

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Felipe Albernaz de Carvalho

AS DIFERENÇAS DE TRANSMISSÃO DE UMA
PARTIDA DE FUTEBOL EM TV ABERTA E EM TV POR
ASSINATURA

Passo Fundo

2014

Felipe Albernaz de Carvalho

**AS DIFERENÇAS DE TRANSMISSÃO DE UMA
PARTIDA DE FUTEBOL EM TV ABERTA E EM TV
POR ASSINATURA**

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação do prof. Fábio Luís Rockembach.

Passo Fundo

2014

Dedico este trabalho a toda a minha família e aos meus amigos que estiveram presentes na minha vida, durante os últimos quatro anos. A todos aqueles que acreditaram em mim, e que de alguma forma me ajudaram nesse período em que estive cursando jornalismo.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais que sempre acataram as minhas escolhas durante toda a minha vida, inclusive quando decidi que seria jornalista. Eles são o esteio da minha vida, e pude vivenciar desde a minha infância a luta diária deles para dar uma condição de vida digna para mim e para meu irmão. Além disso, o grande sonho deles era ver seus filhos formados em uma faculdade. Como filho mais velho, tenho a honra de buscar a graduação em uma universidade, e a certeza de que a busca por conhecimento não para por aqui. Eles me ensinaram os valores que um homem precisa prezar, para que se tenha caráter e personalidade para buscar os seus ideais. Portanto, agradeço todo dia por estarem presentes em minha vida, obrigado pai e mãe. Garanto que a busca por aquilo que almejo não acaba aqui. O primeiro passo está sendo concluído, porém, ainda resta um longo caminho a ser percorrido. Os valores que vocês me ensinaram durante o decorrer da minha vida, servirão como combustível para que eu continue lutando em busca dos meus objetivos.

Aos meus amigos que estiveram presentes em toda a minha vida, mas principalmente aqueles que viveram ao meu lado nos últimos quatro anos, e que sempre me estenderam a mão quando precisei. Aos amigos que fiz na faculdade, e que certamente levarei pra sempre em meu coração, lembrando dos momentos de alegria, que foram muitos, e dos momentos de tristeza, que foram escassos.

Aos professores do Curso de Jornalismo da Universidade de Passo Fundo, os quais sempre buscaram o melhor nas aulas, para formar jornalistas capacitados e que deixarão as suas marcas de forma positiva por onde passarem, levando em consideração os ensinamentos e lições que foram disseminadas nas aulas. Gostaria de agradecer de uma forma especial o professor Fábio Luís Rockembach, orientador que norteou a elaboração deste trabalho.

Aos colegas de trabalho da prefeitura municipal de Tio Hugo, onde iniciei a minha jornada atuando como estagiário, no setor de comunicação. Os quais sempre me auxiliaram quando precisei de ajuda. Quero agradecer a todos os que confiam e torcem por mim, muito obrigado por fazerem parte do meu mundo!

RESUMO

O trabalho pretende verificar se existem diferenças na transmissão de partidas de futebol em TV aberta e em TV por assinatura. Para tanto a pesquisa aplica uma análise de conteúdo a um jogo entre Sport Club Corinthians Paulista e Chelsea Football Club, válido pela final do campeonato Mundial Interclubes do ano de 2012. Para melhor entender e compreender as variáveis envolvidas no objeto de estudo, realiza-se um conciso histórico sobre a história das transmissões esportivas no Brasil, iniciadas no rádio, bem como a história da TV aberta e TV por assinatura no país, trazendo dados e estatísticas que demonstrem o alcance da TV aberta e da TV por assinatura em todo o território nacional. A partir da base conceitual adquirida, o trabalho apresenta uma análise que verifica o ritmo de narração, equipes de transmissão, comentários e chamadas publicitárias, que comprova a existência de diferenças marcantes entre duas transmissões, derivados principalmente, entre outros fatores constatados, da composição diferente no público espectador de cada um dos tipos de TV envolvidos. Portanto, por se tratar de duas perspectivas de televisão diferentes, uma com grande audiência e outra com público mais limitado, existem diferenças nas transmissões de uma partida de futebol, que serão analisadas e apontadas no trabalho.

Palavras chave: Jornalismo Esportivo, Narração, Televisão e Futebol.

ABSTRACT

The study aimed to assess whether there are differences in the transmission of football matches on TV and opened in pay TV. For this research applies a content analysis of a game between Sport Club Corinthians Paulista and Chelsea Football Club, valid for the World Club Championship final of 2012. To better understand and comprehend the variables involved in the object of study, carried out a historical concise about the history of televised sports in Brazil, initiated on the radio, as well as the history of broadcast television and pay TV in the country, bringing data and statistics showing the extent of open TV and cable TV throughout the territory National. From the acquired conceptual basis, the paper presents an analysis which verifies the pace of narration, teams transmission, reviews and advertising calls, which proves the existence of significant differences between two transmissions, derived mainly observed among other factors, the different composition spectator in the audience of each TV types involved. Therefore, for the case of two modes of different TV, one with a large audience and one with more limited audience, there are differences that will be analyzed and identified in the.

Keywords: Sports Journalism, Storytelling, Television and Football.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Hábito de assistir TV no Brasil	14
FIGURA 2: Penetração da TV por Assinatura por classes.....	18
FIGURA 3: Chamada publicitária canto esquerdo superior da tela.....	45

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Tempo consumido por cara narrador; comentários e narração.....	49
TABELA 2: Variáveis que mostram as diferenças nas transmissões em números.....	50

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1. TV ABERTA E TV POR ASSINATURA DUAS HISTÓRIAS DISTINTAS.....	9
1.1 Aspectos quantitativos: O crescimento da televisão aberta no Brasil	12
1.2 Década de 90, surge a TV por assinatura	14
1.3 O Crescimento da TV por assinatura em números	16
1.4 Século XXI – As classes C e D continuam sendo minoria entre os assinantes de TV a cabo.....	17
2. A HISTÓRIA DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS E O INÍCIO DA IMPRENSA ESPORTIVA NO BRASIL	20
2.1 Narradores, as grandes estrelas da transmissão	25
2.2 - Surge a primeira rádio completamente esportiva e as equipes de transmissão	26
2.3 Apesar dos problemas técnicos, as transmissões continuavam em constante crescimento	27
2.4 - Década de 50: a televisão surge no Brasil, e com ela a primeira transmissão esportiva em TV28	
2.5 – O rádio ainda soberano nas transmissões ao vivo	30
2.6 – 1970: iniciam os avanços nas transmissões esportivas	32
2.7 – As transmissões de jogos de futebol se tornam verdadeiros espetáculos	33
3. METODOLOGIA.....	36
3.1 As variáveis de análise	37
3.2 Análise de conteúdo quantitativa	38
3.3 Objeto de estudo.....	39
3.3.1 As equipes de transmissão.....	39
3.3.2 Rede Globo.....	40
3.3.3 SporTV	40
3.3.4 Narradores	41
4. ANÁLISE DAS TRANSMISSÕES	43
4.1 Ritmo.....	43
4.2 Chamadas publicitárias	44
4.3 Formação da equipe de transmissão	45

4.4 Tempo de narração	46
4.5 Análise das diferenças constatadas nas transmissões	49
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	52
REFERENCIAS	54

INTRODUÇÃO

A transmissão de uma partida de futebol envolve vários aspectos. Desde o deslocamento de repórteres, comentaristas, narradores, equipe técnica e todos os equipamentos necessários para que o jogo seja transmitido. Os narradores são considerados os “âncoras” das transmissões de jogos de futebol, e são conhecidos como “vendedores de histórias”.

Obviamente, a conduta e desenvoltura dos narradores, comentaristas e repórteres não são padronizadas. Portanto, cada um possui peculiaridades e ferramentas que tentam de alguma forma prender a atenção dos telespectadores.

O futebol se tornou um negócio, onde emissoras de televisão investem “pesado” para adquirir os direitos de transmissão de partidas de futebol de diversos torneios. A televisão a cabo (TV por assinatura) está em ascensão no Brasil. De acordo com dados da ANATEL¹ – Agência Nacional de Telecomunicações - A cada 100 domicílios no país, 28,05 contam com o serviço de TV por assinatura. O Brasil fechou o mês de fevereiro de 2014 com 18,26 milhões de assinantes de TV a cabo. Por outro lado, de acordo com ANATEL, a televisão aberta atinge 190 milhões de pessoas em todo o Brasil, mais de 90% da população nacional.

O objetivo principal deste trabalho é apurar se existem diferenças na transmissão de uma mesma partida de futebol, transmitida em TV aberta e em TV por assinatura. Outro objetivo é conhecer a história das transmissões esportivas no Brasil, sendo possível apreciar melhor a história da imprensa esportiva no Brasil, fomentando o interesse pelo jornalismo esportivo.

