futebol funciona, na sua forma nua e crua, e o jornalismo esportivo brasileiro cresceu escondendo essa palavra no fundo do livro de vocabulários. Rodeavam todos os aspectos do jogo: as polêmicas, o lúdico, o engraçado, mas não estudavam e entravam em análises profundas sobre o que, de fato, acontecia dentro daquele retângulo verde

com linhas brancas. Excluíram da rodinha um aspecto que teve a sua falta sentida no futuro, pois quando se dá atenção superficialmente apenas ao talento e aos ídolos e o resultado final de uma partida acaba sendo decepcionante por consequência de fatores coletivos, cria-se uma visão deturpada da situação, uma vez que esses fatores não são compreendidos e conhecidos - e a crítica se volta mais forte e injusta ao individual.

Entender como se deu esse processo de desenvolvimento do jornalismo se torna, no final das contas, uma forma de rastrear a evolução e transformação da visão que o povo brasileiro tem do esporte. Entender porque se fala e se pensa futebol da forma que se fala e se pensa futebol - e quais as consequências disso. Nesta obra, a minha proposta foi analisar esse movimento em três etapas. No primeiro capítulo, narro o nascimento do jornalismo esportivo e suas nuances e escolhas fundamentais para compreender esse processo, conforme as décadas se passaram no século XX. No segundo capítulo, o foco é na modernidade e na dualidade criada entre o início de uma nova corrente que busca resgatar o tempo perdido com estudos sobre o jogo, com a massificação do jornalismo mais informal e divertido potencializado pelas novas tecnologias. No último capítulo, trago um estudo de caso sobre o sucesso do meu próprio projeto de jornalismo independente, como uma amostra prática desta corrente e re-

flexões acerca do que o jornalismo esportivo também pode ser.

Torcedores, jornalistas e pesquisadores foram entrevistados ao longo deste livro e fazem parte desse trabalho, que não se preocupa em ser uma análise sociológica, mas uma narrativa de episódios que levam à reflexão mais consciente de um problema estrutural do nosso futebol. O esporte que se tornou um componente formador da noção do que é ser brasileiro também merece ser tratado com mais cuidado e dedicação.



CAPÍTULO 01

O primeiro jornal que falou sobre futebol no Brasil não falou em português. Foi o periódico Funfulla, fundado em 1883 pelo imigrante Vitaliano Rotellini e publicado até 1941 apenas em sua língua natal, o italiano. Não era bem jornalismo esportivo, apenas um registro dos fatos. Mas, por volta da década de 1910, em São Paulo, era quem se dedicava a falar dos clubes da cidade para um público bem específico: a comunidade italiana. Se não fosse ele, nunca saberíamos quando foi, por exemplo, o primeiro jogo do Palestra Itália - que viria a se chamar Palmeiras apenas em 1942, após a entrada oficial do Brasil na Segunda Guerra Mundial contra os países totalitários do Eixo (Alemanha, Japão e Itália). Bens pertencentes a imigrantes dos países inimigos na guerra seriam confiscados pelo governo brasileiro, o que fez muitas

empresas trocaram de nome para se desvincular dessa imagem. O próprio jornal Funfulla optou por sair de circulação nesse ano e só foi voltar às bancas em 1947, cinco anos depois. Já o Palestra Itália, se tornou Palestra São Paulo em março de 1942 e, seis meses depois, Sociedade Esportiva Palmeiras - uma mudança completa de nome e de cores, do vermelho para o verde, como segue até hoje.

Houve um longo período durante o começo do século XX em que se acreditava que o futebol não tinha potencial para estampar uma manchete de jornal. Nem mesmo o remo, que era o esporte mais popular nessa época. Jornal era lugar para falar de segurança pública, problemas sociais e trâmites políticos. Gastar papel, tinta e tempo para falar de esporte de massa era impensável.

Fato é que, ao atingir o público-alvo italiano na década de 1910, o jornal Funfulla também registrava fatos do Corinthians, Santos, Flamengo e muitos outros clubes brasileiros. Quais eram os primeiros elencos, quem ganhou os primeiros torneios e campeonatos - tudo teria se perdido na história. Ainda com muita desconfiança e pouco prestígio, havia quem se dedicasse a isso no Funfulla. O simples registro tornou o esporte real e é até hoje um grande objeto de estudo para pesquisadores de todo canto.



Em Agosto de 1914, o jornal Funfulla trazia a convocação para a reunião de fundação do Palestra Itália, como um clube italiano de futebol no Brasil.

Em Agosto de 1914, o jornal Funfulla trazia a convocação para a reunião de fundação do Palestra Itália, como um clube italiano de futebol no Brasil.

Na década seguinte, a popularidade do futebol cresceria exponencialmente e deixaria o remo e qualquer outro esporte para trás. A seleção brasileira acumulava boas exibições em torneios internacionais, trazendo um sentimento de orgulho nacional e alimentando, conseqüentemente, o interesse pelo esporte. Os clubes se organizavam mais em volta das suas comunidades e a figura do negro começou a romper as barreiras que os impedia de disputar campeonatos oficiais.

Quem deu um grande passo em direção a essa mudança foi o Vasco da Gama, que se recusou² a participar da primeira divisão do campeonato carioca, em 1924, se não fosse permitida a participação dos seus doze jogadores negros e mulatos. Foi o primeiro manifesto mundial contra o racismo de uma entidade esportiva. O clube era formado por dois grupos excluídos: os mestiços e a comunidade lusitana, que buscava afirmação frente à nova elite brasileira. Mesmo indo disputar a divisão inferior, o Vasco acendeu um movimento que reverberou no país.

A profissionalização do futebol no Brasil, que só veio tardiamente em 1930, foi outro passo fundamental para a sua popularização definitiva, ainda que existissem descrentes que diziam que receber salários para jogar futebol faria o esporte - e o amor por ele - morrerem. A história nos prova o contrário. Antes da mudança, o esporte vivia a insustentabilidade do amadorismo. Jogadores disputavam campeonatos representando clubes apenas por “amor à camisa”, o que não permitia que a esmagadora maioria deles dedicassem tempo de qualidade aos treinamentos ou até aos jogos, pois preci-

² Fonte: site Observatório da Discriminação Racial no Futebol (www.observatorioracial-futebol.com.br)

savam tirar a sua renda para sobrevivência de outra forma.

Assim que os clubes perceberam que as vitórias eram fundamentais para que continuassem existindo como instituição, precisaram arranjar formas de manter e buscar os melhores jogadores para os seus times, além de garantir tempo hábil para a preparação para as partidas - e não existia outra maneira a não ser pagando-os, o que ficou conhecido como “amadorismo marrom”. Alguns clubes, os mais poderosos, garantiam pagamentos debaixo dos panos aos principais jogadores ou conseguiam empregos fictícios apenas para os registros da época, enquanto passariam o tempo do suposto trabalho treinando, pois uma das formas de garantir o amadorismo era a confirmação de que o jogador tinha outro emprego e recebia por ele. Era uma eterna briga entre “amadoristas” e “profissionalistas”. Em São Paulo, as multidões chegavam a colocar cerca de 40 mil pessoas amontoadas das mais diversas formas em pequenos estádios e campos da cidade, todos querendo ver o seu time do coração praticar um futebol cada vez melhor. Os próprios atletas não se contentavam com a situação de jogar como profissionais e não ser profissionais, não tendo nenhuma garantia ou segurança para exercer o seu trabalho. A mudança definitiva era questão de tempo.

Ainda que muitos dirigentes não tinham a expertise em administrar da melhor forma os seus clubes, a profissionalização, em 1930, foi o passo fundamental para garantir, posteriormente: a chegada de investimentos externos, a criação de estatutos e organizações que regulamentam o esporte, a melhoria do futebol praticado a partir da evolução na preparação das partidas e também o estreitamento das barreiras econômicas, sociais e raciais, uma vez que muitos atletas de baixa renda puderam ter a possibilidade de fazer do futebol o seu trabalho, implicando na valorização do talento acima da origem.

O livro “O Negro no Foot-Ball do Brasil”³, escrito pelo jornalista carioca Mário Filho em 1947, conta como o futebol teve a capacidade de gerar uma democratização racial no país. Nele, o autor afirma que o futebol nacional só havia atingido um alto nível de competência graças ao negro, que agora pode ocupar um espaço digno na sociedade. O jogo saía oficialmente da mão da elite branca e começava a contemplar todos os povos: mestiços, imigrantes, pobres e ricos. O Brasil unia, através do esporte, diferentes parcelas da sociedade em torno do mesmo objetivo.

³ Hoje reescrito com o nome “O Negro no Futebol Brasileiro”.

Ali começaram a aparecer relatos tímidos em variados jornais. Alguém precisava noticiar, de alguma forma, o burburinho que se multiplicava nas ruas e movia multidões. Mas o primeiro desafio era que grande parcela da população que vibrava com os jogos não era necessariamente a mesma que consumia jornais. O futebol era plural, mas sua principal força vinha das massas. E, em meados de 1930, ser de classe baixa também significava ser analfabeto. O dinheiro contado para investir em ingressos de jogos não seria usado para ler resumos da partida nos dias seguintes, mesmo se você soubesse ler. Definitivamente não era o público alvo que os editores queriam atingir.

O historiador Plínio Labriola explica na tese “A Nação Entra em Campo: Futebol nos anos 30 e 40”⁴, que o movimento sofrido pelo futebol brasileiro ao perder o seu caráter branco e elitista e ser abraçado pelas massas também gerou uma desvalorização dessa elite ao esporte. O futebol passou a ser visto pela alta sociedade como uma manifestação da irracionalidade, do atraso, da desordem, da violência e da ausência de caráter educativo. Labriola afirma que havia uma aversão da elite pelo fato do futebol estar nas mãos dos setores populares, pois destes só

4 Tese de pós-graduação em história feita para a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo em 22 de dezembro de 1998, disponível no endereço <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/13003>



O Globo relata, entre outras pautas maiores, a ida da seleção brasileira para a primeira Copa do Mundo, realizada no Uruguai, em 1930.

poderiam ser esperados atos inconsequentes. Não é difícil imaginar, nesse cenário, o desafio de emplacar o assunto nos principais tabloides do país.

AS PRIMEIRAS FACETAS

O primeiro a se arriscar com um diário exclusivamente dedicado a esportes no Brasil foi o Jornal dos Sports, criado pelo jornalista Argemiro Bulcão em 1931, no Rio de Janeiro. Ali, lutavam não só contra essa dura realidade do

cenário nacional, mas também contra o preconceito de jornalistas de outras áreas, que consideravam a prática fútil e desnecessária. Falar de futebol em meio a tantos problemas sociais? Logo o esporte que é a brincadeira de rua das crianças e a distração dos desocupados? Sim. Era ele que movia o país e causava transformações que só seriam compreendidas nas décadas seguintes. Infelizmente, ataques como esse seriam corriqueiros em qualquer diário esportivo a partir desse ponto. Muitos deles surgiram e foram extintos com uma facilidade que denota a falta de cuidado e confiança de quem patrocinava as empreitadas.

Se ouvir hoje em dia que o Brasil é “o país do futebol” pode gerar uma ou outra discordância de descrentes do futebol nacional, por volta de 1950, essa frase soava como uma grande provocação quando era repetida pelo jornalista e dramaturgo Nelson Rodrigues. Afinal, como o Brasil poderia ser o país do futebol se na Argentina e na Itália já existiam revistas dedicadas exclusivamente ao esporte desde 1925 e aqui essa só foi uma realidade em 1970? Enquanto a seleção nacional trilhava um caminho brilhante dentro das quatro linhas, a cobertura jornalística penava para se encontrar fora delas.



Edição de 1925 da revista argentina El Gráfico, ano em que se converteu a uma revista exclusivamente sobre esportes.

Rodrigues foi, inclusive, o precursor de uma nova forma de cobrir futebol a partir da década de 1950 que conseguiu furar a bolha do esporte e atrair novos leitores - eram as crônicas esportivas. Futebol e romance caminhando lado a lado. Em seus textos, publicados na revista Manchete Esportiva de 1955 a 1959 e, posteriormente, em O Globo de 1962 até meados da década de 1970, ele fazia do futebol um verdadeiro teatro que envolvia todas as paixões humanas. Ao falar de um Fla x Flu ou do velório de um ex-jogador, ele estava apenas usando o futebol como um pretexto para mergulhar nas suas verdadeiras ambições: o heroísmo e o medo, a multidão e o indivíduo, a vida e a morte.



Crônica publicada no número 120 da Manchete Esportiva, dia 8 de março de 1958. “Meu Personagem da Semana” era o nome do quadro semanal de Nelson Rodrigues. No livro “À Sombra das Chuteiras Imortais” que reúne seus textos, essa mesma crônica é intitulada como “A Realeza de Pelé”.

Qualquer detalhe no universo de uma partida de futebol, dentro e fora de campo, poderia virar objeto de estudo e reflexão. De Dostoiévski à psicanálise, tudo servia para contar histórias das quais ele nem enxergava tão nitidamente. Rodrigues tinha um problema de visão decorrente de uma tuberculose que não o permitia enxergar tudo que acontecia no campo da tribuna do gigante estádio do Maracanã. Vivia perguntando aos colegas jornalistas quem estava com a bola, o que ele tinha feito e qual tinha sido a decisão do árbitro da partida. Mas isso pouco importava. Seu foco não era no factual, e sim no subjetivo. Ou seja, não era exatamente jornalismo. Mas quem se importava? Segundo Ney Costa Santos, doutor e mestre em comuni-

cação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, uma simples pelada poderia se transformar em uma tragédia Shakespeariana escrita através de gírias populares nas crônicas de Nelson Rodrigues.

Deixar de usar um vocabulário formal e adotar o linguajar dos torcedores em suas crônicas é uma cisão importante iniciada pelo seu irmão mais velho e também jornalista, Mário Filho, considerado por muitos (e principalmente por Nelson Rodrigues) o maior nome da profissão na história do país. Em uma crônica publicada na já citada Revista Manchete, Rodrigues destrincha porque o seu irmão mais velho deveria ser coroado como o “fundador do jornalismo esportivo moderno”. Segundo ele, Mário Filho foi o responsável pelo rompimento com um antigo modelo jornalístico que tratava o futebol com escrita rebuscada, conteúdo fútil e análise sob uma ótica elitista.

O esporte das massas era até então descrito com muitas palavras difíceis, formais e alguns termos emprestados da Inglaterra: jogo era “match”, estádio era “stadium”, treino era “training” e por aí vai. Ou seja, ao invés de aproximar o torcedor pouco instruído que não tem o hábito de leitura, o vocabulário o afastava. Rodrigues atribui ao irmão mais velho a iniciativa inédita de mudar esse cenário, não só com a escrita em si mas também com a forma que o conteúdo era exposto nos jornais,

propondo uma mudança de estilo nos títulos, subtítulos, legendas, imagens expostas com mais movimento, acrobacias e dramaticidade, captando mais a atenção dos leitores. “Graças a Mario Filho, o futebol invadiu o recinto da primeira página”, declarou Rodrigues na crônica.



