

ARTHUR SALES



## Até onde o entretenimento vai levar o esporte?

CULTURA DA IMPRENSA BRASILEIRA OFERECE APENAS O FUTEBOL MASCULINO



Arthur Sales é mestrando do programa de pós-graduação em Ciências da Motricidade/Unesp Rio Claro e idelizador do site <www.industriadebase.com>

Há algumas semanas estava passeando pelos canais de esporte da TV fechada quando um material de divulgação da Bundesliga – campeonato alemão de futebol masculino – me chamou a atenção. A produção, que deve ter periodicidade quinzenal, ou mensal, mostrava como funcionava o treinamento de goleiros de um clube do país, abordando de maneira clara os objetivos de cada exercício. Apesar do jeito simples, a complexidade do que estava sendo mostrado atingia níveis que, salvo raríssimas exceções, não conseguimos encontrar no que é feito pela TV, ou grande mídia, no Brasil.

Ver uma liga europeia tomando minutos do espaço da programação daqui para divulgar tão bem seu campeonato dói e provavelmente ajudou a inspirar também outro texto que publiquei recentemente aqui no IB – Brasil, eterna colônia, que, baseado em um relatório da FIFA, mostra como os portugueses vêm reeditando a dinâmica de mercado dos tem-

pos coloniais agora com jogadores brasileiros. Ter, não apenas os jogos, mas também conteúdo extra, que repercute e contextualiza as competições de lá, nas programações das televisões brasileiras é outro sintoma da mesma (re)colonização.

É sintoma também da cultura monoesportiva da imprensa brasileira, que oferece ao seu público apenas o futebol masculino de grandes clubes, nacionais ou europeus. Ao invés de investir na promoção de outras modalidades e de conteúdos mais aprofundados, os veículos escolhem o caminho mais cômodo de reproduzir o suposto gosto popular e lotar as grades de programação com futebol, polêmica e sensacionalismo, 24 horas por dia. O público, pela falta de opções, segue não tendo olhos para outra coisa que não o futebol apresentado pela mídia. Ao contrário dos mil bate-bolas e linhas de passe da ESPN ou da nova grade do SPORTV que promete mais(!) polêmicas,


uma programação ideal deveria ser mais diversificada, contextualizada e aprofundada. Infelizmente, o exemplo que mais se aproxima dessas características é justamente aquele que está vendendo o peixe de fora.

O que foi falado até agora poderia ter sido publicado hoje, há algumas semanas, ou daqui a alguns anos, provavelmente tudo vai estar na mesma. O gancho para publicar nesta sexta vem da frase “evento esportivo não é lugar de manifestação política”. O que chama atenção aqui não é o conteúdo absurdo, já rebatido por muita gente nos últimos dias, mas por ter sido proferida por um dos grandes responsáveis por diminuir drasticamente o nível do debate da mídia esportiva. Tiago Leifert com certeza não é burro ou ingênuo, como defenderam alguns, é muito competente no que faz e por conta disso construiu uma carreira sólida no jornalismo. O ex-apresentador do Globoesporte São Paulo se propôs a revolucionar o formato do jornalismo esportivo e o fez, sua fala é extremamente alinhada com suas ações. O problema é que graças a seu trabalho o que impera hoje é a gracinha, o apresentador palhaço, o erro de arbitragem, a mãe do goleiro, a “vida

desregada” do jogador, assuntos que mantêm as discussões em patamares tão baixos quanto o possível. Entender o jogo, explicar o que re-

**TIAGO LEIFERT COM CERTEZA NÃO É BURRO OU INGÊNUO, COMO DEFENDERAM ALGUNS**

almente aconteceu no campo, extrapolar para o entorno, inclusive para a política, esquece. Tiago Leifert fez da cobertura esportiva puro entretenimento, com isso, as chances de uma cobertura que propõe reflexão, contextualiza e humaniza o esporte, ao invés de apenas espetacularizá-lo, ganhar terreno só diminuí.

Não que o cenário antes fosse propício para essa evolução. Mauro Betti, ao estudar o jornalismo esportivo brasileiro da década de 1990 já havia identificado na época um jornalismo da criação de polêmicas, da monocultura do futebol masculino e da superficialidade, que ainda hoje se fazem presentes. Tiago Leifert só “ajudou a atrapalhar”. Quando atingiu seus objetivos pulou fora e foi trabalhar com “entretimento”... 

### Referências

*Sobre a televisão*, 1997. Pierre Bourdieu.

*A janela de vidro: esporte, televisão e Educação Física*, 1997. Mauro Betti.

*Esporte na mídia ou esporte da mídia?* 2001. Mauro Betti.

*Propaganda e consciência popular*. Tradução: Desireé Motta Roth, 2003. Noam Chomsky.