O jogo escolhido para ser analisado é a final do Campeonato Mundial de Clubes, realizado em dezembro de 2012, entre a equipe brasileira do Sport Club Corinthians Paulista e o Chelsea Football Club, equipe de Londres, na Inglaterra. Esta partida foi transmitida em rede nacional pela emissora de TV Aberta, Rede Globo de Televisão e pela emissora de TV por assinatura, SporTV. A escolha por essa partida remete a grande repercussão que ela teve, uma vez que o Corinthians possui uma das maiores torcidas do futebol Brasileiro. O jogo transmitido pela Rede Globo e pelo SporTV na íntegra e sem cortes foi obtido através de *download* da internet.²

¹ <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=33184> Acessado em 18/04/2014

² <http://www.youtube.com/watch?v=0cyBeYGe8FM> Corinthians x Chelsea – Transmissão Rede Globo, acessado em 08/03/2014

Serão analisadas variáveis como o tempo consumido pelos narradores, para narrar o jogo em si, bem como, o tempo utilizado por eles para tecer comentários. Também será analisado o número de chamadas publicitárias durante a partida. Além disso, será realizada uma pesquisa bibliográfica em livros e artigos, que darão o suporte teórico a esse trabalho de análise de conteúdo.

Este trabalho será dividido em 4 capítulos. O primeiro relembrando o surgimento e a consolidação da televisão aberta e da TV por assinatura no Brasil, com material bibliográfico obtido em sites e arquivos em PDF, além de obras de autores brasileiros. O segundo capítulo relembrando as transmissões de futebol, desde o rádio até a ascensão da transmissão esportiva na televisão, levantamento que teve o aporte bibliográfico obtido através de obras de autores brasileiros especialistas no jornalismo esportivo. O terceiro capítulo trazendo a metodologia do trabalho, quais os métodos que serão utilizados na análise, uma vez que será realizada uma análise de conteúdo amparada no livro *Análise de Conteúdo* de Bardin (2011). O último e quarto capítulo, será constituído pela análise das duas partidas que foram escolhidas para compor esse trabalho.

1. TV ABERTA E TV POR ASSINATURA DUAS HISTÓRIAS DISTINTAS

A televisão surgiu com a perspectiva de mudar o universo das comunicações no Brasil. Em uma época que o rádio era o veículo de comunicação com maior incidência no território nacional, a prosperidade da TV era considerada uma utopia. Mesmo diante de um cenário de incertezas, no dia 18 de setembro de 1950, Assis Chateaubriand³ inaugurou em São Paulo a TV Tupi, a primeira emissora de televisão brasileira. Chatô como era conhecido na época, foi visionário, e ao lançar a emissora garantiu que um dia a televisão iria superar o rádio e os jornais, se tornando o veículo de comunicação mais rico e potente do país, como destaca Ribeiro (2007, p. 136).

Mattos (1990, p. 6) ressalta que no início a televisão se amparou no rádio para prosperar. A programação era semelhante a do rádio, e era constituída somente por noticiários e programas informativos, tudo ao vivo, pois na época ainda não existia o recurso de *video tape*. Além disso, os apresentadores de programas televisivos eram profissionais oriundos das rádios paulistanas. Durante a programação, as notícias e os fatos importantes eram lidos no ar por um apresentador. Resumidamente a televisão em seu início era uma espécie de rádio, onde a única diferença era que a imagem do comunicador aparecia para o espectador

A programação era bastante limitada, e o alcance da TV era restrito. Nos primeiros meses de atividade, a TV Tupi atingia pouquíssimas pessoas. Conforme Ribeiro (2007, p. 135), no ano de 1950, existiam apenas 200 televisores no Brasil. Mesmo com pouca demanda, Chateaubriand não hesitou em gastar cerca de 5 milhões de dólares para viabilizar a Tupi em São Paulo. No ano seguinte, o empresário investiu pesado novamente, convicto que os seus constantes investimentos resultariam em um excelente retorno, e no dia 20 de janeiro de 1951 foi lançada a TV Tupi Rio de Janeiro. Apesar do alto custo para implantar uma emissora de televisão, nos anos seguintes diversas concorrentes da emissora de Chateaubriand surgiram.

Em 1951 surge a TV Paulista, precursora da TV Globo, na sequência em 1953 entra

³ Assis Chateaubriand conhecido popularmente como “Chatô”, nasceu em 1882 na cidade de Umbuzeiro no estado da Paraíba. Chateaubriand é considerado um dos maiores empresários das comunicações surgido no Brasil. Chatô era proprietário do “Diários Associados”, grupo de comunicação que era constituído por 34 jornais, 36 emissoras de rádio, 10 revistas infantis, uma editora, e a revista “O Cruzeiro”, que era a revista mais vendida no Brasil nas décadas de 40 e 50. O empresário foi responsável pela primeira emissora de televisão a se instalar no Brasil, a TV Tupi, nascida em 1950 em São Paulo, consultar Ribeiro (2007)

no ar em São Paulo a TV Record, do também empresário do ramo da comunicação, Paulo Machado Carvalho. Em 1955 surge aliada a TV Record a TV Rio do Rio de Janeiro, que entrara no ar para fazer concorrência com a Tupi de Chateaubriand. Assim as televisões foram se alastrando inicialmente por Rio de Janeiro e São Paulo. Quatro anos se passaram e o surgimento de emissoras de TV teve uma queda acentuada, até que em 1959 surge a TV Continental no Rio de Janeiro, abrindo as portas para novas emissoras que viriam nos anos seguintes.

De acordo com Matheus (2014, p. 2) no ano de 1959 a televisão passou a se massificar, atingindo uma camada maior da população. Os televisores se alastravam rapidamente pelas grandes cidades brasileiras. Além disso, a indústria televisiva se estabeleceu como negócio, uma vez que as emissoras passaram a celebrar contratos de publicidade com empresas nacionais e internacionais. Esse fato aumentou o poderio financeiro das emissoras de televisão, que passaram a investir em melhorias na programação para levar um conteúdo de qualidade aos telespectadores. Ribeiro (2007, p. 180) disserta que no ano de 1960 surgiu a TV Excelsior em São Paulo. A política desta emissora era voltada para o lucro, a qual inovou na forma de programação, sendo a primeira emissora brasileira a utilizar-se do recurso de *video tape*. O uso do VT possibilitou a reprodução de novelas diárias, além da implantação de uma estratégia de programação horizontal. A veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana criou nos telespectadores o hábito de assistir televisão rotineiramente, prendendo a sua atenção. A partir deste passo, foram criadas as telenovelas, as minisséries e os programas de entretenimento gravados em estúdio. Em menos de dois anos, a TV Excelsior já se instala no Rio de Janeiro, e assim como em São Paulo, também se tornou líder de audiência. No entanto, em 1964 após o golpe militar, a maioria das emissoras de televisão passaram por momentos de turbulência financeira.

A crise financeira e a tensão política que acometia o Brasil também afetava a mídia. Mesmo lutando bravamente, muitas emissoras de televisão tiveram que fechar as portas. Em 1965 a TV Paulista foi a primeira a anunciar que encerraria as suas atividades, contudo, o poderoso empresário do mundo das comunicações, Roberto Marinho, adquiriu a Paulista criando a Rede Globo de Televisão, que anos depois se tornaria a emissora de televisão mais assistida pelos brasileiros.

Em 1966 a TV Excelsior mergulhou em uma crise financeira sem fim. Com o início do governo militar a tolerância com os veículos de comunicação era pequena. A Excelsior que possuía um padrão de operação com custos altos, viu a sua arrecadação cair de forma drástica.

Além disso, outros fatores internos movidos pela falta de dinheiro resultaram no encerramento das atividades da líder de audiência no Brasil, no ano de 1970.

A crise no governo refletia-se diretamente nas redações de jornais, rádios e televisão. A poderosa TV Excelsior, que voava alto no mercado das comunicações teve fim melancólico. Dois anos após o golpe, o controle acionário do grupo já pertencia ao grupo Folha da Manhã. Mário Wallace Simonsen, proprietário da empresa, suicidou-se em Paris, em 1965. No dia 30 de setembro de 1970, a Excelsior fechou as portas. (RIBEIRO, 2007, p. 192)

Leal (2009, p. 6) explica que após a crise econômica e política, estancada em 1971, o Brasil passou a se recuperar financeiramente em diferentes esferas. Foi a partir deste ano que o governo da época passou a incentivar a produção televisiva no país. Além disso, o governo passou a investir em tecnologia, como a instalação de mais antenas de transmissão de sinal, equipamentos e cabos, com intuito de melhorar a qualidade das transmissões.

As emissoras possuíam o apoio total do Governo Militar no início do ano de 1971, no entanto, a programação que ia ao ar deveria contar com a aprovação do Ministério das Telecomunicações. Portanto, podemos concluir que o sistema funcionava como uma troca de favores. O governo apoiava e incentivava as emissoras de televisão, e em troca elas auxiliariam na construção de uma imagem positiva do regime militar, sobretudo porque a imprensa brasileira ainda vivia sobre regime de censura.