À esquerda, um exemplar do Jornal dos Sports quando ainda era comandada pelo seu fundador, Argemiro Bulcão, antes da aquisição de Mário Filho, em 1936. Em relação ao projeto gráfico, é possível notar como o texto se sobressai às imagens, além da utilização de uma linguagem mais formal quando comparada ao exemplar da direita, produzido na década de 1940, sob o comando de Mário Filho. Tirinhas de imagens para contar a história dos jogos, fotos com mais destaque e títulos mais ousados eram a sua marca. Abaixo do logotipo, havia a descrição “Jornal de Mário Filho”.

Apesar de ser aceita por muitos intelectuais, a alcunha de “inventor” dada a Mário Filho não é uma verdade absoluta na visão do historiador André Mendes Capraro. Em 2011,

ele analisou em um artigo⁵ sobre o tema que o jornalista carioca foi inegavelmente transformador, mas não tinha um alcance tão grande em algumas partes do país como em São Paulo (onde Thomaz Mazzoni tinha mais destaque) ou na região Sul, fazendo com que a sua visão ficasse mais restrita ao Rio de Janeiro e ao Nordeste - devido às suas origens. Capraro conta que a mudança radical na linguagem atribuída a Mário Filho não era inédita, como afirmava sem medo o irmão mais novo Nelson Rodrigues, mas inspirada no movimento modernista iniciado na Semana da Arte Moderna de 1922. “As frases curtas, os “flashes” visuais, um certo jeitinho malcriado de escrever eram doença entre os jovens escritores”, afirma o jornalista Ruy Castro em trecho trazido por Capraro. Entre homenagens e exageros, Mário Filho foi um agente poderoso que balançou as estruturas do jornalismo brasileiro.

Aliás, o que ele mais tinha o costume de fazer era causar transformações no cenário futebolístico do Rio de Janeiro. Enquanto seu irmão se dedicava às crônicas e peças de teatro nas horas vagas, Mário tinha muito gosto pela gestão e pelos bastidores. Ficou conhecido por organizar diversos campeonatos locais, inclusive o Torneio Rio-São Paulo, em 1950, que cresceu

5 Artigo intitulado “Mário Filho, o ‘inventor’ do jornalismo esportivo especializado?” e apresentado no Primeiro Simpósio de Estudos sobre Futebol, um evento organizado pelo Museu do Futebol em parceria com a FFLECH/USP e a PUC-SP em maio de 2010.

e se tornou o campeonato brasileiro. Foi dele também a ideia de criar o primeiro Concurso de Escolas de Samba, em 1932. E quando não escrevia para o *Jornal dos Sports*, comprado por ele em 1936 do companheiro de sinuca Roberto Marinho, ganhou notoriedade por ter vencido a briga política através de muitas matérias opinativas para que o grande estádio municipal para a Copa do Mundo de 1950 fosse construído no terreno do antigo Derby Club - muito mais próximo do povo do que a localidade que o vereador Carlos Lacerda desejava, em Jacarepaguá. Assim foi feito o estádio do Maracanã, no bairro do Maracanã, cunhando também o nome de Estádio Jornalista Mário Filho.

A transformação gerada pelos dois irmãos com essa maneira irreverente de cobrir futebol caiu no gosto do público e ajudou a moldar as discussões de boteco que surgiam na época. Tudo sobre o universo da partida virou pauta digna de resenha, com bom humor e ironia. A bola não era mais a única estrela. Em meio aos textos, os grandes craques do momento tinham seus feitos elevados à última potência. Prática também comum dos radialistas, que faziam uma partida morna se transformar na final de campeonato mais acirrada da história, tudo através de uma boa dose de emoção e exageros na narração.

PARA ALÉM DO PAPEL

Nos microfones, essa prática iniciou no dia 19 de janeiro de 1931, quando a Rádio Educativa Paulista transmitiu, por meio de Nicolau Tuma, a primeira partida completa de futebol da história do Brasil da forma como conhecemos - nesse dia, a seleção do estado de São Paulo e do Paraná se enfrentaram em um amistoso. Tuma foi o pai da ideia revolucionária de narrar um jogo lance por lance, detalhe por detalhe, chegando a pronunciar 250 palavras, de forma clara, por minuto. “Se eu não preenchesse todo o tempo da transmissão com palavras, as pessoas poderiam mudar de estação”, acreditava o radialista. Antes dele, o que se tinha nos rádios eram notícias pontuais sobre os jogos que chegavam através de telegramas às estações e eram compartilhados nas transmissões.

A rádio ajudou a fazer com que a imagem de uma partida de futebol fosse criada nas mentes dos ouvintes a partir de 1931. O maior marco dessa transformação aconteceu sete anos depois, durante a Copa do Mundo de 1938, sediada na França - a terceira da história, mas a primeira a ter uma cobertura de rádio em tempo real para os brasileiros. Mesmo com a tecnologia limitada, as partidas eram transmitidas da França com narrações frenéticas e emocionantes, cativando milhões de brasileiros que che-

gavam a se reunir ao redor de alto-falantes em praças públicas para ouvi-las.

OUÇA HOJE
diretamente de Guaiaquil
em sensacional transmissão da

EMISSORA CONTINENTAL
em combinação com mais de 300 emissoras da

CADEIA VERDE AMARELA NORTE SUL DO BRASIL,
a pejeja

BRASIL x PARAGUAY
onde o futebol campeão do mundo
é representado pelo selecionado
Pernambucano na disputa do

CAMPEONATO SULAMERICANO EXTRA DE FUTEBOL

Anúncio da partida entre Brasil x Paraguai - Última hora, 05/12/1959

A moda era imprimir paixão ao futebol, nos textos e no rádio, independente do que se mostrava diante dos seus olhos. Prática essa que causou distorções no imaginário popular difíceis de serem corrigidas. Não à toa, muitos que viveram o auge do rádio e da crônica consideram que o futebol de hoje perdeu a emoção que já teve, quando assistido pela TV. Imaginar o

jogo e os grandes feitos dos atletas era mais poderoso e emocionante do que vê-lo em uma tela 4K de 55 polegadas.

CONTORNANDO O ESPETÁCULO

A partir da segunda metade dos anos 1960, um dos principais cadernos esportivos do Brasil era o Jornal da Tarde, que começou a mudar o foco dos jornalistas, passando a dar larga cobertura aos escândalos, à administração e ao “futebol jogado” pelos membros das diretorias dos clubes, conhecidos como “cartolas”. Se nas crônicas o futebol se unia ao romance, aqui ele se unia ao jornalismo investigativo, a economia e a política. Mais uma vez, o foco maior não era o jogo em si, mas o que acontecia em volta dele.

A cobertura de futebol no Brasil, então, flertava com o outro extremo. Enquanto as crônicas faziam sucesso pelo subjetivo, muitos novos cadernos esportivos apostaram no factual em um nível que, se não houvesse a palavra “futebol” em algum lugar da matéria, ela seria facilmente confundida com qualquer outra área do jornalismo. A vida pessoal dos jogadores era acompanhada de perto como em cadernos de fofoca de celebridades e os esquemas de corrupção dos cartolas eram investigados como se fossem membros do poder público. Assim, o

futebol se camuflava em meio a outras pautas. Mais uma tentativa de furar a bolha.

A televisão havia chegado ao Brasil um pouco antes, em 1950, com a primeira transmissão realizada pela TV Tupi em dezembro daquele ano. Porém, ela demorou pelo menos uma década para se popularizar no país - período no qual a mídia precisou se reinventar em meio à nova realidade. Em 1963, o jornalista Luiz Mendes foi o primeiro a enxergar um potencial na televisão de criar um formato totalmente novo para se consumir futebol. Ele conta que, ao assistir um debate político com a atuação de muitos comentaristas discorrendo sobre os mais variados assuntos, se perguntou se o mesmo não poderia ser feito com o esporte mais amado do país - sugerindo a criação do programa ao então diretor da TV Rio, Walter Clark, que comprou a ideia. Estava criado o primeiro programa do jornalismo esportivo brasileiro de “mesa redonda” - como é conhecida nos dias atuais.

O formato consistia em: um apresentador que mediava as discussões e um time de comentaristas que discorriam sobre os principais acontecimentos da rodada do campeonato nacional, todos sentados ao redor de uma mesa, usando o recurso do videoteipe para mostrar lances da partida que havia terminado. O programa, chamado de Grande Revista Esportiva e, posteriormente de Grande Resenha Facit (ao

ser patrocinado pela empresa Facit), era dominical e migrou para a TV Globo em 1966. O primeiro elenco contava com Luiz Mendes como apresentador e um time de comentaristas renomados formado por Nelson Rodrigues, João Saldanha e Armando Nogueira, além de João Maria Scassa, Hans Henningsen, Vitorino Viera e o ex-jogador Ademir.



Imagem de bastidores da Grande Resenha Facit, quando já fazia parte da TV Globo. Na mesa à esquerda é possível ver: Mario Vianna, João Saldanha e Nelson Rodrigues. Na mesa central, quem apresenta é Luiz Mendes.

Se hoje em dia esse formato de programa é conhecido por ter discussões acaloradas, naquela época os integrantes da mesa abandonavam constantemente a técnica e discutiam com a paixão de torcedor para defender seus times. A própria formulação do elenco não pa-

rece ter sido feita ao acaso: Nelson Rodrigues torcia para o Fluminense, João Saldanha era botafoguense e João Maria Scassa era declaradamente flamenguista, enquanto Vitorino Viera e Ademir representavam a torcida do Vasco. Armando Nogueira, outro botafoguense, dizia ser o único que tentava se mostrar isento da paixão pelo seu time do coração. O programa contou com momentos memoráveis como no dia em que Nelson Rodrigues discordou da marcação de um pênalti claro contra o Fluminense mesmo após o lance ter sido revisto através da tecnologia do videoteipe. “Se o videoteipe diz que não foi pênalti, pior para o videoteipe. O videoteipe é burro!”, afirmou o cronista, em uma frase que se tornou célebre.

A paixão pelos clubes nada mais é do que a mola propulsora das “mesas redondas”, como explica o antropólogo Sander Damo no artigo “A Magia da Seleção”⁶. É por meio da exacerbação da identidade clubística, considerada como uma condição para vivenciar plenamente o futebol, que se configura esses programas de televisão. É um mecanismo de garantir audiência e, conseqüentemente, patrocinadores para o quadro. Da mesma forma, a linguagem que representa as conversas de boteco e a busca pelo divertimento a todo custo, incentivando

⁶ Artigo disponível na Revista Brasileira de Ciências e Esportes, no endereço www.revista.cbce.org.br/index.php/RBCE/article/view/39

a polêmica e opiniões fortes, são marcas desse tipo de programa.

A imagem era valorizada como nunca nesse período e, por isso, o papel do comentarista se restringia a interpretar o que se via na tela, dando a sua versão dos fatos com pouca preocupação com as implicações ou veracidade da análise, pois o que era aprofundado se tornaria monótono em meio a um universo voltado ao entretenimento. Frases como “o povo quer saber” ou “isso são dúvidas dos torcedores” eram comumente vistas nos programas, posicionando o comentarista como um “porta-voz do torcedor”. Porém, como não há consulta prévia à população, os questionamentos levantados nada mais são do que dúvidas e anseios do próprio comentarista ou da equipe que produz o programa, corroborando muito mais para um processo contrário, na qual os seus anseios se tornam os anseios da população.

O PALPITE NO LUGAR DA ANÁLISE

Em mais de 50 anos de evolução do jornalismo esportivo - dos pequenos registros do jornal Funfulla em 1910 às grandes resenhas televisivas da década de 1960 - raríssimas foram as tentativas de analisar o que acontecia dentro de campo ou de ensinar algo ao público sobre o esporte. Os registros, o subjetivo, o factual e a falação esportiva apenas rondavam o que re-

almente acontecia dentro de campo. Um jornalismo que se contentava em andar em círculos, mas nunca sair da camada superficial de uma partida de futebol. Nelson Rodrigues escrevia em muitos textos sobre uma “síndrome de vira-lata” do torcedor brasileiro que, mesmo tendo muitos craques na sua seleção e ganhando muitos títulos, volta e meia perde a autoestima e esperança no seu futebol. Não raros são os exemplos de matérias nas quais jornalistas reforçam o coro dizendo que, nas gerações anteriores, o futebol brasileiro era melhor, mais forte e vistoso, seja ela publicada na década de 1990, 1980, 1970, 1960 ou até 1950. É a prática do “jornalista palpiteiro”, em que a opinião muda conforme os resultados, atacando os problemas sem analisar de verdade porque eles acontecem. Se nos primórdios da profissão a luta era para conseguir leitores qualificados para consumir as matérias de futebol, nas décadas seguintes não houve tentativa de elevar o nível de consciência de quem consumia.

A concepção de estudar futebol já era difundida na Europa muito antes de começar a ser aceita no Brasil. Em Portugal, Cândido de Oliveira foi uma figura fundamental para propagar essa ideia. Após ser treinador do Porto, Sporting e da seleção portuguesa em três passagens distintas, ele escreveu o influente livro chamado “Futebol: técnica e tática”, em 1936. O livro foi amplamente lido na época e promovia uma abordagem particularmente teórica do

jogo, na qual ele explicou sobre o sistema tático utilizado por ele em seus trabalhos e des-trinhou conceitos e princípios da organização tática de um time. Depois de trabalhar como agente secreto para as forças aliadas na Segunda Guerra Mundial, Oliveira foi um dos fundadores, em 1945, do jornal A Bola, ainda popular em Portugal até os dias de hoje. Quatro anos depois, ele escreveu outro livro importante, chamado “Evolução tática no futebol”, em 1949. Sua principal contribuição para o desenvolvimento da imprensa e do próprio futebol português, segundo ele, foi insistir na ideia de que os jornalistas esportivos não deveriam apenas levar informações e entretenimento para o público, mas também ajudar a educá-lo. A Supercopa de Portugal foi batizada em seu nome.



Comparativo do jornal A Bola. À esquerda, uma edição de 1945, ano de criação do jornal por Cândido de Oliveira e, à direita, uma edição de março de 2024.

Em termos de literatura esportiva, o Brasil perde de goleada para outros países. Biografias de grandes personagens do esporte, histórias de grandes campanhas de equipes e livros que se debruçam em explicar inovações táticas que aconteceram em determinado período são raridade por aqui. Até hoje, a literatura portuguesa é a principal referência para quem quer entender de futebol em termos teóricos no Brasil.

É o resquício de um choque cultural entre visões de mundo diferentes: o futebol não é comumente visto da mesma maneira para brasileiros e europeus. Em um artigo⁷ para *A Gazeta*, em 1949, o jornalista ítalo-brasileiro Thomaz Mazzoni escreveu: “Para o inglês, o futebol é um exercício atlético; para o brasileiro, é um jogo. O inglês considera um incômodo o jogador que dá três dribles em sequência; o brasileiro o considera um virtuoso. O futebol inglês, bem jogado, é como uma orquestra sinfônica; bem jogado, o futebol brasileiro é como uma banda de jazz. O jogador inglês pensa; o brasileiro improvisa”. Com essa descrição, não é difícil imaginar porque a ideia de conceitos, estruturas e princípios do jogo não é bem vista por aqui. A organização dos jogadores em volta de uma tática e uma estratégia sempre existiu no futebol profissional brasileiro, ainda

⁷ Artigo retirado do livro “A Pirâmide Invertida”, de Jonathan Wilson.

que em menor grau de complexidade em comparação aos europeus, mas a ela nunca foi atribuído grau de importância. É como um grande fantasma circulando entre os tabloides nacionais.