A ditadura militar contribuiu para o impulso no desenvolvimento da TV no Brasil, ao criar vários órgãos estatais que lidavam com a produção cultural, ao formular leis e decretos, ao congelar as taxas dos serviços de telecomunicação, ao dar isenção das taxas de importação para compra de equipamento, ao proporcionar uma construção de uma estrutura nacional de telecomunicações em redes e ao fazer uma política de crédito facilitado. (LEAL, 2009, p. 8).

Mattos (1990, p. 20) disserta que no período de 1971 já existiam no Brasil cerca de 20 emissoras de televisão, entre emissoras grandes como a Globo, e emissoras afiliadas. No ano de 1981, ano do surgimento da emissora SBT em São Paulo, o Brasil já possuía 47 emissoras, deixando claro que o incentivo dado pelo governo em meados de 1971 havia

gerado resultados. Com o passar do tempo o leque de emissoras que entraram no ar no Brasil só aumentou, e se tornou ainda maior com a chegada da TV por assinatura surgida no início da década de 1990, e consolidada a partir dos anos 2000.

1.1 Aspectos quantitativos: O crescimento da televisão aberta no Brasil

A partir de 1971 a venda de televisores no Brasil aumentava ano a ano, assim como o interesse da população, em acompanhar os noticiários diários pela televisão. Mattos (1990, p. 11) ressalta que o crescimento no número de aparelhos de TV no Brasil foi considerável, saltando de 200 em setembro de 1950, para 30 milhões de televisores em 1990. Desde o surgimento do *video tape* no ano de 1960, as emissoras de televisão passaram a investir no entretenimento como elemento fundamental para atrair a audiência.

No entanto, mesmo com o crescimento no número de televisores espalhados pelo Brasil, existia um problema. Assistir televisão era uma atividade presente no cotidiano da população que vivia nos grandes núcleos urbanos. Na área rural e em cidades pequenas, distantes das capitais, o sinal ainda não chegava. Mesmo assim, a venda de televisores no país continuou crescendo, e a televisão se fixando cada vez mais nos lares brasileiros, visto que no fim de 1966 já existiam no Brasil 3 milhões e 200 mil aparelhos de televisores, conforme (Mattos, 1990, p. 11). No ano de 1970 a televisão passou a custar menos, sendo fabricada em longa escala. Esse fato teve grande influência no universo das emissoras de televisão, contribuindo para ampliar o mercado e atrair cada vez mais os investimentos publicitários.

Leal (2009, p. 11) afirma que a partir de 1972 a televisão passou a se massificar, uma vez que neste ano a televisão estava presente em cerca de 6 milhões de lares brasileiros. Percebe-se que a televisão já era uma realidade na vida dos brasileiros, é por isso que o período do início de 1970 até o ano de 1975 ficou conhecido como a fase populista da televisão no Brasil.

No período de 1976 a 1985 o sistema de televisão foi melhorado de forma efetiva, inclusive com investimentos do governo. Essas melhorias se deram através do desenvolvimento tecnológico, sofisticação dos aparelhos, e investimentos em tecnologia oriunda dos Estados Unidos. Além disso, as emissoras investiram em estrutura, melhorando seus equipamentos e suas instalações, com estúdios para produção de conteúdo. Esses avanços também beneficiaram a população do interior do Brasil, visto que antenas de transmissão eram instaladas em cidades do interior, possibilitando um alcance maior do sinal, como descreve Lopes (2009, p. 4).

A Rede Globo, líder de audiência, foi a primeira emissora a chegar no interior do país, conforme (Mattos, 1990 p. 15). A programação da emissora era direcionada para a classe C, maioria no Brasil em 1980. A grande audiência era o principal atrativo para que as maiores campanhas publicitárias fossem veiculadas na emissora.

Um dos fatores do crescimento da Rede Globo foi o de jamais haver desdenhado sua relação com o mercado real. Se a classe C constitui a base da audiência, nela se dá a decisão majoritária; também em sua função devem ser montados os padrões de produção e mercadológicos. Só depois de obtido esse amálgama poder-se-á cogitar do atingimento dos padrões artísticos e cultural. (MATTOS, 1990, p. 15).

Conforme mapeamento da televisão aberta nos últimos 50 anos, realizado pelo ANCINE – Agência Nacional do Cinema⁴, o crescimento contínuo na venda de televisores, e a maior abrangência do sinal de televisão a partir de 1980, refletiram na programação das emissoras, que passaram a adotar um padrão de programação.

A pioneira foi a Rede Globo que criou um formato com conteúdo voltado para crianças, pela parte da manhã, notícias e esporte ao meio dia, variedades a tarde, novela das seis, das sete, jornal nacional, novela das oito, filmes no final da noite durante os dias de semana, e no final de semana programas de auditório e jogos de futebol. Nos anos seguintes emissoras como a Rede Record, SBT e Bandeirantes espelharam-se na Rede Globo, para definir um padrão de programação que seguisse a mesma linha, com intuito de atrair cada vez mais audiência.

O grande avanço da televisão no Brasil foi registrado em pesquisa. Conforme Mattos (1990, p. 18), no ano de 1989 o país possuía aproximadamente 93 milhões de habitantes, e dos quase 35 milhões de domicílios brasileiros, 64% estavam equipadas com televisores. Esse avanço fica destacado pelo aumento acelerado no número de televisores e de emissoras de televisão aberta, que já eram 48 emissoras espalhadas por todos os estados brasileiros. A média anual de venda de televisores no Brasil no ano de 1989 era de 600 mil equipamentos, entretanto, de maio de 1989 até maio de 1990 o número de televisores no Brasil saltou de 28 milhões para 30 milhões, registrando o recorde nas vendas, conforme Mattos (1990, p. 8).

⁴ Informação retirada do site da agência Nacional do Cinema e pode ser acessada através do link: http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/Mapeamento_TVAberta_Publicacao.pdf p. 22 acessado em 11/04/2014

No início do século XXI, a televisão passou a se tornar um artigo presente na grande maioria dos lares brasileiros. De acordo com Torves (2007, p. 15) o sinal de TV aberta já atinge 99% do território nacional, sendo que 95.1% das residências do país possuem aparelhos televisores. No Brasil atualmente existem 498 emissora de TV aberta. Em pesquisa realizada pelo Governo Federal, mais de 80% dos cidadãos brasileiros assistem somente Tv aberta. O gráfico abaixo apresenta os números oficiais de forma clara, e está disponível no site da Fenapro – Federação Nacional das Agências de Propaganda, apresentando a porcentagem de quantas pessoas assistem TV aberta e quantas pessoas assistem TV por assinatura no Brasil.

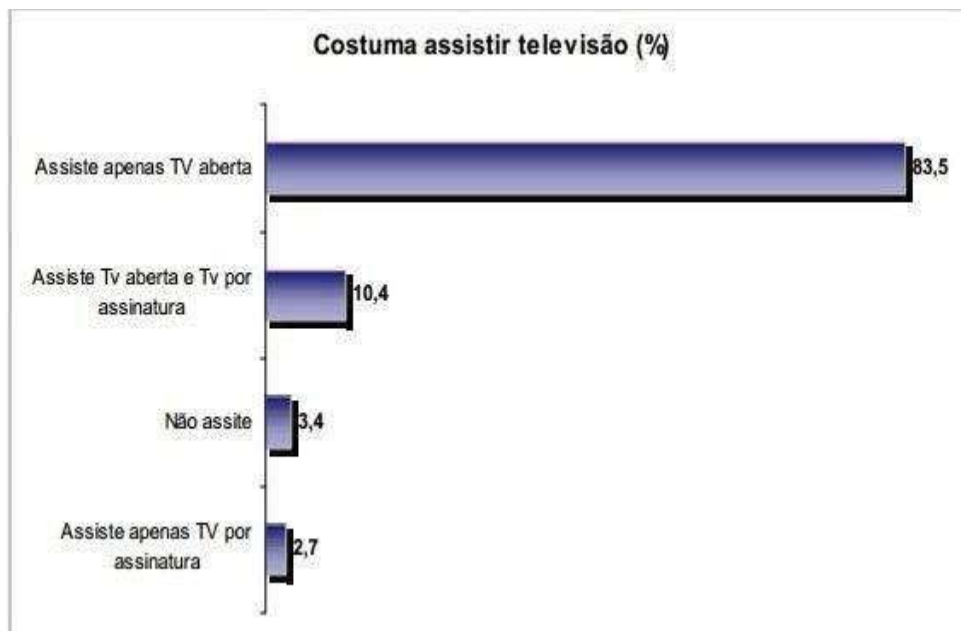


Figura 1: Hábito de assistir TV no Brasil. (Fonte: Fenapro – Federação Nacional das Agências de Propaganda, relatório de pesquisa p.18)

1.2 Década de 90, surge a TV por assinatura

A televisão por assinatura foi consolidada no Brasil a partir do ano de 1990. Antes disso, já existia televisão paga, porém, diferente do conceito que conhecemos atualmente. Possebon (2009, p. 19) afirma que as primeiras manifestações de TV paga no mundo surgiram nos Estados Unidos, no ano de 1940, quando pequenas comunidades no interior do país com dificuldades de recepção dos sinais da TV aberta, se uniram e instalaram antenas com maior potencial para transmitir sinal. Os sinais, então, eram distribuídos até as residências por meio

de cabos coaxiais.

No Brasil, o processo foi semelhante. Começou há mais de quarenta anos em função da necessidade de resolver um problema técnico; fazer com que o sinal das emissoras de televisão localizadas na cidade do Rio de Janeiro chegasse às cidades de Petrópolis, Teresópolis, Friburgo e outras, situadas na Serra do Mar, com boa qualidade de som e de imagem. As cidades serranas passaram a ser servidas por uma rede de cabos coaxiais que transportavam os sinais até as residências depois de recebidos por antenas que funcionavam instaladas no alto da serra.

Os usuários que desejassem o serviço pagavam uma taxa mensal, a exemplo do que ocorre hoje com o moderno serviço de TV por Assinatura. No entanto, Brittos (2009, p. 8) ressalta que o molde de TV por assinatura que conhecemos hoje, surgiu no fim do ano de 1989. Com a liberação e a regularização dos serviços de TV a cabo surgiram os primeiros canais pagos.

O pioneirismo na programação e operação de TV via satélite foi da Key TV, que desde 1988 transmite corridas de cavalos. As operadoras de cabo começaram a ser implantadas, chegando, em 1988, a Santo Anastácio, em São Paulo; em 1989, a Campo Grande, na Paraíba, a primeira capital cabeada; em 1989, a Londrina, no Paraná; e, em 1990, a Capão Novo, no Rio Grande do Sul. (BRITTOS, 1999, p. 8)

A grande maioria dos canais de TV por assinatura em 1990 eram estrangeiros, com destaque para as emissoras norte-americanas CNN e ESPN e a Italiana RAI TV. Em 1990, surge em Brasília o canal “TV Filmes”, da família brasiliense Lins de Albuquerque, que decidiu investir neste mercado que ainda engatinhava. A TV Filmes reproduzia filmes nacionais e internacionais, durante todo o dia. No ano seguinte entra no ar a “TV Show”, com conteúdo voltado para o universo da música, exibindo clipes musicais e shows de artistas nacionais e internacionais.

No início de 1992, existiam no Brasil 13 mil assinantes de TV por assinatura, que recebiam em suas residências canais exclusivos, de notícias, esportes e entretenimento, conforme Possebon (2009, p. 62). O autor também destaca que o serviço de televisão por assinatura só estava disponível para poucas cidades brasileiras. Entre as cidades do interior do país que contavam com serviço de TV por assinatura estavam, Barueri, Franca, Presidente

Prudente e Ribeirão Preto, todas do estado de São Paulo. Entre as capitais brasileiras estavam, Brasília, Belo Horizonte, Campo Grande, Cuiabá, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro e São Paulo.

Neste mesmo período surge a Globosat, pertencente a Rede Globo de televisão. A partir do segundo semestre de 1992 o grupo inicia suas atividades, lançando de forma simultânea 4 novos canais, com conteúdos de diversos tipos e gostos. A princípio os profissionais que atuavam nos canais Globosat eram deslocados da Rede Globo para trabalhar no universo da TV por assinatura.

Foi lançado o GNT dedicado a notícias e já sob direção de Leticia Muhana. A sigla significava Globosat News Television. O canal tinha conteúdos da BBC, NBC e WNT, e abria mão dos conteúdos da CNN (ainda exclusivos da TVA). O Telecine nasceu voltado para filmes (mas sem a sociedade com os estúdios estabelecida posteriormente) e para enfrentar o canal TVA Filmes. Já o Multishow buscava programas variados que não existiam na TV aberta; e no quarto canal, chamado de Top Sports (depois alterado para SporTV), modalidades como badminton, patinação no gelo, hóquei e golfe, por exemplo, eram parte dominante da grade nos primeiros meses. Logo as transmissões de futebol ganharam espaço, graças a alguns acordos com a TV Globo. (POSSEBON, p. 47).

No ano de 1993, a Net Brasil e TVA Distribuidora se tornaram as operadoras de TV a cabo no Brasil, formando uma espécie de oligopólio. Foram celebradas parcerias com estúdios e canais de televisão americanos, como HBO, Warner Bros e Sony Pictures, oferecendo mais opções aos brasileiros. E esse constante crescimento continuou nos anos seguintes, uma vez que parcerias eram celebradas anualmente e novos canais surgiam com frequência, conforme destaca Brittos (1999, p. 10).

1.3 O Crescimento da TV por assinatura em números

No ano de 1995 o número de assinantes de TV por assinatura no Brasil chegou a marca de 1.5 milhões. Número expressivo na percepção das operadoras. Foi neste ano que surgiu a Direct TV, logo após, em 1997 surge a Sky, que em poucos anos se consolidou como a maior operadora de TV por assinatura do país, como destaca Brittos (1999, p. 11).

Os serviços de TV a cabo eram aprimorados constantemente, bem como o número de canais oferecidos aos assinantes. Possebon (2009, p. 125) afirma que no ano de 1995 a média

de canais oferecidos aos assinantes era 40, independente da operadora. O assinante que quisesse ter acesso a todos os canais oferecidos teria que desembolsar mensalmente 90 reais, valor considerado alto para o padrão econômico da época. As operadoras buscaram alternativas para recrutar um número maior de assinantes e diminuir o preço da assinatura. Como solução foi criado um novo pacote no valor de 30 reais, onde o cliente teria acesso a 20 canais da grade de programação. Mesmo com as mudanças nas tabelas de preços, a TV por assinatura era restrita as camadas mais ricas da população. No ano de 1998 as classes econômicas C e D estavam estagnadas economicamente, e que, portanto, o público assinante de TV a cabo era oriundo das classes A e B.

Nessa época, o Brasil já chegava a uma marca de 2 milhões de assinantes, e a maioria dos assinantes não estavam satisfeitos com o valor pago na mensalidade. Um dos principais fatores desse descontentamento era a crise financeira que o país vivia em 1998 e que se estendeu até o ano de 1999. Possebon (2009, p. 162) afirma que como resposta, as operadoras diminuíram o valor das mensalidades de televisão por assinatura. Além disso, nesse momento foi implantado o *pay-per view*, serviço onde o assinante teria que pagar um valor além do cobrado na mensalidade, para ter acesso a outros canais.

Em maio de 1999 o Brasil já possuía 2.5 milhões de assinantes de TV a cabo. Na época o valor médio da mensalidade era de 30 reais, já que havia sofrido reajuste devido a crise financeira do país. De todos os assinantes 51% estavam insatisfeitos com o preço pago, considerando o valor absurdo e muito alto. Além disso, a classe média, e classe baixa, não assinavam o serviço por não ter dinheiro, conforme destaca Possebon (2009, p. 163).

1.4 Século XXI – As classes C e D continuam sendo minoria entre os assinantes de TV a cabo

Na chegada do ano 2000 as expectativas das operadoras era que o número de assinantes chegasse a casa dos 10 milhões no ano de 2005. O Brasil se recuperava economicamente, e essa evolução era o que alimentava a esperança das operadoras. Rosseto (2008, p. 41) destaca que ao fim do ano 2000, o Brasil possuía cerca de 3.5 milhões de assinantes de TV a cabo. Em 2001 as operadoras ofereciam em média 103 canais de 17 gêneros diferentes. Nesse ano, a televisão por assinatura chegava a 495 municípios brasileiros, e tinha cerca de 12 milhões de espectadores.

O autor destaca que conforme pesquisa da Anatel realizada nos últimos meses de 2003, dos 4 milhões de assinantes de TV por assinatura da época, 68% eram da classe econômica A, 23% da classe B, 6% eram da classe C e 3% eram da classe D. Os serviços de televisão por assinatura foram inflacionados devido ao grande número de canais oferecidos pelas operadoras. No entanto, no ano de 2005 a TV por assinatura foi impulsionada, e a ascensão econômica da classe C está totalmente interligada a este fato.

A partir do ano de 2005, o número de assinaturas em TV paga aumentou rapidamente. A ascensão econômica da classe C mudou o panorama das assinaturas. Conforme Lopes (2013 p. 2) em 2005 existiam 5 milhões de assinaturas de Tv a cabo no Brasil. Esse número atingiu a marca de 10 milhões em 2010, e de 13.5 milhões em 2012, como descreve Lopes (2013, p. 2), baseado em dados a Anatel e do IBGE. A mesma pesquisa realizada em 2012 mostra que 51 milhões de brasileiros possuem serviço de TV por assinatura em suas residências, além disso, a adesão da classe C a este serviço, que em 2003 era de apenas 3%, chegou a 25%. No entanto, as classe alta e média alta (A e B) são responsáveis por 70% das assinaturas, os outros 6% são de cidadãos da classe D.

Mesmo com o crescimento no número de assinantes de TV a cabo da classe c, as classes A e B continuam sendo dominantes. 86% dos cidadãos da classe A possuem serviço de TV por assinatura em seus domicílios. Para deixar mais claro, o gráfico abaixo mostra a porcentagem de cidadãos por classe, que possuem Tv por assinatura em suas residências.