A DIVERSIDADE INCOMPLETA

No hiato de títulos mundiais que o Brasil viveu da Copa do Mundo de 1970 até a de 1994, a revista Placar era quem dominava as bancas brasileiras. Ela foi lançada oficialmente no dia 20 de março, pela Editora Abril, poucos meses antes do Brasil conquistar o seu tricampeonato mundial. Em seus primeiros anos de história, continha uma produção jornalística diversa. Com foco maior no futebol brasileiro, mas com algumas poucas menções a notícias internacionais, o coração da revista eram as reportagens com diferentes personagens do esporte e a cobertura dos principais jogos dentro do recorte de tempo de cada edição. Se destacou por manter uma linguagem muito menos engessada do que as produções do período, dando claros indícios do rosto definitivo que o jornalismo esportivo teria no país.

Para um povo que se acostumou em ver a seleção brasileira sendo a protagonista absoluta da Copa do Mundo edição após edição, as atuações pouco convincentes nas Copas de 1974 e 1978 eram difíceis de engolir. No come-

ço da década de 1980, o técnico Telê Santana comandou um promissor esquadrão com os meio-campistas Zico e Sócrates como os seus principais pilares, voltando a entregar um nível de desempenho que os colocaria entre as melhores seleções do planeta no período. Mas, na cobertura da Placar, o clima era de incerteza. Alguns se alegraram pela boa fase, outros desconfiaram que o fim seria o mesmo das Copas anteriores - um belo exemplo da “síndrome de vira-lata” de Nelson Rodrigues. Fato é que as matérias eram repletas de opiniões sobre o momento do time e as escolhas do técnico, mas careciam de um embasamento que explicasse o posicionamento do autor e o retirasse da bacia dos “achismos”.

Durante a cobertura da Copa do Mundo de 1982, quando escreviam sobre uma atuação dita como ruim da seleção brasileira, não existia uma parte da matéria que se propunha a explicar o que o adversário fez concretamente para anular a atuação dos principais jogadores da seleção ou qual teria sido o princípio tático que a seleção não teria executado tão bem. O jornalista chegava na cara do gol, mas falhava em concluir toda a crítica com argumentos sólidos. No fim, ele reproduzia o mesmo discurso que se via nas ruas e bares brasileiros, mesmo se considerando como parte da “crítica especializada”. Como estudar futebol era tabu, não existia coro para mudar esse cenário.

res que apoiaram o movimento, como Sócrates, do Corinthians. A crítica e a criatividade sempre foram o ponto forte da redação. Porém, com que proporção se via jornalistas com conhecimento especializado capazes de produzir análises com embasamento? Essa função não era requisitada.

A Placar, no entanto, foi uma sobrevivente em um período de criações e extinções de diversos periódicos esportivos em solo brasileiro. Nos jornais, havia sempre alguém disposto a cortar um espaço do caderno de esportes para deixar matérias de outras áreas um pouco maiores. Uma vez que os investimentos (e os salários) eram menores em comparação a outras editorias, a área passou a ser vista por quem comanda as redações como a porta de entrada perfeita para os novatos. O esporte passou a dividir esse posto com a editoria de cidades, que cobre problemas do dia-a-dia como trânsito, acidentes, clima, entre outros. O que demonstra a visão sobre a área: apenas mais um fato do cotidiano que não demanda nenhum nível de especialização. Existia, aliás, a ideia de que qualquer brasileiro já assistiu uma partida de futebol, mesmo sem querer, e, por isso, estaria apto o bastante para cobrir esse assunto. Imagine pensar que qualquer pessoa que já votou pode escrever sobre política ou qualquer pessoa que pagou uma conta é capaz de discorrer sobre economia. Mas, quando o assunto é futebol, a cobrança por especialização raramente

entra em pauta, pelo menos entre os chefes de redação.

A crítica, porém, é muito mais acentuada quando parte dos atletas e demais pessoas envolvidas diretamente no futebol. Não raro são as oportunidades em que jogadores e treinadores se queixam da falta de conhecimento de jornalistas ao fazer perguntas ou produzir matérias. Não entender como funcionam os processos de treinamento de um time, não conseguir analisar taticamente uma partida ou não ter repertório histórico do futebol pode fazer um pequeno mal entendido se tornar uma grande crise dentro de um clube e colocar em risco o trabalho de uma comissão técnica inteira. E o problema é ainda mais acentuado quando a busca por engajamento é maior que o cuidado em produzir as matérias.

Durante a Copa do Mundo de 2002, as atenções da imprensa estavam quase todas voltadas a Ronaldo, o principal jogador brasileiro. Alguns anos antes da competição, o jogador havia sofrido duas graves lesões no joelho na sequência, ponto em dúvida a sua capacidade de comandar o esquadrão brasileiro à um título mundial. Segundo ele, qualquer pequena oscilação de desempenho era motivo para mais e mais matérias duvidando da sua capacidade, o que tumultuava o ambiente da seleção. Antes da semifinal contra a Turquia, a bomba era que Ronaldo havia se lesionado e poderia estar

fora da partida - o que não aconteceu. O barulho da imprensa em cima do tema, no entanto, foi tão desproporcional, segundo o jogador, que ele resolveu raspar o seu cabelo de uma forma totalmente inusitada - deixando apenas a parte da frente e raspando tudo do meio para trás - para desviar a atenção da imprensa. “Todos passaram a falar do meu cabelo e esqueceram a história da lesão. Eu poderia ficar mais calmo, relaxado e focado no meu treinamento”, contou o craque 20 anos depois à revista “Sports Illustrated”, em um evento de comemoração do pentacampeonato mundial conquistado com o famoso “corte Cascão” - que ainda rendeu um gol marcado nesta semifinal contra a Turquia e outros dois na final contra a Alemanha, os únicos gols brasileiros nos confrontos.

A sensação que a mídia brasileira pode, muitas vezes, tumultuar o ambiente de trabalho do futebol é compartilhada por diversos jogadores. Anderson da Silva, conhecido como “Nenê”, jogou por 7 anos no futebol brasileiro, mas atua a cerca de 16 anos em terras europeias. Em entrevista concedida ao meu perfil no Instagram ([tiago.herani](#)) ele contou que, na sua visão, as críticas também acontecem na imprensa esportiva portuguesa e italiana - por onde ele passou - porém apenas após uma sequência grande de jogos, nos quais existiria uma evolução esperada no desempenho do jogador ou treinador. “No Brasil, após dois ou

três jogos já dizem que o jogador não presta. Se quiserem, destroem facilmente o emocional do jogador”, afirmou o atacante.

Enquanto no futebol a falta de especialização ainda reina, no automobilismo é combatida há mais tempo. Nelson Piquet, um dos principais corredores brasileiros na década de 1980, era o símbolo dessa luta. Nunca foi do tipo de deixar barato uma pergunta mal feita que demonstrava falta de conhecimento por parte do repórter. “O que eu não suporto é um jornalista que não sabe do que está falando. Quem acompanha a temporada inteira entende o que acontece nos boxes, sabe o que se passa quando um piloto está no cockpit. A esses dedico total atenção. O que eu não aguento é desembarcar num Grande Prêmio no Brasil e ouvir alguém me perguntando se faz diferença usar um tipo de pneu ou outro, ou qualquer tipo de pergunta imbecil”, declarou o piloto em entrevista da época. A falta de paciência de Piquet aumentou o cuidado de veículos brasileiros de imprensa com suas equipes nas temporadas de Fórmula 1.

Longe do Brasil e do futebol, em 2001, Billy Beane revolucionou o beisebol nos Estados Unidos (e os esportes como um todo) ao trazer uma abordagem particularmente técnica para algo que era visto pela imprensa de forma muito mais subjetiva: a contratação de jogadores. O livro “Moneyball: o homem que mudou

o jogo”, adaptado para o cinema com o mesmo título em 2011, conta como o diretor geral do Oakland Athletics conseguiu montar um time competitivo que chocou o país, mesmo com pouco investimento e contra todas as expectativas. A sua estratégia se baseou em montar um estudo levando em consideração estatísticas pouco valorizadas pela mídia para avaliar o desempenho e contratar novos jogadores. A imprensa, de um modo geral, utilizava apenas estatísticas básicas e superficiais para analisar jogadores e, quem tivesse bons números nesses quesitos, acabavam sendo mais valorizados financeiramente. Para driblar os altos valores, Billy decidiu ir contra o que a crítica especializada julgava ser bom e começou a contratar jogadores pouco valorizados, mas com estatísticas específicas que apontavam um bom rendimento. A medida foi um sucesso e começou a ser replicada em outras franquias de beisebol - e até em outros esportes nos anos seguintes.

O que mais impressiona na narrativa, no entanto, é a semelhança com o contexto do futebol brasileiro. Ainda é muito forte por aqui a cultura de analisar a qualidade de um jogador apenas se baseando em critérios subjetivos do jornalista, sem embasamento teórico por trás, assim como também é comum a resistência de veículos tradicionais de mídia em aceitarem o uso de estatísticas e outras novas formas de analisar o jogo.

A BUSCA PELO POPULAR

O que fazia sucesso na virada do século no Brasil, no entanto, eram as produções jornalísticas bem humoradas e opinativas. Em 1997, era lançado o site Lancenet, o primeiro portal exclusivamente sobre futebol do país. Alguns dias depois, bancas de São Paulo e Rio de Janeiro recebiam as primeiras edições impressas do Lance!. A revista de circulação nacional chegou a ser a mais lida do nicho de esportes no Brasil no início dos anos 2000, com uma circulação que ultrapassou os 150 mil exemplares por dia. Para efeito de comparação, o número é equivalente ao já citado jornal esportivo A Bola, de Portugal, mas não chega perto do diário espanhol Marca, que registra cerca de 400 mil exemplares em média. Quase quatro vezes mais vendas em um país com a população cerca de quatro vezes menor. O início tardio, a taxa de analfabetismo e as diferenças econômicas precisam entrar em pauta, mas o contraste, por si só, já ajuda a ilustrar como o “país do futebol” se encontra atrasado em relação aos grandes centros em muitas questões extracampo.

Mas o Lance! chegou com uma série de abordagens revolucionárias para o país na época, como as matérias que eram produzidas, simultaneamente, para site e papel. Os materiais

eram coloridos, com design arrojado e prometendo ousadia na forma de abordar o futebol. Na visão deles, isso significava dar ainda mais espaço para opiniões polêmicas sobre os mais diversos temas do futebol e utilizar a linguagem que mais se aproximava da forma com a qual o esporte era falado nos bares e esquinas. A exclamação incluída no próprio nome, comunicava tudo que esse veículo queria ser.

Empresários do ramo da comunicação entendiam que, nesse período, o que faria seus projetos decolarem nas vendas era se tornar cada vez mais popular. O Lance!, por exemplo, criou personagens que serviam como um alívio cômico entre notícias. Bussunda, “o colunista que é uma bola”, era um personagem vivido pelo humorista Cláudio Besserman que representou perfeitamente o torcedor médio brasileiro. Suas colunas eram sempre repletas de ironia, humor e questionamentos banais que poderiam ser ouvidos em qualquer conversa informal na rua sobre um tema de futebol do momento. Já Mari Futy, “a maria chuteira descolada”, foi uma personagem criada pela jornalista Fernanda Viel que abordava a vida pessoal de jogadores da mesma forma que celebridades. As pautas circulavam sempre em torno de assuntos pessoais apurados pela jornalista, escritos como uma grande fofoca entre amigas de longa data. A personagem possuía um grande desenho seminua junto às notícias

e comumente declarava amores por algum jogador. O apelo sexual, aliás, é algo que foi crescendo gradualmente em produções exclusivamente esportivas desde meados de 1980. Da publicidade de revistas pôrno à coluna com grandes fotos reais semi nuas de mulheres, tudo valia para garantir mais assinantes mensais.

Coluna do humorista Bussunda em uma edição de maio de 2002 da revista Lance!



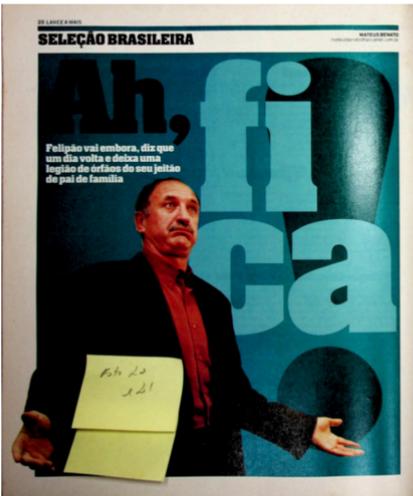
Ser mais popular também significava dar espaço para que o público emitisse as suas opiniões. E ninguém fazia mais isso que o Lance!, que possuía diversos locais dentro da própria edição da revista contendo comentários que o público havia enviado sobre a pauta em ques-

tão. Se ver como parte do veículo esportivo que você acompanha era uma estratégia poderosa de conexão com o público. O jornalismo, porém, caminhava cada vez para perto do senso comum - ou do papo de boteco, por assim dizer. O Lance! se orgulha da alcunha de “nunca abrir mão do bom combate”, o que poderia se encaixar tanto com as denúncias de corrupção e má administração feitas aos cartolas ou com as matérias criticando as escolhas de um técnico “sem papas na língua” - e geralmente sem embasamento também.

Na preparação para a Copa do Mundo de 2002, por exemplo, foram diversas as alfinetadas em cima das escolhas do técnico da seleção brasileira, Felipão. Charges usando um humor ácido, matérias trazendo diferentes pontos de desconfiança do público e pautas que não se propunham a explicar o seu estilo de jogo e suas decisões com base em princípios táticos. Após a conquista do pentacampeonato mundial e da notícia que Felipão tinha decidido sair da seleção, fizeram uma matéria com o apelo especial “Ah, Fical!”. Além de exaltar todos os seus feitos durante a (antes criticada) preparação para a Copa, colocaram diversos personagens diferentes para elogiar a sua personalidade e maneira de trabalhar. Da água para o vinho.



Charge sobre Felipão e Romário na edição de janeiro de 2002. Apesar das cobranças, o técnico da seleção seguiu irredutível em não convocar o atacante Romário.



Matéria na edição de julho de 2002, fazendo o apelo para que o técnico permanecesse no comando da seleção.



As análises que eram ricas em informação, apuração e conhecimento tático e histórico só aconteciam quando o comentarista esportivo Paulo Vinícius Coelho, o PVC, entrava em cena. Porém, para ele, a revista do Lance! era uma contradição, pois ela nunca seguiu a sua verdadeira vocação de ser uma revista diária, como um jornal - e é por isso que nunca explodiu de vendas, apesar da marca Lance! ter se estabelecido no cenário brasileiro. “Noticiar o que aconteceu no jogo é muito mais fácil, pois isso todo mundo já sabe. O desafio é ter uma revista diária e precisar ir além, inovando nas pautas”, afirmou o comentarista.

Em 1997, PVC viajou para Sevilla, pelo Lance!, para cobrir a apresentação do atacante Denílson em um dos maiores clubes da cidade, o Real Betis. Enquanto estava na Espanha, o comentarista acompanhou pela televisão a vitória do Atlético de Madrid por 4 a 1 em cima do PAOK, da Grécia. O último gol marcado no jogo aconteceu em uma antológica jogada do atacante italiano Christian Vieri, da equipe espanhola, que venceu uma dividida com o goleiro fora da área, travou a bola na risca da linha de fundo e finalizou, sem ângulo, para o fundo da rede. No dia seguinte, a cobertura do Marca, jornal esportivo diário espanhol, não foi sobre a vitória do Atlético de Madrid, mas sobre o gol marcado pelo atacante. O jornal reproduziu em suas páginas a imagem de televisão do

gol e cobriu todos os detalhes da jogada. No outro dia, foi realizado um perfil sobre o Vieri no jornal e, no dia posterior, a capa estampava a foto do torcedor que conseguiu reproduzir o gol do atacante em um concurso realizado pelo Marca no estádio Vicente Calderón. “Isso é ser uma revista diária, é conseguir olhar ao redor, inovar na abordagem. E, para isso, é fundamental ter uma bagagem de conhecimento que te permita abrir portas diferentes”, completou PVC.

Na televisão, a virada do século marcou uma onda de contratação de ex-jogadores de futebol para serem comentaristas em transmissões esportivas. Não era exatamente uma novidade, mas tornou-se uma ação muito mais comum. A lógica era ainda mais forte aqui: quem melhor para falar de futebol do que quem viveu esse esporte na pele? De quebra, garantiriam a audiência do público que era fã do jogador. A Placar chamou esse fenômeno de “invasão de boleiros”, na edição de julho de 1998. Nela, o jornalista Celso Unzelte mantinha um tom de desconfiança da capacidade dos ex-craques de transmitir informações de qualidade para o público para além de meras experiências de jogo. Na época, eram eles: Raul (Sportv), Carlos Alberto Torres (Record), Mauro Galvão (Sportv), Júnior (Globo), Falcão (Globo), Gerson (Bandeirantes), Pelé (Globo), Rivellino (Bandeirantes), Tostão (ESPN) e Romário (Globo). Segundo ele, os “neo comentaristas”

se caracterizavam pela timidez, entrando no ar apenas quando chamados. Alguns eram elogiados pela boa “visão de jogo”, como Falcão e Tostão, outros eram criticados por usar o espaço para fazer campanhas para seus amigos do mundo da bola, tendo Romário como seu principal representante. De qualquer forma, é curioso a cobrança por especialização, enquanto a própria revista não costumava sair do superficial quando se propunha a falar de tática.

Estudar o futebol para ser capaz de elevar o nível de consciência do público ainda não era pauta no início do século XXI. Havia mais cor, mais diversificação, mais humor, mais opinião e mais polêmicas. Seja na descrição de uma partida ou na história de um jogador, circulavam o futebol, das mais variadas formas, em torno do fato. O maior diferencial, então, era noticiar o fato antes dos concorrentes. Mas à medida que as tecnologias da informação avançam, o tempo de exclusividade em cima de um furo diminui drasticamente. Com a internet, as matérias são consumidas e replicadas em uma velocidade que se torna difícil saber quem noticiou primeiro. Demorou um tempo para entenderem que quem tinha a capacidade de ver além do óbvio no futebol e levar o público de um ponto A para um ponto B muito acima, sairia verdadeiramente na frente. Existe um mundo dentro do futebol que raríssimos jornalistas eram capazes de acessar na época.



CAPÍTULO 02

O SUBESTIMADO IMPACTO DO CONHECIMENTO

No dia 8 de julho de 2014, aconteceu o que o mestre em Comunicação e Cultura, Pedro Lerner, descreveu na Revista Piauí⁹ como o acontecimento cultural mais importante do primeiro quarto de século no Brasil: a derrota da seleção na semifinal da Copa do Mundo para a Alemanha, por 7x1. O placar estonteante pôs em xeque não só tudo que se acreditava sobre o futebol brasileiro, mas também o rumo que o país como um todo estava tomando - em temas que vão muito além do esporte. Foi motor para um enxurrada de memes depreciativos na internet e se tornou o segundo resultado fu-

⁹ link da matéria: [brasil-alemanha-7-1-copa-do-mundo](#)

tebolístico, além do oxo, a ter um significado geral na língua portuguesa. Tostão, campeão mundial com a seleção em 1970 e atual colunista da Folha de S. Paulo, acredita se tratar do resultado mais espetacular da história do futebol. Já José Miguel Wisnik, autor de “Veneno e Remédio: o futebol e o Brasil”, usa a palavra “catástrofe” ao se referir a partida. “Ainda é 1950” - ano que a seleção conheceu sua primeira grande decepção nacional, ao perder a final da Copa do Mundo em casa para o Uruguai - “mas sem a inocência trágica”, conclui o escritor.



Clóvis Fernandes ficou eternizado como símbolo dos torcedores brasileiros por sua reação no 7x1.

Em meio às tentativas de explicar o vexame, que circulavam por temas como corrupção estatal, déficit econômico e narrativas condenando o “jeitinho brasileiro”, um aspecto começou a ganhar um protagonismo inédito: a tática no futebol. “O torcedor médio passou a se interessar um pouco mais pelo assunto e existe hoje uma cobrança maior para que o jornalista tenha esse conhecimento também”, revela Bruno Rodrigues. Apesar desse movimento ter enriquecido o debate no Brasil de uma forma geral, Rodrigues reconhece que ainda há um caminho a ser percorrido, um processo de entendimento do jogo que precisa amadurecer.

A tragédia fortaleceu o entendimento no imaginário popular brasileiro de que o futebol, a partir dali, deixava de ser decidido pelo talento individual dos jogadores e entrava oficialmente em uma era em que o nível de organização tática e estratégica dos times e seleções definiria os vitoriosos - um processo no qual o futebol nacional, como um todo, havia chegado atrasado. Essa ideia, ao mesmo tempo que fere o ego do brasileiro, que via na alegria do seu futebol artístico, anti-sistêmico e baseado no improviso, o principal motivo de afirmação cultural perante o mundo, o coloca em comparação direta aos europeus - os sinônimos de organização, inovação e avanço tecnológico no meio do futebol. Segundo o comentarista

Bruno Formiga, essa dualidade na forma que o esporte é visto no Brasil e na Europa, está diretamente relacionado à maneira como ele é abordado pela imprensa. “Historicamente o jogo é mais tratado na Europa como, de fato, um jogo. Enquanto, no Brasil, ele é considerado um elemento da nossa cultura, o que resulta em uma análise que hora passeia na tática, mas, muitas vezes, vai mais para a parte lúdica. E, quando você está no lúdico, você vai para um lugar muito mais volátil e pessoal”, analisa Formiga.

A origem dessas diferenças reside no papel tomado por cada imprensa no início do seu desenvolvimento. À medida que a Inglaterra, por motivos óbvios, foi o primeiro país onde se organizou o futebol através de ligas e clubes, a imprensa esportiva do seu país acabou assumindo um papel regulador, no monitoramento dessas ligas, clubes e do comportamento desses jogadores. Uma realidade oposta ao desenvolvimento do futebol brasileiro, que conviveu por décadas com muito amadorismo e teve um papel crucial na construção da identidade nacional, contribuindo para que o jornalismo se moldasse em torno de narrativas sobre um futebol heroico, buscando criar lendas, ídolos e se relacionando ao esporte de uma forma muito mais passional e emocional. “Esse processo fez

com que o jornalismo esportivo na Inglaterra ganhasse características mais investigativas, de valorizar mais a análise e a crítica rigorosa - e não ficasse limitado a glorificar ou crucificar um jogador por questões subjetivas”, revela a jornalista Helena Calil, que trabalhou como apresentadora e repórter esportiva por 10 anos no Brasil e hoje reside em Manchester, na Inglaterra.

Segundo Calil, existe uma expectativa do torcedor inglês para que a cobertura esportiva seja mais detalhada, mais precisa, tenha mais discussões sobre tática e também fale sobre problemas administrativos. A discussão leva a uma via de mão dupla que relaciona a influência da maneira como a imprensa esportiva começou com a própria cultura da sociedade inglesa em ser, consideravelmente, mais séria e objetiva que a brasileira. “Não dá para dizer que a análise tática faz parte da cultura brasileira. As transmissões, de modo geral, ficam mais concentradas em lances de efeito, na euforia da torcida, em brigas ou problemas de bastidor, ao invés de focar em debates mais profundos”, conta a jornalista.

A maneira encontrada na mídia inglesa para tentar garantir que exista mais profundidade e conhecimento nos debates esportivos foi criar

a figura do “pundit”, nome que dão aos ex-jogadores e ex-técnicos que se tornaram comentaristas após passarem por cursos intensivos de comunicação - geralmente bancados pela própria emissora. “Pela experiência vivida por eles, o público inglês dá mais credibilidade para que analisem o jogo, enquanto o repórter fica encarregado de contar histórias e da parte investigativa”, analisa Calil. Existem, ainda, jornalistas ingleses que passaram a ganhar um espaço como comentarista em debates esportivos, mas é um processo muito mais rigoroso e exigente quanto ao nível de conhecimento do futebol. No Brasil, há uma fluidez maior entre as funções e, tradicionalmente, comentaristas são ex-repórteres com mais experiência, que foram promovidos do campo para as cabines. A febre iniciada na virada do século - como exposto no capítulo passado - da contratação de ex-jogadores brasileiros como comentaristas esportivos surge com objetivos diferentes e é conduzida de maneiras diferentes da criação do pundit na Inglaterra. O seu intuito, no Brasil, não foi aprofundar ou aumentar os debates táticos, mas sim atrair mais popularidade para as transmissões e programas, sendo uma figura requisitada para contar resenhas de vestiário e dar palpites sobre detalhes extracampo e sentimentos dos jogadores, além de não ser exigido nenhum tipo de especialização, de modo geral.



Programa “Super Sunday” da emissora britânica Sky Sports. Na mesa, os “pundits” Gary Neville, Jamie Carragher, Micah Richards e Jamie Redknapp, junto ao apresentador David Jones ao centro.

Na primeira década dos anos 2000, tudo era mato no Brasil no que se refere a materiais e estudos sobre tática no futebol. Eduardo Cecconi, jornalista por formação mas que viria a criar e liderar o departamento de análise tática das categorias de base do Grêmio, em 2012, foi um dos pioneiros a abordar o assunto com profundidade na imprensa brasileira e revela em seu blog que “os jovens de hoje, com toda a fatura de livros, artigos, sites e blogs, não imagina como era difícil estudar futebol há apenas uma década”. O seu primeiro contato com a área começou em 2007, em um workshop do Sindicato dos Treinadores do Rio Grande do Sul, o qual ele fez não para atuar como um, mas por curiosidade em se aprofundar no

tema. Após se fascinar com o - hoje considerado - pouco que aprendeu no curso, Cecconi chegou a fazer um resumo das aulas no Word e disponibilizar para download gratuito na tentativa de espalhar esse conhecimento. Com o mesmo intuito, criou o blog Preleção, focado em escrever sobre tática no futebol. “Se vocês lerem meu texto de abertura do blog perceberão o quanto meu embasamento era superficial na época - comparado ao que sabemos hoje. Mas ainda sim era considerado denso por jornalistas”, conta o analista.

A escassez de materiais fez com que, os poucos que se aventuravam na área, nessa época, tivessem um senso muito maior de coletividade e compartilhamento de conhecimento, na tentativa de correr atrás do tempo perdido na literatura esportiva brasileira. O blog Preleção, por exemplo, deu um salto de qualidade um ano depois, segundo Cecconi, quando ele recebeu do técnico Tite - na época treinador do Internacional - livros da sua coleção pessoal e CDs com mapas de calor feitos manualmente por Maurício Dulac - analista que acompanhou Tite até a seleção brasileira. Uma das obras era parte da bibliografia do curso de treinadores da UEFA, traduzido página por página, do italiano para o português, a próprio punho por Tite. “Hoje me comovo ao receber, de vez em quando, recados de amigos no Twitter dizendo que começaram seus estudos pelo blog Preleção. A produção de conhe-

cimento teórico é cada vez mais farta e de fácil acesso. Ganhamos a batalha e a guerra”, conta Cecconi.

O Brasil construiu boa parte da sua história contemporânea como um país vitorioso no futebol, mas demorou para dar importância à forma que se falou sobre futebol, a registrar o esporte por óticas diferentes e, por consequência, a produzir literatura. Ao conduzir as pesquisas para o livro Escola Brasileira de Futebol, que se propõe a contar a história das evoluções táticas do futebol brasileiro, PVC relata que, muitas vezes, chegava em um beco sem saída na história, porque ninguém registrou, ninguém viu e o que se sabe é o que já foi publicado, de alguma forma, por aí. A falta de cultura literária trouxe não só malefícios para o desenvolvimento de ideias de jogo entre técnicos e na criação do que se considerava como estilo de futebol brasileiro, mas também para o imaginário popular e da imprensa, que historicamente demorou muito a se interessar pelo estudo do jogo como conteúdo relevante.

Ainda que a comparação direta com europeus possa soar injusta ao levar em consideração os níveis de analfabetismo e desenvolvimento econômico, existe, na vizinha Argentina, uma relação completamente diferente com a literatura esportiva. Ao contar, no primeiro capítulo, sobre a criação da revista “El Gráfico”, a

primeira exclusivamente focada em esportes, em 1925 - 45 anos antes da Placar, no Brasil - a pauta não é somente sobre desenvolvimento da imprensa, mas também sobre a promoção de uma cultura de ler futebol. “Se você vai para Buenos Aires e entra numa livraria você vai ver que a sessão de esportes é consideravelmente maior e melhor que a nossa. Não é coincidência, eles estão nessa há muito tempo. Se produz mais porque é cultural, é histórico”, revela Bruno Rodrigues, editor de esportes na CNN.

Rodrigues também é editor de livros na Editora Grande Área, um das poucas nos dias atuais que se propõe a contar histórias somente do esporte. Sua atuação se dá, principalmente, na tradução de livros de fora para circulação no mercado brasileiro, como o “Pirâmide Invertida”, considerado a “bíblia da tática”, na qual o britânico Jonathan Wilson refez todo o roteiro histórico da tática no futebol para retratar a sua evolução durante as décadas, ou ainda o livro “Entrelinhas”, do também britânico Michel Cox, que se debruça a contar as inovações táticas e as histórias dos últimos 30 anos de futebol moderno - obras que antes, aventureiros como Cecconi, tinham que importar da Europa e se esforçar para entender todos os termos em outras línguas. Também está presente no catálogo da Editora diversas biografias de técnicos como Pep Guardiola, Carlo Ancelotti, Jurgen

Klopp e Marcelo Bielsa, além de livros com foco em ricas histórias do futebol.