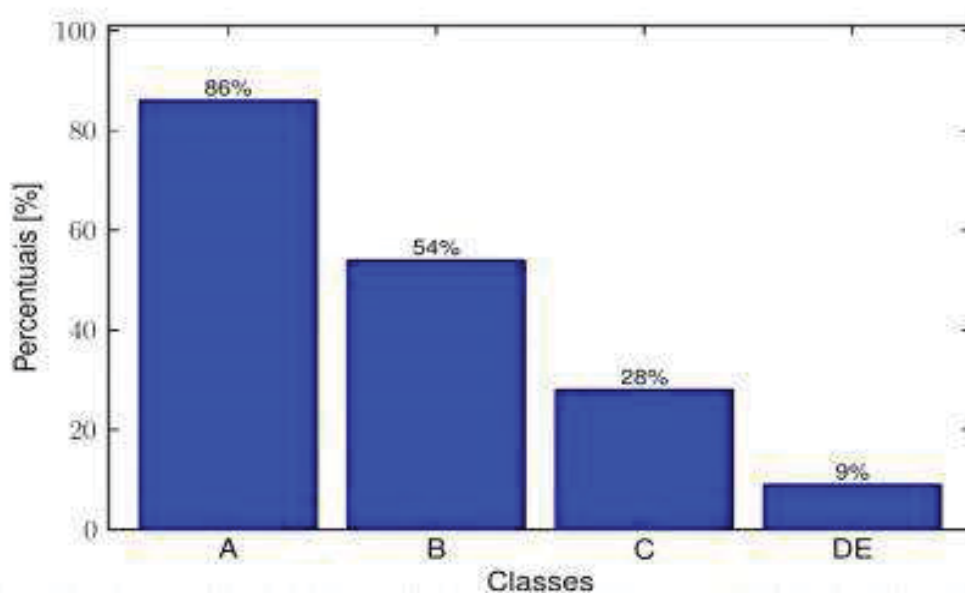


Figura 2: Penetração da TV assinatura por classes. (Fonte: IBOPE, revista Mídia Fatos, p. 21)

Deste modo, através de uma pesquisa baseada em números é possível perceber que as classes com maior poder econômico são a maioria em termos de audiência da TV por assinatura.

2. A HISTÓRIA DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS E O INÍCIO DA IMPRENSA ESPORTIVA NO BRASIL

Na década de 1920 o futebol já era o esporte mais popular do Brasil. A ascensão do futebol teve reflexo nas redações dos jornais impressos, que passaram a reservar um espaço para esse esporte que se consolidava no país. Os pioneiros na divulgação do futebol no Brasil foram os diários Cariocas “O Imparcial” e “O Paiz”, uma vez que os dois diários inovaram na forma de trazer informações acerca dos campeonatos realizados na cidade do Rio de Janeiro. Ambos traziam impresso uma grande foto da partida noticiada em si, e algumas informações básicas, como destaca Ribeiro (2007, p. 57).

Os proprietários de outros jornais seguiram os exemplos do “O Imparcial” e do “O Paiz”, e passaram a noticiar o futebol de forma sucinta. O crescimento acelerado deste esporte não era acompanhado pelos jornais, ou seja, a divulgação de resultados e informações dos jogos de futebol passou a se tornar cada vez mais deficiente, já que os torcedores só saberiam o resultado das partidas se fossem até o estádio onde estava sendo realizada a disputa, ou no dia seguinte, através de jornais que não entravam em grandes detalhes sobre as partidas.

A procura por informações por parte dos torcedores era maior que a demanda, acarretando na falta de jornais nas bancas. De acordo com Ribeiro (2007, p. 57), o sucesso do futebol em todos os gramados mexia muito com os torcedores, que começavam a ter pressa para receber notícias sobre o andamento dos jogos, ainda mais em dia de decisão.

Foi então que os empresários donos de jornais da época perceberam que os leitores tinham grande interesse no futebol, pois o noticiário do dia seguinte dos jogos era o mais procurado pela população.

Os estádios viviam lotados, com rendas jamais vistas, e, claro, os jornais vendiam feito água. Novas revistas específicas sobre esporte eram criadas, como as revistas *Sport Ilustrado* e *Revista do Esporte*. Os jornais dedicavam mais espaço, textos e críticas. O futebol era o assunto da moda. (RIBEIRO, 2007, p. 58)

O crescimento dos jornais cada vez mais interessados em noticiar o futebol, refletiu na composição dos periódicos, visto que as páginas esportivas ganhavam mais espaços a cada ano. O futebol era o esporte que estava em maior evidência, além disso, eram noticiados resultados de competições esportivas de outras modalidades, como por exemplo, natação e turfe. Esse fato incidiu em mudanças na forma de divulgação de notícias. No ano de 1921 o jornal “O Paiz” passou a publicar estatísticas, e informações mais aprofundadas dos campeonatos de futebol da época, tais como; números gols, melhores ataques, artilheiros, melhores defesas e confrontos. Logo, diversos jornais de todo o país passaram a usar o mesmo expediente, como ressalta Ribeiro (2007, p. 59).

Soares (1994, p. 17) destaca que com o crescimento espantoso do público fiel ao futebol, não demorou também para que os jornais ganhassem a concorrência de um veículo poderoso, que em breve seria responsável por uma autêntica revolução na divulgação do futebol brasileiro. O rádio apenas engatinhava no ano de 1922, mas os donos de rádios do Rio de Janeiro e São Paulo já viam com bons olhos a inserção do futebol na programação das suas estações. Conforme Ribeiro (2007) o jornalista Leopoldo Santana teve o privilégio de realizar a primeira irradiação esportiva no Brasil.

Convidado por empresários das comunicações da época, Leopoldo, que estava desempregado, foi até o estádio das Laranjeiras no Rio de Janeiro para transmitir na rádio Difusora do Rio de Janeiro, o jogo entre Brasil e Argentina, válido pelo campeonato Sul-Americano de 1922. “Na verdade, não era uma transmissão na íntegra, mas uma série de boletins recebidos por telefone e transmitidos por alto-falantes espalhados por estabelecimentos comerciais do Rio de Janeiro e São Paulo” (RIBEIRO, 2007, p. 59).

Entretanto, essa prática não se consolidou nas rádios da época, que optaram pelos boletins curtos realizados após as partidas de futebol. Esse hábito durou até o início de 1931, quando um homem decidiu revolucionar o universo do futebol no rádio, realizando a primeira transmissão de uma partida de futebol inteira, do primeiro minuto de jogo ao apito final do árbitro.

Soares (1994) destaca que em 1931, o jovem de apenas 20 anos de idade, Nicolau Tuma, estudante de direito e locutor da Rádio Sociedade Educadora Paulista (primeira emissora de rádio da cidade de São Paulo, fundada em 1923), convenceu seus patrões a transmitirem na íntegra, pela primeira vez no rádio, uma partida de futebol. Tuma e sua equipe pegaram os equipamentos que viabilizavam a transmissão da partida, embarcaram em

um taxi e foram até o estádio da Floresta, região central da cidade de São Paulo, onde fariam ali a histórica transmissão do primeiro jogo de futebol do rádio brasileiro.

A primeira transmissão de uma partida de futebol ocorreu na 8ª Edição do Campeonato Brasileiro de Futebol, em 1931. Jogaram as seleções de São Paulo e do Paraná. Nesse dia foi criada uma técnica para a transmissão direta do futebol. E teve início a simbiose, que dura até hoje, entre radiojornalismo esportivo e o futebol. (SOARES, 1994, p. 17)

O resultado da partida foi de 6 a 4 para a equipe paulista. A cada gol marcado Tuma proferia um grito seco de “GOL”, definindo um padrão que é usado até hoje por narradores de futebol. Ribeiro (2007) explica que Nicolau Tuma deixou um legado que é seguido no mundo contemporâneo. Na época Tuma teve que improvisar, então falou sobre a atmosfera que envolvia a partida, o ânimo dos torcedores, descrevendo situações que aconteciam no estádio da Floresta.

Sempre achei que o ouvinte queria saber logo quem tinha marcado, o nome do jogador, como ele estava comemorando. Durante todo o jogo a minha única preocupação era não parar de falar. Eu achava que se o ouvinte ficasse um segundo sequer sem ouvir nada, mudaria de estação. Então, não parava. (TUMA *apud* RIBEIRO, 2007, p. 76).

O objetivo do jovem narrador era não parar de falar, para que os ouvintes pudessem se inserir no jogo, imaginando e montando em sua mente uma partida imaginária, a partir do que Tuma descrevia no momento. Eram entre duzentas e trezentas palavras por minuto, pronunciadas com a mesma velocidade. O jeito inédito de transmitir o futebol acabou immortalizando um apelido que carregaria por toda a carreira: “*speaker* metralhadora”. Conforme Ribeiro (2007, p. 76), a característica de falar rápido na transmissão de futebol em rádio ainda é utilizada, bem como o hábito de falar constantemente, uma vez que o silêncio no rádio soa como algo incômodo para quem está ouvindo, levando o ouvinte a trocar de estação.