Alguns dos principais lançamentos da Editora Grande Área

Ao longo dos seus 9 anos de história, já tiveram obras que surgiram do zero, de autores nacionais, publicados na Grande Área, como o “Futebol Como Ele É”, do jornalista Rodrigo Capelo, que se propõe a contar a história dos clubes brasileiros em seus meandros políticos e econômicos e o “Forasteiros”, do também jornalista Rodrigo Barneschi, que reúne crônicas, vivências e reflexões de um torcedor visitante em estádios do Brasil e da América do Sul. “É heroico publicar livros no Brasil, ainda mais de temas diferentes como futebol. Hoje esse processo está nas mãos de projetos independentes que suam muito para poder colocar boa literatura no mercado”, conta Rodrigues. A compa-

ração com a Argentina acontece também nesse ponto, uma vez que grupos editoriais gigantes como a Editora Planeta são responsáveis por diversos lançamentos no país. O volume de livros publicados e o investimento envolvido no processo é, segundo Rodrigues, o principal indicador da defasagem brasileira.

A evolução do jornalismo esportivo no Brasil é uma história sobre a diversidade de caminhos escolhidos para cativar a atenção das pessoas através do futebol. As crônicas, os furos de reportagens dos bastidores do esporte, as histórias com personagens de cunho social e cultural, o absurdo e o cômico, no fim, apontam para a mesma necessidade: inovar na pauta no meio jornalístico. Porém, as escolhas feitas durante esse processo, seja por interesses econômicos ou pela maneira de se relacionar como sociedade com o futebol, não contribuíram para que a análise especializada se desenvolvesse e fizesse parte do cotidiano dos jornais e veículos de informação - algo que só ganhou força na última década.

A perda desse caráter jornalístico na área esportiva representa, acima de tudo, uma falha no cumprimento de um dos deveres primordiais do jornalista em ter a capacidade de analisar e apurar a notícia em sua totalidade, para entregá-la ao público. Ele não tem o papel de ensinar futebol - ou qualquer outro esporte - para as pessoas, pois não cabe esse tom pro-

fessoral na profissão, da mesma forma que ele não deveria ser um animador de auditório, estimulando o êxtase ou o ódio. “Existe um meio do caminho. O jornalista é o condutor e o intérprete da notícia, a ponte entre o que aconteceu e quem quer saber o que aconteceu, como informação, como análise e, eventualmente, como opinião - mas aí ela não pode ser dada sem embasamento ou estando balizada no que você acha que as pessoas querem ouvir”, declara PVC.

Eduardo Dias, CEO da Footure, acredita que “você encontra o futebol que você quer”. Se o público se interessa pelo humor e pela resenha futebolística, ele a encontra em programas na TV, rádio e nas mais diversas páginas nas redes sociais. Da mesma forma, se o que atrai a audiência são debates acalorados e polêmicas, existem diversos jornalistas que falam de futebol dessa forma visceral. Agora, se o futebol que você quer ver é abordado através de análises, ciência e dados - a oferta de conteúdo nunca foi tão ampla. A Footure, inclusive, é uma das muitas empresas que se dedicam a fazer jornalismo independente focado em análises aprofundadas nas mais diversas plataformas digitais. Em seu site¹⁰, é possível encontrar matérias sempre com recortes sobre análises táticas de partidas, times e atletas - mesma linha editorial que segue em seu canal do Youtube

¹⁰ site da Footure: <https://footure.com.br/>

e Podcast, contando também com entrevistas a treinadores, membros da comissão técnica ou da diretoria de clubes, com foco em temas pouco debatidos pela imprensa tradicional. “O nosso negócio é levar o futebol a sério. Temos propósito.”, afirma Dias.

A busca por propósito, nesse caso, se refere a elevar o nível de consciência do público a respeito do futebol, o que, na visão de Dias, contribuiria para que o esporte fosse melhor tratado no país. A discussão passa a ser entre o que o público quer ouvir e o que ele deveria - em opiniões adversas - estar ouvindo. “Se o Neymar tem 6 ou 16 carros, me importa muito pouco. Mas posso te afirmar: interessa às pessoas. Elas vão clicar, isso dá click.”, conta Bruno Rodrigues, ainda que, na sua visão, parte do seu papel é tentar fazer a diferença nesse meio, trazendo mais discussões aprofundadas sobre futebol para sua audiência. “Quando a bola rola, a história do jogo está acontecendo ali naquele retângulo verde - e a gente não pode ignorar isso. O campo, muitas vezes, vai te oferecer as melhores explicações sobre o que está acontecendo.”, analisa o editor.

O INFOTENIMENTO

Da década de 70 até meados de 2010, os programas de TV de “mesa redonda” foram considerados os principais espaços de debate esportivo da imprensa brasileira. Conforme exposto

no primeiro capítulo, esse tipo de programa se define pela escolha de um time de comentaristas esportivos com opiniões diametralmente opostas em relação a sua visão de futebol ou time do coração, garantindo a heterogeneidade dos discursos e, conseqüentemente, a audiência, através das discussões acaloradas ao vivo. O comentarista PVC se considera público desse tipo de programa desde os 10 anos de idade e já teve a oportunidade de atuar nesse formato na TV Gazeta, ESPN e Fox Sports. “Se você encontrar pessoas iguais vai ficar chato, pois o que dá gosto e sabor para o programa é justamente ter gente que pensa e se relaciona de forma diferente com a informação. Mas tem que ter informação, não só achismo”, avalia o comentarista.



Discussão acalorada entre os comentaristas Felipe Facincani e Fábio Sormani, que obriga o apresentador Benjamin Beck a levantar da cadeira na tentativa de acalmar os ânimos. Na mesa ainda estão presentes os comentaristas Flávio Gomes, Osvaldo Pascoal e Maurício “Mano” Borges. O programa de debates Fox Sports Rádio foi líder de audiência nas tardes da TV fechada e durou quase 9 anos - de outubro de 2012 a janeiro de 2021.

Quando se refere ao “achismo”, PVC explica sobre o fenômeno, segundo ele, de profissionais da comunicação considerarem que opinião é jornalismo. Na sua visão, existe uma diferença fundamental entre análise e opinião, uma vez que a análise é feita a partir de fatos conhecidos através da informação, apuração e conhecimento, enquanto a opinião se resume a dizer “eu acho”. O segredo para as suas participações em programas de “mesa redonda” não caírem na superficialidade, diz ele, é participar de todas as reuniões de pauta para ter tempo de se aprofundar no que será falado no ar. “Se você fizer um programa de debate cuidando da pauta, a chance dele ter mais informações relevantes do que um telejornal é muito grande”, afirma PVC. Porém, ao longo desses mais de 40 anos, as mesas redondas - que invadiram os mais diversos canais abertos e fechados - ficaram mais conhecidas pela presença de comentaristas que proporcionaram algazarras, brincadeiras e polêmicas do que por raras análises aprofundadas sobre futebol.

Na procura por atingir a população de massa, o uso do humor é indispensável. Em revistas como o Lance! ele aparecia em forma de charges, colunas escritas por humoristas ou comentários inusitados sobre polêmicas do momento. Na era digital e de televisão, a prática de produzir conteúdos que mesclam humor em meio a notícias ficou conhecida como “in-

fotendimento”, um termo que surgiu na década de 1980, mas só se popularizou e ganhou força ao final da década de 1990, quando passou a ser utilizado no meio acadêmico e entre profissionais da comunicação. A ideia de unir a palavra “informação” e “entretenimento” surgiu no contexto de um “ideal moderno do jornalismo”, no intuito de informar a sociedade e, ao mesmo tempo, usar as principais características da cultura de massa: entreter, distrair e divertir.

Em busca de mais engajamento, programas da TV passaram a usar uma linguagem mais informal e substituíram algumas matérias com notícias dos clubes e campeonatos por reportagens sobre fatos inusitados, engraçados, curiosos e nem sempre relacionados às modalidades esportivas propriamente ditas. A preocupação passou a ser primeiro em divertir e, depois, informar. Esse é um fenômeno do meio esportivo que a doutora em comunicação social Mariana Corsetti vai chamar em sua tese de “engraçadismo”¹¹, temendo que essa prática ocasione um distanciamento do jornalismo, ao perder o caráter informativo.

Na Plataforma Think With Google, que fornece análises e insights sobre marketing digi-

¹¹ Tese de pós-graduação, para a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, em 2012, intitulada *Fim da Notícia: o “engraçadismo” no campo do jornalismo esportivo de televisão*.

tal, consta que o futebol é o esporte preferido de 150 milhões de brasileiros e o interesse vai além dos 90 minutos em campo: em horários de jogos ao vivo, 45% das buscas relacionadas a futebol no Google acontecem no momento da partida e 40% continuam depois que elas acabam¹². E não é à toa. O esporte está relacionado a diferentes dimensões da sua vida, como a profissional, a afetiva e a social. Futebol, no Brasil, comumente é o primeiro assunto puxado tanto em uma reunião de negócios como no “bom dia” do porteiro de um edifício. Também está atrelado a socialização, pertencimento, inclusão, lazer e diversão. Dentro desse cenário, é difícil imaginar que um programa esportivo que seja movido única e exclusivamente por análises complexas e reportagens sérias tenha sucesso em alguma grade de conteúdo, ainda mais se for transmitido em um horário de relaxamento da população. O “infotainment” na televisão é visto, principalmente, em programas que passam no horário do almoço, como o Globo Esporte, da TV Globo e o Jogo Aberto, da Band - mas nem sempre foi assim.

Em janeiro de 2009, o jornalista Tiago Leifert iniciou uma revolução no Globo Esporte que mais tarde seria reverberada em diversos programas pelo Brasil. Na grade da Globo des-

¹² Dados retirados do site Think With Google: brasileiros-esporte-tendencias-consumo

de 1978 e marcado por um jornalismo mais sério como qualquer programa da emissora, o Globo Esporte é considerado o telejornal esportivo mais assistido do país. Porém, nesse período, vinha sofrendo com uma queda de audiência e aderência com o público mais jovem, o que levou seus diretores a darem uma chance ao inovador projeto de Leifert na filial de São Paulo. Sua proposta incluía mudanças no cenário, com a retirada da bancada típica de telejornais e na criação de um set mais amplo, onde o apresentador ficaria de pé e teria mais liberdade e fluidez para se movimentar, além de alterações no vestuário com a adição de roupas mais casuais como camisetas, calças jeans e tênis. Leifert também insistiu na retirada do teleprompter, para que houvesse mais naturalidade na fala do apresentador e na entrada de matérias envolvendo videogames, resultando em um programa com clima mais jovem e divertido. O infotenimento foi sua principal aposta para voltar a atrair o público, adicionando uma linguagem mais descontraída e reduzindo o espaço das reportagens para colocar mais quadros de humor no programa, mesmo ainda seguindo muitos dos protocolos da TV tradicional.



Léo Batista (rosto do Globo Esporte desde a sua criação, em 1978) apresenta a edição de 15 de julho de 2005, cobrindo a conquista da Libertadores pelo São Paulo. O ritmo e o vocabulário do programa se assemelhava aos telejornais da época, com o apresentador estático em frente a um chroma key, lendo as chamadas das matérias em um teleprompter.



Tiago Leifert comentando em tom de brincadeira sobre a matéria "A mancada do quero-quero", que contava sobre os quero-queros que roubaram a cena da partida entre Ponte Preta e Grêmio Prudente, em 14 de março de 2011. O clima, de um modo geral, era muito mais descontraído.

A mudança foi considerada um sucesso, saindo dos 11 pontos de audiência em 2008, para 14 pontos de audiência no primeiro ano sob o comando de Tiago Leifert. Em média, um ponto de audiência representa 268 mil domicílios, com mais de 700 mil pessoas assistindo TV. Ou seja, 3 pontos de crescimento é considerado um grande impacto. Não à toa, esse processo resultou em uma transformação geral da cobertura esportiva da Globo, incluindo traços da chamada “Leifertização” no programa dominical Esporte Espetacular, na introdução dos “cavalinhos” na reprodução dos gols da rodada de fim de semana do futebol brasileiro no Fantástico, entre outras aplicações.



Os “cavalinhos do Fantástico” foram uma criação do apresentador Tadeu Schmidt em 2008 para ilustrar como os clubes Flamengo, Cruzeiro e Grêmio largaram na frente no campeonato brasileiro daquele ano, fazendo a comparação com uma corrida de cavalos. Sua primeira aparição foi apenas em imagem, mas, com o sucesso, eles se tornaram uma animação no ano seguinte - com cada clube ganhando seu cavalinho - e “ganharam vida” através de fantoches a partir de 2014.

Ao mesmo tempo que as decisões da direção da Globo abriram as portas para muitos profissionais que compartilhavam da mesma visão que Tiago Leifert para o esporte, também atraíram a sua cota de críticos que consideraram apelativas as interferências humorísticas nos noticiários esportivos. Em entrevista ao programa Voz Ativa, Juca Kfourri condenou que o jornalismo esportivo sofre, com a “Leifertização”, uma briga para ver quem é mais engraçadinho. “Não podemos eliminar o que há de sério no esporte”, afirmou o jornalista. Três dias depois dessa entrevista, o jornalista Lucas Strabko, conhecido como “Cartolouco”, declarou em seu Instagram que se orgulha de fazer parte da “Leifertização” - o que ele definiu como sendo uma maneira mais leve de se fazer jornalismo. “Esporte é alegria e diversão - também política. Há um milhão de maneiras de contar a mesma história, e não me envergonho de propor coisas e situações diferentes”, declarou Strabko.

Apesar das discussões acerca desse novo modelo terem chegado ao ponto de invadir debates acadêmicos sobre comunicação e jornalismo no século 21, as mudanças propostas por Leifert nada mais representam do que um degrau a mais dentro de um processo que se iniciou muito antes, conforme apresentado no capítulo anterior. O jornalismo esportivo vem se tornando mais informal há muitas décadas, agregando mais elementos conforme as modi-

ficações de formato e tecnologia foram ocorrendo.

Em um contexto semelhante, nasceu em fevereiro de 2007, o programa o Jogo Aberto, na Band, sendo pioneiro ao ter a primeira apresentadora de um programa esportivo, a jornalista Renata Fan. Junto a um time de comentaristas, o programa se divide entre informação e debate, mas sempre recheado de humor e brincadeiras entre o elenco, que muitas vezes costuma pregar pegadinhas um ao outro, criando a imagem de um grupo de amigos - com a intenção clara de se afastar da qualquer clima de seriedade. O Jogo Aberto é transmitido simultaneamente na TV aberta e no Youtube, podendo ser assistido também de maneira gravada na plataforma digital - um recurso que se tornou comum em diversos outros programas atualmente.



Os comentaristas Ronaldo Giovanelli e João Pedro Sgarbi pagam a aposta que fizeram no programa a respeito do clássico entre Corinthians e São Paulo e se vestem de Batman e Robin. Na imagem, ainda estão a apresentadora Renata Fan e os comentaristas Denilson "Show" Araujo, Francisco "Chico" Garcia e Ulisses Costa.

Na sequência, a Band exhibe outro programa esportivo de notoriedade nacional: “Os Donos da Bola”, criado em 2012 e intitulado como “o programa de debates do mundo do futebol mais bem-humorado da televisão”. Como o próprio slogan já promete, a seriedade nas temáticas não é um caminho a ser seguido. Aliás, o seu apresentador - o ex-jogador Neto, chamado pelos fãs de “Craque Neto” - é conhecido justamente pelas brincadeiras com os comentaristas e convidados do elenco, por se desviar constantemente dos temas futebolísticos para falar de assuntos pessoais e, principalmente, por perder a linha ao vivo ao criticar algum jogador ou técnico - ainda mais se envolver o Corinthians, o seu time do coração. Esses episódios já renderam ao Neto três processos judiciais movidos pelos treinadores de futebol: Adenor Bacchi “Tite”, Jorge Sampaoli e Abel Ferreira. “Adoro pagar processos onde eu consigo falar aquilo que eu queria, não importa quanto seja o valor”, admitiu o apresentador em seu programa. No caso mais famoso, envolvendo o Tite, Neto foi condenado por injúria após xingar repetidas vezes, ao vivo, o então técnico da seleção brasileira após a eliminação na Copa do Mundo de 2022. Nenhum dos casos, entretanto, afetou significativamente a audiência do programa, pois é justamente a personalidade irreverente do apresentador que fideliza o público.



Craque Neto apresenta a edição do programa de 1 de março de 2023 vestindo de “sogra do técnico Vitor Pereira”. O treinador português havia anunciado a sua saída do Corinthians alegando problemas familiares, mas semanas depois foi contratado pelo Flamengo, gerando revolta nos torcedores e no apresentador.

Seguindo a mesma lógica de capitalizar em cima de uma personalidade irreverente, mas, dessa vez, longe de qualquer processo judicial, está a emissora online chamada CazéTV, criada pela empresa LiveMode em parceria com o maior streamer de esportes do mundo, Casimiro Miguel. Antes de se tornar um fenômeno absoluto da internet em 2021 com suas lives na plataforma Twitch, Casimiro começou a sua trajetória profissional na emissora Esporte Interativo, com quadros voltados para o humor no canal de Youtube da empresa, chamado De Sola. Foi assim que ele conheceu Edgar Diniz e Sergio Lopez, fundadores do Esporte Interativo e, posteriormente, da LiveMode, em 2017.

A CazéTV surgiu após uma brecha na renegociação de contrato da Globo com a Fifa, envolvendo os direitos de transmissão da Copa do Mundo de 2022. No novo acordo, a Globo abriu mão da exclusividade de transmissão nas mídias digitais e ninguém chegou a comprar esses direitos em um primeiro momento, pela dificuldade em competir em audiência com a maior emissora do Brasil. Foi assim que a Fifa e a LiveMode decidiram montar um plano de transmissões no Youtube, unindo o poder de influência e a irreverência de Casimiro Miguel, para criar um produto completamente diferente. “Conhecemos o ‘Cazé’ há mais de oito anos e acompanhamos toda a sua história e evolução. Agora, sonhamos juntos em revolucionar as transmissões de futebol”, disse na época um dos sócios da LiveMode, Maurício Portela.



O narrador Luis Felipe Freitas e os comentaristas Casimiro Miguel e Guilherme Beltrão comemoram o gol do Brasil durante a transmissão da Copa do Mundo de 2022. Além do vocabulário descontraído, cheio de gírias e brincadeiras, a CazéTV também ficou marcada nas transmissões por adicionar uma câmera que filmava a reação dos integrantes da bancada a cada gol da partida - formato inspirado nas lives da Twitch.

A transmissão da Copa do Mundo de 2022 na CazéTV bateu três vezes o recorde de live mais assistida da história do Youtube, com 5,2 milhões visualizações simultâneas na vitória do Brasil por 4 a 1 em cima da Coréia do Sul, nas quartas de final. As inovações, entretanto, foram muito além do formato. Além do Casimiro Miguel comandando os comentários, a emissora contou com nomes de peso como o narrador Luis Felipe Freitas e muitos comunicadores nativos da internet como o streamer Guilherme Beltrão e o humorista Diogo Defante, que viralizou a cada entrada ao vivo como o correspondente internacional direto do Catar. Em um dos seus momentos mais famosos, Defante apareceu dentro da mansão de um sheik árabe acariciando um filhote de leão, na mesma pegada dos vídeos que ele produzia para o quadro “Repórter Doidão” do seu próprio canal no Youtube. Episódios como esse mostram muito do tom irreverente que a emissora se propôs a trazer, com uma linguagem toda voltada para a internet e para a geração mais jovem, muitas brincadeiras ao vivo e influenciadores digitais em papéis que antes eram exclusividade de jornalistas.



Diogo Defante, o “Repórter Doidão” acariciando filhote de leão em mansão de sheik árabe, durante sua entrada ao vivo na Copa do Mundo de 2022, no Catar.

A mescla da importância secular da TV com novos formatos e linguagens do digital é, segundo a LiveMode, o novo cenário da mídia que ela busca trabalhar. “Clubes, federações e ligas precisam de novas estratégias para esse novo mundo, enquanto marcas buscam formas eficazes de se conectar com o esporte”, afirma a empresa em seu perfil do LinkedIn. O sucesso da parceria com a Fifa na Copa do Mundo de 2022, renderam outros grandes acordos, como com o Comitê Olímpico Internacional (COI) para a transmissão das Olimpíadas de Paris 2024, com a União das Associações Europeias de Futebol (UEFA) para a transmissão da Eurocopa de 2024 e com o streaming Prime Video, para transmissões simultâneas dessas competições com o Youtube. Ao longo desses

dois anos de empresa, a CazéTV se tornou o maior canal brasileiro de esportes no Youtube e gerou um êxodo de grandes profissionais que antes estavam em emissoras tradicionais como as repórteres Fernanda Gentil e Isabela Pagliari, além do narrador Rômulo Mendonça. Ambos se destacaram ao terem mais liberdade criativa para expor suas personalidades, misturando informação com entretenimento e, muitas vezes, quebrando o que seriam considerados protocolos da TV tradicional.

Apesar do impacto, os números da CazéTV, nesse momento, ainda não chegam ao alcance que uma TV Globo consegue com suas transmissões. Porém, ao ofertar na Copa do Mundo uma transmissão com Galvão Bueno na TV aberta, Luiz Carlos Jr. ou Milton Leite no Sportv e Tiago Leifert no Globoplay e ainda serem vistos 5,2 milhões de pessoas acompanhando simultaneamente no Youtube da CazéTV, é inegável que muitos gostaram do novo formato de conteúdo. A realidade é que o trabalho das transmissões na internet é atingir a um público que a mídia tradicional já não é capaz de alcançar - e chama a atenção que o principal motor para buscar essa conexão sempre é o humor. Ao se manter atenta em todas as tendências da internet e buscar formas de agregá-las em sua grade de conteúdo, a CazéTV também realizou, em 2024, a contratação do comentarista Rafael Oliveira, conhecido por análises táticas aprofundadas no seu canal de Youtube. Ainda

que, em proporção, tenha pouco espaço para a profundidade em meio a condução das transmissões, já é o indicativo da tendência que se iniciou na última década.



CAPÍTULO 03

ESTUDO DE CASO

Em janeiro de 2020, saí de Cuiabá, Mato Grosso, para desembarcar na pacata cidade de Larned - com seus menos de 4 mil habitantes - no estado americano do Kansas, para começar o meu programa de intercâmbio. Ficaria nos Estados Unidos o ano todo, concluindo o que valeria como o terceiro ano do ensino médio no Brasil. Ter a oportunidade de estudar fora foi uma tradição iniciada na minha família pela minha mãe com “a cara e a coragem” na década de 1980. Em meio a adaptação a cidade, a família que me recebeu e todas as gigantescas mudanças na minha rotina, comecei a utilizar o meu tempo consideravelmente maior sozinho para refletir sobre a grande questão que rondava aquele momento da minha vida: o que eu vou ser quando crescer?



Primeiro dia "conhecendo a neve" e fazendo um boneco com ela, no inverso de Larned, Kansas.

Seja em almoços de família ou qualquer mínimo contato com um adulto que ficasse sabendo que eu estava concluindo o ensino médio, essa pergunta voltava à tona - e eu nunca sabia o que responder. Existia, no fundo, uma fantasia na minha cabeça em trabalhar, de alguma forma, envolvido com o futebol. Nenhum outro assunto era mais protagonista na minha vida. Era o que ocupava as minhas tardes e noites depois da escola, intercalando minuciosamente os estudos para não perder jogos da Champions League e ter mais tempo para jogar FIFA no videogame. Após os simulados, que eram todo sábado de manhã, a rotina era sempre a mesma: futsal na quadra da escola e voltar para casa acompanhando todos os resul-

tados, escalações e detalhes de jogos das rodadas de campeonatos europeus. Perder um jogo do Flamengo, meu time do coração, era uma heresia da pior espécie.

Por ter sido minimamente aplicado nos estudos da escola, a recomendação – que soava como ordem – do meu avô, o chefe da família, era muito clara: medicina ou direito. E é claro que, nos momentos de solidude em Larned, gastei boas horas pesquisando tudo sobre medicina esportiva e direito desportivo. A ideia não era de todo mal. Mas logo veio a pandemia e, de volta para o Brasil, as preocupações passaram a ser outras.

No final daquele mesmo ano, nas vésperas do Enem e dos vestibulares, descobri através de sessões de orientação profissional com uma psicóloga que eu tinha uma certa vocação para a área da comunicação. Aquilo ecoou na minha cabeça por algumas semanas.

O que mais me encantava ao acompanhar campeonatos europeus de futebol era o fato de, naquelas transmissões em canais fechados como a ESPN e o Esporte Interativo, diferentemente das do futebol brasileiro na TV aberta, existirem alguns comentaristas como o Bruno Formiga, Vitor Sergio Rodrigues e Mario Marra, que falavam de futebol de uma forma muito mais profunda e interessante, automaticamente me transportando, ao falar de tática, para

um mundo inexplorado dentro do esporte que eu mais amo. Olhando para trás, percebo que reproduzia muito desses discursos na roda de amigos sem nem me dar conta e era até requisitado pelos colegas de sala para puxar assunto de futebol com o professor de matemática e gastar 15 ou 20 minutos da aula em discussões profundas até que ele se desse conta que precisava iniciar o conteúdo para a prova.

Começou, aos poucos, a surgir na minha cabeça um ideal de me tornar os jornalistas esportivos que tanto admirava, não só pela profissão, não só pelo futebol, mas para gerar nas pessoas a mesma sensação que eles geraram em mim. Um ideal de fazer parte de uma corrente que quer mostrar para os brasileiros que existe muito mais dentro do esporte que mais amam e que esse é, aliás, o verdadeiro futebol que foi mascarado durante todos esses anos. Provar que existe uma forma cativante de fazer análises profundas e, realmente, justas, com o intuito de te fazer enxergar o futebol com outros olhos. Esse é o propósito que coloquei diante de mim há 4 anos e que me guia em todo novo projeto que inicio.

O primeiro passo, mais óbvio, foi entrar em uma faculdade de jornalismo. O destino (lê-se: vestibular) me levou a PUC-SP e logo me mudei para a capital paulista, onde poderia morar com meu irmão mais velho, Túlio, e meu afilhado Spike - um vira-lata caramelo

de 5 anos. Quando contei meus planos a ele (o meu irmão, não o cachorro) sua recomendação imediata foi: começar a produzir conteúdo na internet. O que resultou em um “não” subsequente, só de pensar em toda a exposição. Mas ele sabia do que estava falando, já tinha estudado bastante sobre marketing digital por ter um e-commerce de moda, a Cinq Galerie, e sabia do potencial das redes sociais. Encarei a situação como um desafio necessário para tentar me destacar e, conseqüentemente, abrir oportunidades de estágio em redações esportivas durante a faculdade. Na época, o objetivo era traçar um caminho até as cabines de transmissão e os programas de futebol, seja o que fosse necessário.



Aula prática de telejornalismo no estúdio da PUC-SP.

Já conhecia e acompanhava algumas páginas de futebol no Instagram, no Youtube e no TikTok - a rede que era a sensação do momento. Todas elas, porém, à exemplo do que se via nos novos programas esportivos, tinham forte pegada no infotimento - com até mais entretenimento do que informação, para falar a verdade. A liberdade da internet potencializou o que era chamado de “futebol resenha”, o futebol com muita brincadeira e zoação. Não me lembro de acompanhar alguma página que se dedicava a análises especializadas, apesar de descobrir posteriormente que elas já existiam. O que eu via em minha frente era um mar azul de possibilidades para fazer diferente.

A primeira mudança foi produzir conteúdo no meu perfil pessoal no Instagram (tiago.herani), ao invés de inventar um nome genérico de página de futebol. Já havia uma tendência na internet de criar marcas pessoais e de humanizar o conteúdo nas redes, dando rosto, nome e personalidade para os criadores, a fim de gerar mais conexão com a sua audiência. A exposição seria muito maior, mas como eu já tinha mudado meu foco, entendi a importância desse processo para alcançar meus objetivos e decidi entrar com os dois pés na porta e começar mesmo com muito medo e vergonha.

O único problema era que eu ainda não sentia muita confiança para falar de tática. Passei praticamente 2021 inteiro falando de curiosidades, notícias e produzindo vídeos sem muita identidade e, no fundo, sem muito coração também, pois não cumpria o propósito que me levou até ali. Eu estava, na verdade, tentando copiar os formatos que via na internet, enquanto ainda tentava me encontrar nesse meio. Escutei na faculdade que para um jornalista falar 10 ele precisa saber 100, e sempre que sentir que ficará na beira do seu limite de conhecimento, ele precisa ir além. Eu precisava aprender mais. E como Eduardo Cecconi disse no capítulo anterior, já vivemos uma era na qual há muitas possibilidades de acessar esse tipo de conhecimento no Brasil. Minha janela de oportunidade foi um curso livre online lançado pelo Bruno Formiga, o mesmo comentarista que me inspirou a seguir esse caminho. Ali comecei a construir minha base teórica. Aprendi sobre os conceitos e princípios táticos do futebol e logo descobri que o conhecimento que eu tinha antes apenas arranhava a superfície de tudo que há para saber sobre análise tática. Li um e-book do Cecconi, os livros Pirâmide Invertida e Entrelinhas comprados na Editora Grande Área e comecei a caçar artigos científicos na internet para aprimorar meus estudos. O questionamento que pairava sobre mim era: se hoje já existem todas essas possibilidades, por que os jornalistas não vão atrás e se con-

tentam apenas com o senso comum para fazer seu trabalho?

Nesse mesmo período criei o primeiro grande quadro do meu perfil, o “Tática em Imin”. Sua ideia surgiu em um dia completamente ordinário no qual, pulando de vídeo em vídeo no TikTok, me deparei com um de um jornalista que explicava como funcionava um roteiro de cinema, de forma técnica, mas também cativante - na qual eu, com zero interesse prévio nessa área, assisti o vídeo até o final sem perceber. Nessa hora tive um estalo: e se eu fizer a mesma coisa para o futebol, explicando como as coisas funcionam através da tática? É difícil afirmar que fui o precursor de alguma coisa, pois na vastidão da internet é muito difícil ter certeza sobre quem fez primeiro. O que eu sei é que, na época, a concepção de um vídeo curto mostrando lances de um jogo e explicando-os taticamente era algo que eu, ao menos, nunca tinha visto.