Ribeiro (2007, p. 79) explica que o sucesso de Tuma comandando as transmissões da Rádio Sociedade Educadora Paulista, despertou o interesse da fortíssima concorrente Rádio

Record, nascida em 1928 e que pertencia a Paulo Machado de Carvalho⁵, um homem que faria história no rádio e na televisão brasileira. Paulo Machado era um apaixonado pelo esporte desde os tempos de garoto, quando, aos 11 anos, chegou a montar um time de futebol chamado América Futebol Clube. Conhecia todos os campos de várzea próximos à Rua das Palmeiras, onde morava, na região Central de São Paulo. Em sua nova emissora de rádio, o futebol tinha espaço fixo nas tardes de domingo.

No início do ano de 1932 Nicolau Tuma o “*speaker* metralhadora” foi contratado por Paulo Machado de Carvalho, para ser a grande estrela das transmissões da promissora Rádio Record. No entanto, o futebol foi deixado de lado, logo após a chegada de Tuma, devido a eclosão da revolução constitucionalista em São Paulo no ano de 1932. O rádio passou a ser usado como potente veículo de comunicação, uma vez que os microfones das estações de rádio na época eram abertos para os líderes da revolução. “Sem jogos para narrar, Nicolau Tuma, transformou-se na voz da Revolução Constitucionalista se destacando mesmo longe das transmissões esportivas”, (RIBEIRO, 2007, p. 79).

Soares (1994, p. 38) descreve que mesmo com a paralisação das competições de futebol na época, o esporte não perdeu popularidade. Em 1933 com o fim da revolução as emissoras de rádio voltaram a suas atenções para transmissão de partidas de futebol na íntegra. Tuma voltou a soltar a sua voz nas transmissões, agora nas ondas da Rádio Record. A publicidade nas rádios era proibida pelo Governo. Portanto, as emissoras de rádio não poderiam levar ao ar o nome de empresas, muito menos receber bonificações financeiras para anunciar algum produto ou alguma marca no ar. Além disso, o narrador era isolado na cabine sendo o único personagem da narração. A Rádio Record se expandiu, instalando uma rede de rádios que atingia o interior paulista, levando o futebol para um número maior de pessoas, como salienta Soares (1994, p. 39).

No final do ano de 1932 uma boa notícia surpreendeu todos os empresários donos de rádios. O Governo Vargas havia regulamentado e liberado a publicidade nas rádios brasileiras. Esse fato despertou o interesse de estações de rádio que viam nas transmissões de futebol uma grande oportunidade para atrair anunciantes, como descreve Ribeiro (2007). Os empresários da época estavam cada vez mais dispostos a investir em anúncios nas rádios. Portanto, as emissoras iniciaram uma verdadeira batalha para garantir patrocínios e recursos.

⁵ Paulo Machado de Carvalho nasceu em São Paulo no ano 1902. Faleceu no ano de 1992. Foi o fundador da Rede Record televisão. Antes disso, o advogado e empresário da comunicação já havia construído um império, sendo proprietário e fundador das rádios Record, Panamericana e Jovem Pan, consultar Ribeiro (2007).

Este fato resultou na abundância de transmissões oferecidas na época. Jogos de futebol válidos por diversos campeonatos eram transmitidos frequentemente, e quem saiu ganhando foi a população, que também viu o rádio se espalhar pelo interior do Brasil.

A alta arrecadação das rádios que transmitiam o futebol foi o principal motivo para o surgimento de fortes concorrentes. Em setembro de 1933 as rádios Record e Educadora de São Paulo e a Rádio Clube do Brasil do Rio de Janeiro, dominavam o cenário nacional se consolidando como as grandes estações de rádio do Brasil. Contudo, com o sucesso destas estações, diversos empresários resolveram entrar neste universo extremamente lucrativo, inaugurando diversas estações de rádio. O curioso é que essas diversas rádios estrearam de forma simultânea, saturando o rádio brasileiro

Record e Educadora em São Paulo e Rádio Clube do Brasil do Rio de Janeiro, não estavam mais sozinhas. Surgiram fortes concorrentes como América, Cultura, São Paulo, Difusora, Cruzeiro do Sul, Cosmos, Excelsior, e Gazeta, além de duas gigantes com grandes estruturas, o caso da Tupi em São Paulo e da Tamoio, no Rio de Janeiro. (SOARES, 2007, p. 85)

Soares (1994, p. 26) ressalta que as rádios brasileiras passaram a adotar uma política mais competitiva de apelo às massas, e o futebol era o produto que atraía a audiência e principalmente os anunciantes. Os grandes empresários de diferentes esferas investiam pesado, desde que a marca da sua empresa fosse potencializada durante as transmissões. Neste mesmo período, início do ano de 1935, as emissoras de rádio inovaram na busca pela audiência, criando atrativos durante as transmissões de jogos de futebol, e sem dúvidas os grandes personagens destes acontecimentos eram os narradores, como destaca Ribeiro (2007, p. 89).

2.1 Narradores, as grandes estrelas da transmissão

Nicolau Tuma abandonou em 1935 a rádio Record para atuar na Difusora de São Paulo. Amador Santos⁶ continuava na Rádio Clube do Brasil, sendo o grande narrador do estado do Rio de Janeiro. No ano de 1936, surgia Ari Barroso que fazia sua estreia como narrador na Rádio Cruzeiro do Sul do Rio de Janeiro. Ribeiro (2007, p. 110) salienta que a chegada de Barroso mudou o panorama econômico da Rádio Cruzeiro do Sul, e por sugestão do próprio narrador a rádio passou a utilizar vinhetas, com músicas que atuavam concomitantemente aos anúncios.

Isso impulsionou a venda de publicidade nas transmissões da Cruzeiro do Sul, que passou a arrecadar mais que a concorrente graças à brilhante ideia do novato. A Rádio Cruzeiro do Sul de São Paulo, motivada pelo sucesso da matriz do Rio de Janeiro, apostou também em um novato, recrutando Blota Júnior, paulista e também muito jovem. Além disso, novos nomes surgiram em outras rádios, como Oduvaldo Cozzi da Cosmos, Aurélio Campos da Tupi, e Rabello Júnior, que teve a missão de substituir Nicolau Tuma, que havia trocado a Difusora pela rádio cultura no ano de 1939.

Ribeiro (2007) afirma que a partir do ano de 1940, os narradores se consolidaram como as grandes estrelas das transmissões. Cada um com seu estilo próprio com frases que estavam na “ponta da língua” dos ouvintes. Além disso, os salários pagos aos narradores dos espetáculos eram extremamente elevados para os padrões da época, este fato incidiu na troca das cadeiras entre narradores, que trocavam de estações a todo momento.

Oduvaldo Cozzi era o grande exemplo de narrador que trocava frequentemente de emissora. Depois de iniciar na rádio Cosmos, Cozzi foi para a Rádio Nacional do Rio de Janeiro e posteriormente assumiu as transmissões da Rádio Gaúcha de Porto Alegre, no ano de 1939. Foram 9 meses na Rádio Gaúcha, até ser contratado pela Rádio Tupi de São Paulo. No entanto, o narrador que de acordo com Ribeiro (2007, p. 107) era o grande nome das transmissões na época, trocou novamente de emissora, retornando para a Rádio Gaúcha, onde se consolidaria como um dos grandes nomes do rádio esportivo brasileiro no início do ano de década de 1940.

O movimento de troca de estações por parte dos narradores era contínuo, pois as rádios atraíam os profissionais pelos grandes salários pagos. Além disso, eles eram adorados

⁶ Amador Santos foi o primeiro radialista do Brasil a se dedicar inteiramente ao esporte. Amador era o repórter esportivo da Rádio Clube do Brasil do Rio de Janeiro, onde se destacou como narrador esportivo, se tornando um dos maiores da história do país. Consultar Soares (1994).

pelos ouvintes, pela emoção e pelos jargões que proferiam, isso, os tronavam populares, mexendo com o sentimentos dos torcedores por todo o Brasil. Percebendo essa popularidade, os narradores também atuavam nos bastidores, em busca do reconhecimento profissional, e o reconhecimento para eles era garantir bons salários, e privilégios que outros profissionais não tinham acesso.

2.2 - Surge a primeira rádio completamente esportiva e as equipes de transmissão

Soares (1994, p. 45) ressalta que o surgimento da Rádio Panamericana de São Paulo, no ano de 1944 foi um passo importante para fortalecimento do rádio esportivo como um todo. A Panamericana foi a primeira rádio a produzir única e exclusivamente conteúdo sobre esporte, servindo de exemplo para que outras emissoras posteriormente pudessem reaproveitar ideias surgidas com a nova emissora de rádio. Mas a grande transformação da Rádio Panamericana ocorreu no ano de 1946, quando Paulo Machado de Carvalho adquiriu a estação.

O empresário do ramo da comunicação foi o grande responsável por instituir coisas novas no rádio esportivo, como programas de debate sobre futebol, com discussões acerca de números, estatísticas e retrospecto das equipes, além de entrevistas com os maiores jogadores da época, contando a sua vida, os seus anseios, e como conseguiram se tornar jogadores profissionais de futebol. Esse padrão chegou a outras estações de rádio de todo o Brasil.