No dia 13 de outubro de 2021, postei o primeiro “Tática em Imin”, que explicava com ajuda da tática o que significava o popular termo “retranqueiro” no futebol e se isso era, realmente, algo ruim ou não. O engajamento ficou bem próximo dos vídeos anteriores, na casa das 7 mil visualizações - na época, por ser o início do formato “Reels” de vídeos curtos no Instagram, a entrega era consideravelmente maior que nos dias de hoje, ainda mais levando em

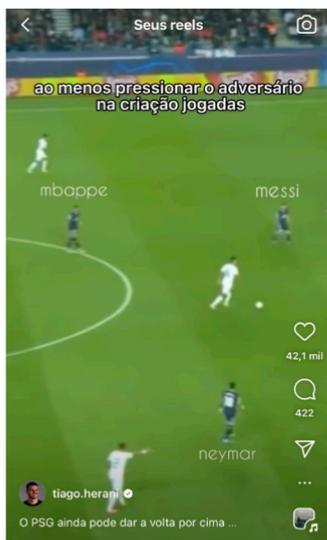
consideração que na data da postagem meu perfil tinha cerca de 900 seguidores. Fazendo uma “correção monetária”, os 7 mil seriam o equivalente a 2 mil visualizações atualmente. Fato é que eu estava em um contexto completamente diferente, pois aquilo era original, havia saído 100% de um devaneio meu e, ainda por cima, cumpria o meu propósito inicial. A sensação foi de vitória absoluta e de que existia algo ali que valia a pena ser explorado.



Trecho do primeiro Tática em 1 min do perfil, intitulado “O que significa ser retranqueiro”.

No segundo, experimentando um pouco mais o que aquele quadro poderia ser, o en-

gajamento foi ligeiramente maior, mas a explosão veio mesmo com o terceiro vídeo, no qual eu explicava - com base novamente em princípios táticos - porque o ataque formado por Messi, Mbappé e Neymar no Paris Saint Germain não estava funcionando. Me lembro de ficar extasiado vendo a barra de notificações do Instagram borbulhando. Foram 340 mil visualizações ao todo, algo absolutamente estratosférico para aquele período. Nunca foi sobre os números, sobre o engajamento ou sobre a “fama”, mas sobre ver que o audacioso plano daquele garoto de 17 anos que sonhava em trabalhar com futebol estava, de alguma forma, se concretizando. Ver que eu estava contribuindo positivamente para melhorar a relação das pessoas com o futebol, trazendo para a internet os conteúdos profundos que eu clamava pela existência aos montes na televisão.



Trecho do terceiro Tática em 1 min, intitulado “Por que

o PSG ainda não engrenou?”.

A partir daí, bater a barreira das 100 mil visualizações passou a ser mais comum, chegando a 3 milhões em um vídeo postado dia 27 de abril de 2022 sobre os conceitos táticos por trás do gol mais rápido da história das semifinais da Champions League, marcado pelo Manchester City. “Nesse dia você me mostrou que não havia nada de sorte naquele gol, mas sim um pensamento, um plano de jogo e um padrão que se repetia por trás de tudo. A partir daí, deixei de ser apenas um apaixonado por futebol e passei a ser um torcedor que tem consciência sobre tudo que acontece em campo. Você mudou o meu modo de acompanhar a minha própria paixão”, relatou Marcos Silva, seguidor que conheceu a página por causa desse conteúdo.

Diferentemente de vídeos que viralizam por polêmicas, cenas engraçadas ou algum tipo de entretenimento, o meu conteúdo alcança esses números ao realizar uma espécie de descoberta em cima de um fato conhecido. E o roteiro desse vídeo seguiu muito bem essa linha de raciocínio:

“O De Bruyne marcou o gol mais rápido da história das semifinais de Champions League, mas você sabe

qual foi a estratégia do Guardiola para marcar logo aos 93 segundos de jogo? Esse é o quadro tática em imin.

O recorde foi quebrado usando dois conceitos do jogo de posição do Guardiola: a superioridade numérica e a amplitude. A amplitude é a distância entre os pontas da equipe e a lógica é: quando mais aberto meus jogadores estiverem, mais espaço eu vou gerar para a infiltração dos meias por dentro - e se eu ataco com 5 jogadores enquanto meu adversário se defende com 4, fica ainda mais fácil de gerar esses buracos.

Perceba que, no lance do gol, o Foden não sai correndo para a pequena área, ele fica parado e mantém a sua posição, aumentando a amplitude do time. Isso faz com que o Carvalho fique mais próximo a ele, abrindo um buraco na defesa do Madrid, por onde o De Bruyne infiltra e marca o gol. Jogos de alto nível são sempre decididos no detalhe”.



Trecho do primeiro conteúdo que ultrapassou a marca de milhão de visualizações, o Tática em 1min intitulado “Como o City marcou um gol em 93s de jogo?”.

Após um ano de experimentações, testes e praticamente nenhum resultado significativo no digital, ganhando seguidores de migalhas em migalhas, eu encontrei nesse quadro a virada de chave do meu projeto. Poucos meses depois comecei a me ver com 10, 15 mil seguidores e a primeira mudança concreta que eu vi foram as brincadeiras com fundo de verdade que alguns colegas de sala faziam sobre ser “blogueirinho” serem rapidamente trocadas por comentários como “me dá uma dica sobre gravar vídeos, por favor!”. E a verdade é que, nessa altura do campeonato, eu já teria mui-

tas dicas para dar, pois passei também a estudar sobre marketing digital e produção de conteúdo com o objetivo de entender mais a fundo como aquele universo digital funcionava e poder, assim, alcançar ainda mais pessoas.

Descobri que o meu diferencial não era o meu conhecimento, mas sim a forma que eu conseguia envelopar esse conhecimento dentro de um produto que seja atrativo para muitas pessoas, com uma linguagem acessível, uma pitada de entretenimento e foco na construção de pequenas histórias – quem é do meio sabe: é muito fácil se empolgar na tática e tornar o conteúdo denso e complexo demais para ser consumido pela grande maioria. Mas ainda que as análises sejam o carro-chefe do perfil, nunca deixei de me posicionar sobre casos que envolvem preconceito, causas sociais ou questões extracampo que quase nunca entram em pauta, pois tudo, no final, engloba a nova forma de enxergar o futebol que eu tento trazer para os seguidores.

Nesse jogo onde o engajamento é rei, não demorou muito para eu perceber que tinha uma arma poderosa – e perigosa – nas mãos: as polêmicas. Eu poderia gastar horas pensando na melhor introdução, na forma mais simples de explicar os termos táticos ou na piadinha ou gracinha perfeita para colocar em certo trecho do vídeo – mas nada geraria mais engajamento

recorrente do que usar o sensacionalismo para falar de um assunto polêmico ou deliberadamente polemizar um tema em alta. Era, no fundo, excitar o êxtase e o ódio como o animador de auditório que o PVC descreveu no capítulo anterior. Se todo mundo estava criticando o técnico do Flamengo, por exemplo, eu poderia simplesmente surfar nessa onda com um texto ou vídeo disfarçado de análise falando não o que eu estudava, mas o que eu sabia que as pessoas estavam ardentes por ler e ouvir, pois nenhum sentimento as motiva mais a curtir, comentar e compartilhar o conteúdo do que a raiva. Obviamente, não é o jornalismo que eu acredito. Mas estando agora na pele de quem toma essas decisões editoriais, eu passei a entender - que é não é o mesmo que concordar - por uma perspectiva completamente diferente o porquê de fazerem isso, a entender o que realmente leva comentaristas a serem sensacionalistas e promoverem uma cultura de ódio em torno do futebol e o quanto fácil é se perder na busca por mais audiência. Nunca fugi de assuntos polêmicos, mas sempre me posicionei com base no que estudo, independente do fato de gerar aprovação ou não da maior parte do público.

Nesse quesito, a Copa do Mundo de 2022 foi um grande laboratório para mim. As aulas da faculdade naquele semestre já haviam acabado e eu poderia mergulhar inteiramente na cobertura da Copa pelo meu Instagram - que na época

ca tinha cerca de 50 mil seguidores. Até hoje, foi o período que eu trabalhei de forma mais intensa. Dormia pouco e passava o dia todo, sem distrações, assistindo e reassistindo jogos, fazendo análises para vídeos, textos e preparando lives. Foi uma sensação muito diferente perceber que todo mundo, independente de gostar de futebol ou não, estaria minimamente interessado em ouvir o que eu tinha para falar. Afinal de contas, nada mobiliza mais o Brasil do que uma Copa do Mundo, uma vez que as opiniões sobre a seleção brasileira - à exemplo do que aconteceu após o 7XI - não ficam restritas ao futebol e têm o costume de serem uma avaliação geral da cultura brasileira, do nosso modo de viver e pensar o mundo. Ou seja, também se tornam terreno fértil para polêmicas e exageros.



Live pré-jogo da estreia do Brasil contra a Sérvia na Copa do Mundo de 2022, feita em parceria com o Vynicius Valença da página @ogolzinhofechado e Caique Telles da página @lendojogo.

Apesar da seleção brasileira ter sido a primeira a se classificar para a Copa, com uma campanha impecável nas eliminatórias e chegando a conquistar uma Copa América durante essa preparação, ela ainda não tinha caído no gosto popular. A memória das eliminações recentes nas últimas edições da Copa do Mundo instaurava um clima de pessimismo, enquanto o próprio estilo de jogo do técnico Tite, que prezava por um controle maior da partida em detrimento da liberdade de movimentação e de improviso, ia contra o que muitos julgavam ser o DNA do futebol brasileiro. No final das contas, fazer uma avaliação do desempenho da equipe isenta desses dois critérios subjetivos tinha um grande potencial para gerar polêmicas e recebi muitas críticas (e muitos elogios também) nos conteúdos produzidos na véspera do torneio. Quando a Copa começou, o bom desempenho do Brasil aliviou um pouco o teor dos comentários, mas a eliminação para uma seleção europeia nas quartas de final, repetindo o roteiro da última edição, foi a gota d'água para a insatisfação popular - e um choque muito grande para mim.

A tristeza com o resultado se juntou ao medo da rejeição, por ter exposto, em várias oportunidades, os diversos critérios técnicos, táticos e racionais que faziam da seleção brasileira uma das grandes favoritas para vencer a competição. E ela, de fato, teve um bom desempenho. Mas como explicar, diante de uma cultu-

ra tão imediatista, que é possível chegar mais vezes na área adversária, criar mais chances de gol, finalizar mais e ter mais posse de bola que o adversário, mas tomar o gol de empate há 4 minutos do fim da partida na única finalização em gol da Croácia no jogo? É o eterno dilema entre o desempenho e o resultado no futebol. A tática é pensada para traçar um caminho para a vitória, mas nada torna possível garantir o resultado. Afinal de contas, o futebol é um esporte praticado por seres humanos que erram, hesitam, se cansam e se machucam e, por isso, nunca dará para remover um certo grau de imprevisibilidade do jogo. Sempre fui contra análises passionais, nas quais a emoção do torcedor que existe por trás do jornalista ecoa nos seus comentários. Defendo que não só é possível, como é necessário ter uma visão mais racional da situação para ter a capacidade de separar o que foi bom do que foi ruim - e não só tornar tudo uma interminável sequência de críticas e ataques. Não saber onde estão os reais problemas é o que atrasa e impede a evolução - e isso vale para qualquer área da vida. Mas confesso que, naquele dia, nunca senti tanta pressão para não expor o lado racional.

Saí do bar que estava vendo o jogo com os meus amigos e cheguei em casa, cabisbaixo, por volta das 15h. Uma hora depois começou

a partida entre Argentina e Holanda, mas não tive cabeça para assistir o jogo. Fiquei, até umas 21h, sem fazer absolutamente nada. Olhava para as paredes e para o horizonte, pensando no que eu ia falar na internet, no que eu ia responder para quem discordasse ou me atacasse. Não chegava a uma resposta. Às 22h tive coragem de começar um vídeo, mas dessa vez decidi que seria um vídeo longo, de cerca de 12min, onde eu iria expor, sem edição, sem roteiro preparado e sem técnica de retenção de audiência, a minha visão sobre a eliminação para quem estivesse disposto a ouvir. Entre erros de gravação e edições, o vídeo foi postado oficialmente 1h da manhã. Contrariando as expectativas, o engajamento foi bom e, o mais surpreendente, a maior parte da recepção também. Foram cerca de 119 comentários e, pelo menos a metade deles eram de pessoas que agradeciam por trazer luz e com profundidade em cima de questões que a causaram tantas dúvidas depois do resultado. “Te sigo pela sensatez. Muito obrigado por mais essa análise”, comentou na postagem o seguidor Wesley Borges. Indo mais além, Matheus Haas disse ainda que meu vídeo colocou um “curativo no coração do torcedor”.



Trecho do vídeo de análise da eliminação do Brasil na Copa do Mundo de 2022.

Naquele dia eu aprendi uma lição valiosa: o verdadeiro papel do jornalista é trazer embasamento para avaliar o passado e o presente da forma mais justa possível, mas sem responsabilidade nenhuma de prever o futuro. Aprendi que eu não preciso mascarar nenhuma análise por receio do resultado das partidas e, muito menos, esperar as coisas acontecerem para oportunamente fingir que já sabia de tudo – nesse meio é o que chamamos de ser “engenheiro de obra-pronta”, aquele que espera a conclusão da obra para descaradamente buscar os méritos do que foi feito.

Me manter fiel a esses princípios foi o que garantiu a confiança de quem me conheceu durante essa jornada. “Antes eu só acompa-

nhava futebol nas grandes emissoras e ficava indignado com os comentários rasos sobre o meu time. Depois que conheci sua página, fiquei aliviado por saber que existem jornalista que enxergam o futebol de forma racional. Seu trabalho ainda vai mudar a forma que o Brasil enxerga esse jogo”, declarou Caio Brito, seguidor do Instagram. Matheus Curcio, que acompanha o meu trabalho há quase dois anos, descreveu o perfil como sendo um “porto seguro” no meio dos comentários futebolísticos por usar dados e conceitos nas análises e me manter longe do sensacionalismo. Já Lucas Zueli relata que enxerga uma diferença clara entre os meus conteúdos e o que ele consumia na mídia tradicional: “nela não temos nada de concreto e, na maioria das vezes, o comentário é apenas um palpite do jornalista, como se ele fosse qualquer outro telespectador”, concluiu.

O recorde de visualização do perfil pertence hoje a um vídeo postado no dia 7 de novembro de 2023, explicando as táticas usadas pelo técnico Xabi Alonso no Bayer Leverkusen - o time que era a sensação daquela temporada europeia. O vídeo chegou à marca de 3,6 milhões de visualizações, trazendo sozinho 25 mil novas pessoas para o perfil e sendo fundamental para bater a marca de 100 mil seguidores, pouco depois naquele mesmo ano.

‘O Bayer Leverkusen joga o melhor futebol da Europa’, mas o que Xabi Alonso tem feito para eles serem líderes invictos da Bundesliga com uma média de 3 gols por jogo? Esse aqui é o quadro Tática em imin.

O Bayer é um time com um projeto esportivo bem sólido e focado em jovens jogadores. É o ambiente perfeito para o Xabi ter o seu primeiro trabalho como treinador, chamando atenção não só por sua liderança, mas por princípios táticos bem interessantes.