De acordo com Soares (1994, p. 46), Paulo Machado montou uma poderosa equipe de transmissão, inédita no Brasil, com repórteres e comentaristas, que davam suporte ao narrador. A ousadia do empresário paulista marcou as transmissões esportivas no Brasil, logo, todas as rádios que transmitiam futebol passaram a formar uma equipe de transmissão, seguindo a ideia do dono da Rádio Panamericana.

Paulo Machado reuniu um time de primeira linha para conduzir as transmissões. O primeiro time estava composto pelo Locutor Pedro Luís, por Mário Moraes, Hélio Asnaldo, Otávio Muniz, Aníbal Fonseca, Raul Tabajara, Blota Júnior, Salém Jr., Nelson Spinelli. Havia também um “juiz do juiz”, Flávio Iazetti, incumbido de criticar a atuação do árbitro do jogo. A equipe ainda contava com Narciso Vernizzi no Plantão Esportivo e Carlos Costa, que comandava o ‘Jornal Esportivo do Interior. (SOARES, 1994, p. 46).

Com esse trabalho pioneiro da Panamericana estava criada a infraestrutura para realizar uma jornada esportiva. Essa estrutura implementada em 1946 era composta por plantão esportivo, narração do jogo, reportagem de campo e de vestiário, além de comentários. Organizada desta forma, a equipe de profissionais passou a se dedicar integralmente às transmissões esportivas, característica que compõe as transmissões futebolísticas até hoje.

As estações passaram a adotar os modelos de transmissão e de programação que faziam sucesso. Os proprietários de rádio não tinham o pudor de imitar o concorrente, seguindo a mesma linha, com intuito de atrair a audiência. Ribeiro (2007, p. 113) destaca que o sucesso da equipe esportiva da Rádio Panamericana logo chamou a atenção de outras estações, que sem perder tempo formaram equipes esportivas para as transmissões de futebol. A atribuição dos repórteres de campo era entrevistar jogadores e treinadores, para que os ouvintes tivessem conhecimento do pensamento daqueles que entravam em campo. O comentarista do jogo trazia informações e estatísticas acerca da partida, bem como comentários do posicionamento dos times, e o que cada equipe poderia fazer para melhorar na sequência da partida, característica presente ainda nas transmissões atuais.

O comentarista de arbitragem, que falava sobre a conduta do árbitro, além de uma equipe de jornalistas que acompanhava todos os detalhes, de fora e de dentro de campo, e que renderiam pautas para os programas de rádio durante a semana toda. Em pouco tempo, no ano de 1947 a grande maioria das rádios brasileiras já possuía uma equipe de transmissão. Esse aspecto aumentou o campo de trabalho e a demanda profissional, ou seja, o trabalho de repórteres e de comentaristas passou a ser extremamente valorizado.

2.3 Apesar dos problemas técnicos, as transmissões continuavam em constante crescimento

As transmissões de rádio, que já estavam de certa forma inseridas no cotidiano dos brasileiros na década de 50, ainda passavam por alguns problemas de cunho técnico. Schinner (2004, p. 21), explica que a maior causa dos problemas de transmissão era causado pelo excesso de estações de rádios, isso sobrecarregava o sistema de transmissão, causando problemas como falha no som, chio, interrupções, problemas associados à falta de qualidade dos equipamentos existentes na época. Contudo, mesmo com as falhas, os ouvintes tinham

conhecimento de quem marcava os gols e dos destaques da partida, graças ao trabalho eficiente dos locutores e repórteres da época.

Mesmo com os problemas de transmissão, o rádio foi o grande astro na transmissão da Copa do Mundo do Brasil no ano de 1950. Pessoas se reuniam em locais públicos, nas casas dos vizinhos, tudo para ouvir as grandes jornadas esportivas, com entrevistas com Zizinho, Bauer, Nilton Santos, craques do futebol Brasileiro na época. Além da grande abrangência, as principais estações de rádio brasileiras encheriam os cofres de dinheiro, ou seja, a Copa de 1950 garantiu a saúde financeira das principais rádios do Brasil.

Desde seu surgimento, no início do século XX, jamais os empresários da mídia esportiva faturaram tanto com o futebol. Participar da cobertura da primeira Copa do Mundo realizada no Brasil significava garantir, no futuro, um lugar na história da imprensa esportiva. Ganhando ou perdendo, todos os veículos de comunicação e profissionais saíam lucrando. (SOARES, 2007, p. 130)

A grande final da Copa do Mundo reuniu rádios do Brasil inteiro. Todos queriam acompanhar a seleção brasileira se tornar campeã mundial pela primeira vez, e, o fato de jogar em casa era o que alimentava a esperança dos torcedores e dos jornalistas brasileiros. Na grande final, com o estádio do Maracanã no Rio de Janeiro lotado, os brasileiros viram e ouviram uma das derrotas mais marcantes da história da seleção nacional. O Uruguai venceu o Brasil por 2 a 1 e se sagrou campeão mundial de futebol no de 1950.

Como Ribeiro (2007) destaca, Ari Barroso, um dos grandes narradores brasileiros decidiu abandonar o rádio esportivo, deixando evidenciado o quão dolorido foi aquela derrota. Os narradores, comentaristas e torcedores brasileiros estavam desolados com o resultado, e mesmo com esse revés, uma certeza ficou: A transmissão de partidas de futebol no rádio brasileiro estava consolidada, sobretudo pelo fato de que os maiores nomes do jornalismo brasileiro na época eram os narradores das principais rádios do país.

2.4 - Década de 50: a televisão surge no Brasil, e com ela a primeira transmissão esportiva em TV

Poucos meses após a derrota na final da Copa do Mundo, que decepcionou boa parte dos brasileiros o Brasil viu a televisão surgir. No dia 18 de setembro de 1950 entrou no ar a

TV Tupi de São Paulo. O seu proprietário era o maior empresário das comunicações no país, Assis Chateaubriand, que gastou 5 milhões de dólares em equipamentos para instalar a TV Tupi. Soares (2007, p. 135) ressalta que desde o primeiro dia no ar, o futebol tinha seu destaque na programação. No domingo, dia 29 de setembro de 1950, 3 cinegrafistas da TV Tupi foram até o estádio do Paecambu em São Paulo, para captar imagens da partida entre São Paulo e Portuguesa. O juiz da partida observou aquele objeto estranho na lateral do campo, e expulsou os homens que operavam a câmera de vídeo.

Contudo, poucas semanas depois, foi realizada a primeira transmissão de uma partida de futebol pela televisão no Brasil. No dia 15 de outubro de 1950 o estádio do Paecambu na cidade de São Paulo recebeu toneladas de equipamentos responsáveis pela transmissão de uma partida de futebol na televisão.

O público que teve o privilégio de assistir pela primeira vez uma partida de futebol ao vivo na TV, era restrito, já que na época, existiam no país apenas 200 televisores. O jogo transmitido foi entre Palmeiras e São Paulo, as duas equipes mais tradicionais da cidade naquele momento. Aurélio Campos⁷ e Wilson Brasil⁸ foram os narradores pioneiros da tevê, que levaria ainda muitos anos para se consolidar entre os torcedores, como ressalta Schinner (2004, p. 25).

Mesmo com o surgimento da televisão, as estações de rádio continuavam soberanas. “O fenômeno televisão era visto como apenas mais uma ferramenta para atrair cada vez mais torcedores, pois o rádio continuava soberano, com novos programas e audiência acentuada”. (RIBEIRO, 2007, p. 137). As receitas de publicidade voltadas para o futebol na época eram única e exclusivamente das estações de rádio, que gastavam verdadeiras fortunas para manter os astros da narração atrás dos seus microfones.

Entretanto, Ribeiro (2007, p. 143) afirma que proprietários de empresas de radiodifusão já viam o avanço da televisão como uma ameaça iminente ao império do rádio. Esse receio dos empresários era explicado pelo surgimento de outras emissoras de TV. Logo, a TV Tupi de Chateaubriand teve a concorrência de uma nova emissora, que surgiu no ano de 1952. A TV Record, do empresário Paulo Machado de Carvalho, entrou no ar em São Paulo,

⁷ Aurélio Campos tornou-se em 1945 Diretor Artístico da Rádio Tupi e se envolveu no setor esportivo, onde era locutor e diretor de esportes. Ele estava presente no show inaugural da Televisão TUPI, em 18 de setembro de 1950. Apresentou o quadro “Vídeo Esportivo”. Comandou a primeira transmissão de futebol na televisão brasileira. Consultar Ribeiro (2007).