O sistema é o 3-4-2-1, com Grimaldo e Frimpong dando amplitude pelos lados e o jovem Wirtz se encontrando por dentro com o Hofmann. É um time que tem bastante paciência na saída de bola, até o momento de achar o ‘passe de ruptura’ – esse aí que quebra as linhas de marcação do adversário. A partir daí, o ataque se torna bem mais rápido e vertical, utilizando muitos passes de primeira e infiltrações dos homens de frente.

Perceba como o Hofmann já busca o passe mais vertical, ao mesmo tempo que o Boniface começa a atacar as costas da defesa antes mesmo do Wirtz receber a bola – o que demonstra que é uma jogada treinada pelo time.

Chegando na linha de fundo não são de ficar fazendo chuveirinho na área, preferem buscar um passe mais consciente e resolver a jogada em espaço curto. Já na defesa, são um time camaleão: se o adversário ataca mais por dentro, povoam esse setor em um 5-2-3; mas se atacam mais pelos lados, mudam o sistema para o 4-4-2.

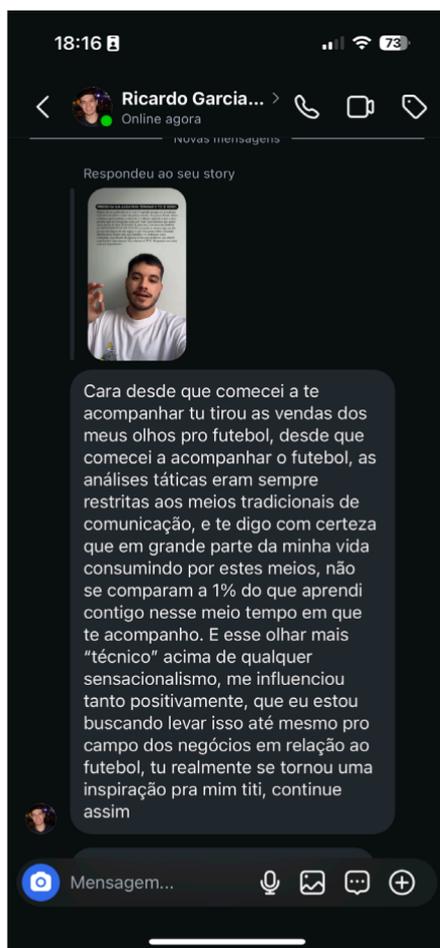
Xabi parece ser mais um dos meio-campistas que consegue ter uma visão absurda dentro e fora de campo. Só não esquece de me seguir e comentar aqui embaixo se você concorda ou não com a frase... [e aí o vídeo retorna ao início, formando um looping].



Trecho do Tática em 1 min que bateu recorde de visualização, intitulado “Como joga o Bayer Leverkusen de Xabi Alonso?”.

O engajamento é, indiscutivelmente, a prova cabal de que eu não sou o único chato que quer ver futebol de forma mais profunda. Talvez, eu seja apenas o que teve a ideia de mostrar para outras pessoas que aquilo, na verdade, não era chato, e que poderia ser interessante, divertido, cativante e até lucrativo. “Você me ajudou a ver as coisas de forma menos passional, sem perder a magia do futebol. Pelo contrário: consegui me sentir mais conectada ao esporte”, declarou a seguidora Ligia de Toledo. Na mesma linha, Ricardo Garcia afirma que acompanhar o meu trabalho tirou as vendas dos seus olhos para o futebol. “Consumindo as mídias tradicionais a vida toda não aprendi 1% sobre o

jogo em comparação ao que descobri desde que conheci o seu perfil”, relata Garcia.



Print do depoimento de Ricardo Garcia.

Adquirir mais conhecimento sobre futebol é um hábito que já exercito há muitos anos e, para mim, sempre significou ter mais indepen-

dência e liberdade para julgar o que acontece dentro do esporte, para saber onde estão os erros e os acertos por conta própria. Porém, produzindo conteúdo, tenho me surpreendido cada vez mais como esse processo tem alcançado significados e objetivos diferentes para as pessoas. Bruno Grüninger, por exemplo, havia deixado o interesse pelo futebol de lado desde o nascimento do filho, mas relatou que, após me assistir discutindo clichês do senso comum e trazendo profundidade no debate, teve o seu amor pelo futebol reacendido, dando a ele não só vontade de assistir, mas de estudar e entender mais sobre o jogo. Já para Isaac Melo, descobrir como as táticas funcionam ajudou-o a ter prazer novamente em jogar futebol. “A obesidade que tive durante a maior parte da minha vida tornava a minha paixão por praticar o esporte algo doloroso. Eu tinha vontade de jogar, mas eram sempre experiências ruins. Graças a você, passei a entender mais como o futebol funciona e melhorar muito meu desempenho dentro de campo. Hoje posso ter prazer em algo que antes era traumático”, relatou Melo.

O que consegue ser ainda mais especial para mim é quando descubro que o meu trabalho conseguiu, de alguma forma, inspirar outros jovens a seguir a carreira de jornalista esportivo. Savio Leite, por exemplo, queria ser jogador de futebol quando criança, mas à medida que foi crescendo e se afastando desse sonho, pas-

sou a procurar diferentes formas de continuar relacionado com o esporte na vida profissional. Ao conhecer e acompanhar o meu trabalho, passou a se inspirar em mim e na maneira que eu falo sobre futebol. “Dá para ver que você trabalha com o que ama e eu quero que vejam essa mesma paixão em mim”, declarou Leite, que hoje cria conteúdo sobre futebol na internet e pretende entrar em uma faculdade de jornalismo em breve. Alan Cruz, por outro lado, nunca se imaginou fazendo um curso superior, mas decidiu se inscrever em jornalismo em uma prova da Unesp e se aventurar nessa profissão por se inspirar no meu trabalho. “Não sei o que o futuro me reserva, mas, se eu me tornar um jornalista esportivo, terei um grande exemplo a seguir”, afirmou Cruz. Ao ler declarações como essas, me transporto automaticamente para 2020, quando me espelhei nos profissionais que via nas transmissões da Champions League para traçar o meu caminho e propósito.

Ainda que tenha muito a ser desbravado, depoimentos como esse trazem uma sensação de dever cumprido e representam também a mudança de patamar do projeto, que começou apenas como uma forma de conseguir um estágio e se tornou, após esses 4 anos, em uma empresa referência na área que alcança uma média de 2 milhões de contas por mês – ocupando, inclusive, o posto de experiência profissional obrigatória exigida pela faculdade.

Essa mudança de objetivo foi concebida após a Copa do Mundo de 2022, que me ajudou a perceber o quanto eu gosto de trabalhar com a internet, tanto pela liberdade criativa para produzir o conteúdo que eu acredito, quanto por poder impactar na vida das pessoas de forma mais rápida do que se eu escolhesse os meios tradicionais.



Ensaio fotográfico para campanha publicitária da Atrax Casual Club, loja que vende camisas de futebol originais de época.

A partir daí, o engajamento e a autoridade¹³ criada foram refletidos na publicidade de produtos e serviços de empresas ligadas ao mundo esporte e do futebol, como a Adidas, GO3, Hype Energy, PlaySafe, Editora Grande Área, Atrox Casual Club, entre outras. Tornando possível que hoje eu possa me manter financeiramente apenas com o digital. Os resultados também abriram portas para projetos como com a Sport Locker Brasil para apresentar um programa no seu canal de Youtube no final de 2023, com a CazéTV para fazer parte da cobertura do Paulistão 2024 através de vídeos in loco com credencial de imprensa e com o Lance! para cobertura do Brasileirão e Copa do Brasil 2024 pelo Instagram. Entender que o projeto agora se trata de uma empresa também foi fundamental para decidir que a maior parte da renda das parceiras fosse investida na criação de uma pequena equipe que hoje conta com um editor de vídeos e um social media – tudo para que o trabalho possa ser maximizado. E pensar que, no começo, a maior dúvida era se mais alguém iria ligar para análises profundas de futebol.

¹³ Termo muito usado no meio digital no sentido de produzir conteúdo e fazer um trabalho que gere confiança no público que te acompanha e, conseqüentemente, poder de influência sobre elas - que é o que as marcas procuram.



Guia do Mundial de Clubes 2023 postado no canal da Sport Locker no Youtube.



Dia que pude cobrir São Paulo x Palmeiras, pelo Paulistão 2024, com credencial de imprensa através da minha página.

A realidade é que não só ligam, como, à medida que conhecem esse mundo, se interessam cada vez mais por aprender sobre tática para melhorar as suas experiências como fãs, jogadores, jornalistas ou criadores - o que levou a criação da mentoria Método Especialista de Futebol em janeiro de 2024, um curso online feito por mim que se propõe a ensinar da forma mais prática possível tudo que eu tive que aprender para “atravessar a matrix” e começar a assistir futebol com outros olhos. Thiago Mariz é médico oncologista e entrou na mentoria pois, mesmo sendo apaixonado pelo esporte, sempre sentiu que existia uma grande parte do espetáculo que ele não conseguia experienciar por falta de conhecimento. Assim, não entendia de fato o que o técnico estava pensando, qual a lógica por trás das movimentações dos jogadores e diversos detalhes que o incomodavam. “Hoje todos na minha roda de amigos param para ouvir as minhas explicações e me sinto muito mais conectado com aquilo que eu amo”, afirmou Mariz. A primeira turma contou com 26 alunos e me levou a uma experiência completamente diferente como, realmente, um professor formando pessoas que mudarão as suas formas de consumir futebol. Um conteúdo bem mais denso e complexo e que, portanto, necessitou de ainda mais esforços para torná-lo igualmente cativante e interessante. Os feedbacks recebidos, no entanto, me mostram que ainda existe um mar azul de produtos digitais para serem explorados nessa área.



Trecho da aula 3 da mentoria Método Especialista de Futebol, que abordava conceitos táticos do jogo.

EPÍLOGO

O jornalismo esportivo brasileiro merece ser elogiado por ter um caráter tão divertido, leve, que costumeiramente quebra padrões tradicionais e possui uma variedade tão grande de enfoques e pontos de vista. Isso tudo traz audiência e faz parte da maneira brasileira de consumir futebol, é inegável.

Mas dentro deste livro, procurei expor uma realidade: não é só disso que o futebol é feito e não é só isso que o povo quer consumir. A falta, historicamente, de debates táticos na mídia propiciou uma sociedade com um nível baixo de consciência sobre o futebol e prejudicou o próprio desenvolvimento dele. É, no final das contas, uma falha no cumprimento de um dos deveres primordiais do jornalista: ter a capacidade de analisar e apurar a notícia em sua to-

talidade para entregá-la ao público. O público acostumou-se a receber palpites e não análises, mas eles e o futebol merecem mais.

Falar de tática não deve ser complexo, mas-sante ou excludente, pelo contrário, pode e precisa ser cativante e interessante para o maior número de pessoas. Existe muita gente que quer mudar essa realidade. O meu projeto pessoal é apenas um galho de uma árvore muito maior - e que pode dar muitos frutos se for bem cuidada.



*Trabalho de Conclusão do Curso
de Jornalismo da PUC-SP
com orientação do professor Fábio Cypriano.*

REFERÊNCIAS

André Mendes Capraro. “Mário Filho, o ‘inventor’ do jornalismo esportivo especializado?”. CEPELS/Núcleo Futebol e Sociedade - UFPR, 2011

Plínio José Labriola de Campos Negreiros. “Futebol nos anos 1930 e 1940: construindo a identidade nacional”. História: Questões & Debates, Curitiba, n. 39, p. 121-151, 2003, Editora UFPR

Thiago Aragão Ascher e Heloísa Helena Baldy dos Reis. “Os supostos espaços de discussão futebolística na televisão: as mesas redondas”. Unicamp, Faculdade de Educação, FAJ, 2008

Michelli Cristina de Andrade Gonçalves e Vera Regina Toledo Camargo. “A memória da

imprensa esportiva no Brasil: a história (re) contada através da literatura”. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2004.

Arlei Sander Damo. “A magia da seleção”. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, Campinas, v. 28, n. I, p. 73-90, 2006.

João Gerber e Wilson Brasilio. “O futebol é o ópio do povo?”. UFPR, 2010.

Paulo Vinicius Coelho. “O Jornalismo Esportivo”. Editora Contexto, 2003.

Ruy Castro. “À Sombra Das Chuteiras Imortais: Crônicas de Nelson Rodrigues”. Companhia das Letras, 1993.

Jonathan Wilson. “A Pirâmide Invertida”. Editora Grande Área, 2013.

Michael Cox. “Entrelinhas”, Editora Grande Área, 2022.

Manuel Castells. “A Sociedade em rede”, Paz e Terra, 1999.

Naiara Longhi. “Sensacionalismo e Jornalismo Popular: um estudo de caso”. Universidade Federal de Santa Maria, 2005

Mariana Corsetti. “Fim da Notícia: o “engraçadismo” no campo do jornalismo esportivo de televisão. PUCRS, 2012.

Liliane Mariana de Oliveira Silva. “Infoteni-mento no telejornalismo no cenário da convergência midiática”. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2014.

Darcy Ribeiro. “O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil”, Editora Global, 1995.

entrevista-exclusiva-com-eduardo.html
quem-somos

uma-decada-de-analise-tatica

brasil-alemanha-7-1-copa-do-mundo
BfoqDZkHBh5

o-conceito-de-hard-news-e-seus-reflexos-pa-
ra-a-selecao-de-pautas

5-motivos-que-fizeram-da-cazetv-o-maior-ca-
nal-de-esportes-do-yt-no-brasil.htm

craque-neto-explica-como-pagou-sampaoli-
apos-perder-processo-na-justica

abel-ferreira-desiste-da-ideia-de-processar-ne-
to-apos-fala-polemica-na-band.htm

neto-faz-acordo-com-tite-e-pagara-indeniza-
cao-para-encerrar-acao-na-justica.ghtml

tiago-leifert-uma-revolucao-no-jornalismo-es-
portivo-da-rede-globo-ab528ebebc7c

brasileiros-esporte-tendencias-consumo

bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf

do-amadorismo-a-profissionalizacao-de-
-1930-ate-hoje

cem-anos-do-radio-no-brasil-relacao-histori-
ca-entre-radio-e-esporte

icone-fashion-vocẽ-sabia-o-porque-do-corte-
-cascão-de-ronaldo-fenomeno.html

quem-foi-mario-filho-que-da-nome-ao-mara-
cana-e-pode-ser-trocado-por-pele.htm

sobre-as-mesas-redondas-de-futebol

grande-resenha-facit-4952

como-a-tv-evoluiu-no-brasil-nos-ultimos-
-50-anos-e-o-que-vem-pela-frente-ckzr67evs-
0o0fo15pkeeobrn8.html

negros-formaram-ligas-de-futebol-informais-
-no-inicio-do-seculo-xx

10925 - O futebol e o sublim em Nelson Rodrigues

thomaz-mazzoni-5089

O que Moneyball representa para o esporte em geral e o que ele significa para o beisebol de hoje

lance-anos-pelo-esporte.html

morre-fernanda-viel-pioneira-na-cronica-esportiva-com-personagem-mary-fury.htm

olho-no-lance-o-velho-jornal-quer-renascer-como-empresa-tech