⁸ Wilson surgiu na Rádio Panamericana, como um narrador promissor. Participou da primeira transmissão de uma partida de futebol na televisão, auxiliando na narração. No entanto, o narrador seguiu no rádio, trabalhando em diversas rádios paulistas como locutor e narrador. Em 1965 abandonou a carreira, e foi estudar odontologia

concorrendo com a Tupi. O visionário Chateaubriand abriu em 1951 uma filial da TV Tupi no Rio de Janeiro. O ano seguinte entrou no ar no Rio a Rede Globo de televisão, do também empresário das comunicações, Roberto Marinho. Em 1953 em São Paulo, surge mais uma emissora de televisão, a TV Paulista. O lançamento dessa nova emissora deixava claro que em poucos anos as televisões dominariam o Brasil, e que conseqüentemente o rádio sucumbiria.

Ribeiro (2007, p. 155) afirma que mesmo sendo mais atrativa, a televisão continuou muito atrás do rádio, uma vez que o custo de um aparelho televisor em meados de 1960 era muito elevado. Esse fato aumentou o fôlego do rádio brasileiro, que continuou sendo o protagonista das transmissões de partidas de futebol.

Se nessa época as ondas do rádio e as transmissões ultrapassavam fronteiras, com coberturas de jogos internacionais, a televisão ainda sucumbia. Em 1956, a TV Record de São Paulo e a recém surgida TV Rio do Rio de Janeiro, promoveram a primeira transmissão de uma partida de futebol interestadual.

Ribeiro (2007, p. 157) ressalta que os novatos Silvio Luiz e Hélio Asnaldo, foram os responsáveis pela narração e cobertura do jogo entre Brasil e Itália. Esse jogo marcou a primeira transmissão interestadual da história da televisão brasileira, sendo transmitida ao vivo e de forma simultânea para as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, diretamente do Estádio do Maracanã. Essa transmissão alavancou a venda de televisores, principalmente nestas duas cidades. Em suma, as vendas de televisores crescia aos poucos. Schinner (2004, p. 26) ressalta que a televisão só se consolidaria no Brasil a partir dos anos 70. Antes disso o rádio ainda era unânime entre os brasileiros. As transmissões de jogos de futebol na televisão eram extremamente burocráticas onde os narradores descreviam de forma simplificada o que viam nas imagens.

2.5 – O rádio ainda soberano nas transmissões ao vivo

Se a Copa do Mundo de 1950 foi importante deixando evidenciada a evolução da imprensa esportiva brasileira, na Copa do Mundo da Suécia, realizada em 1958, as estações de rádio planejaram a cobertura do torneio, com a intenção de realizar uma cobertura qualificada, para atrair os torcedores. Novidades foram apresentadas em diferentes esferas das maiores rádios do Brasil, que viajariam até a Europa para transmitir a competição.

Equipamentos novos e mais modernos foram adquiridos por rádios, bem como, as equipes de transmissões, que eram preparadas para levar uma cobertura completa, com

entrevistas com os principais jogadores da seleção brasileira de futebol, e estatísticas referentes aos jogos realizados na Copa do Mundo de 1958. O grande nome da narração Brasileira na Copa do Mundo da Suécia foi Pedro Luís, que havia sido contratado e treinado para ser o astro da Rádio Bandeirantes nas transmissões dos jogos da seleção Brasileira. Essa aposta deu certo, e a Bandeirantes era a rádio mais ouvida no Brasil, sendo sintonizada em 1958 por mais de 70% dos radiouvintes do país, justamente no ano em que a Seleção Brasileira conquistava a Copa do Mundo de futebol pela primeira vez.

Mesmo sendo em outro continente, e com a rádio Bandeirantes dominando a audiência, a imprensa brasileira realizou uma cobertura completa, levando conteúdo a mais 80% dos 64 milhões de habitantes do Brasil na época, conforme Soares (1994, p. 55).

Ribeiro (2007, p. 165) ressalta que mesmo com o domínio da Bandeirantes, e apesar da distâncias, muitos veículos de comunicação brasileiros se destacaram nas transmissões das partidas realizadas nas distantes cidades de Gotemburgo e Estocolmo na Suécia. A Rede Globo, a TV Tupi e a TV Record foram as emissoras brasileiras presentes na Copa do Mundo de 1958, no entanto, o alto custo impossibilitou que as emissoras transmitissem jogos na íntegra, ou seja, as emissoras veiculavam no Brasil os gols marcados pela seleção brasileira em forma de boletim. Portanto, mais uma vez, o rádio foi o grande veículo de comunicação de uma Copa do Mundo.

Na década de 1960 o futebol ainda era o centro das atenções no Brasil, sobretudo pelo fato de que a Seleção Brasileira conquistou o bicampeonato em 1962, enterrando de vez o trauma vivido em 1950. Soares (1994, p. 55), afirma que assim como na Copa do Mundo de 58, as emissoras de Rádio voltaram a se planejar com antecedência para a cobertura da Copa do Mundo do Chile em 1962, adquirindo novos equipamentos e preparando os narradores. A televisão ainda encontrava dificuldade nas transmissões a longa distância, e continuou utilizando os boletins com gols e melhores momentos, que muitas vezes eram levados ao ar 24 horas depois do jogo.

Após o término da Copa do Mundo de 62, observando que as rádios recebiam grandes quantidades em dinheiro com a cobertura do mundial, e com o sucesso vivido pela Seleção Brasileira de futebol, os empresários da TV iniciaram os trabalhos para tornar suas emissoras mais fortes e com potencial para transmitir grandes eventos de forma simultânea. Ribeiro (2007, p. 155) afirma que as emissoras de televisão passaram a investir mais em estrutura, melhorias de equipamentos. Além disso, no fim de 1962, pela primeira vez na imprensa brasileira as emissoras de televisão passaram a captar verbas publicitárias que antes

pertenciam a rádios e jornais impressos.

Foi nesse momento que a televisão passou por um momento de plena ascensão, inserindo-se cada vez mais no universo do futebol, ou seja, as transmissões esportivas eram mais frequentes, bem como, a venda de televisores que crescia anualmente. Porém, no ano de 1964 a imprensa esportiva brasileira teve seu crescimento freado, devido a implantação do Regime Militar, como destaca Ribeiro (2007, p. 181)

Além disso, as competições de futebol não eram realizadas com frequência, e isso foi refletido na Copa do Mundo de 1966, onde o Brasil fez uma campanha péssima, para ser esquecida. O fraco desempenho da seleção brasileira, que foi eliminada na primeira fase da competição, refletiu na imprensa, que não se envolveu na cobertura da competição devido ao momento de turbulência financeira vivida na época. A crise na imprensa esportiva brasileira foi amenizada no ano de 1969. Roberto Marinho e Paulo Machado de Carvalho, poderosos empresários do ramo das telecomunicações utilizaram-se do seu respaldo para reerguer as suas emissoras. Posteriormente, outras emissoras seguindo o mesmo rumo voltaram a se “arrumar”.

2.6 – 1970: iniciam os avanços nas transmissões esportivas

No ano de 1970 o Grupo Globo de Comunicações foi até o México para negociar os direitos de transmissão da Copa de 70. De acordo com Ribeiro (2007, p. 210), os Mexicanos liberaram poucas linhas de transmissão para que a Copa do Mundo fosse transmitida no Brasil. Roberto Marinho, dono do Grupo Globo tinha a intenção de transmitir os jogos da seleção brasileira de futebol, ao vivo. Depois de uma longa negociação, ficou definido que as emissoras de TV e Rádio deviam formar um grupo para transmissão, ou seja, cada emissora teria um tempo para transmitir a sua parte. No caso da televisão, a TV Globo, a TV Tupi e TV Record tinham 23 minutos de narração para cada uma. No rádio, o tempo também era dividido igualmente para cada estação.

Na Tupi Walter Abraão foi o narrador, dividindo as narrações com Oduvaldo Cozzi que estava se aposentando. O comentarista foi Rui Porto. O restante do tempo era destinado a Geraldo José de Almeida com comentários de João Saldanha, pela Tv Globo, e Fernando Solera e Leonidas da Silva, pela TV Record. (RIBEIRO, 2007, p. 210)”

A Copa do Mundo de 1970 ficou marcada por ser a primeira competição internacional a ser transmitida ao vivo na televisão brasileira. O jogo que abriu as transmissões no Brasil, foi entre Peru e Bulgária. Além disso, foram transmitidos todos os jogos da seleção Brasileira na competição mundial. Schinner (2004, p. 24) afirma que a Copa do Mundo de 1970 representou uma nova era no universo das transmissões esportivas no Brasil. Sistemas de rádio foram aprimorados, novas tecnologias melhoraram de forma significativa a qualidade das transmissões. Após a Copa do Mundo, a televisão viveu um crescimento acentuado.

O preço dos televisores baixaram, e cada vez mais brasileiros possuíam em seus lares um aparelho televisor. O rádio continuou as suas transmissões, agora com muito mais qualidade, sem tantos problemas no sinal, e com maior alcance no território nacional. Porém, a televisão continuava evoluindo.

As receitas com publicidade já eram superiores ao que o rádio recebia, além disso, com um número elevado de subsídios, as emissoras de televisão investiam frequentemente em equipamentos que melhoravam a qualidade das transmissões. Na Copa do Mundo de 1974 as televisões passaram a reproduzir imagens coloridas, atraindo ainda mais os telespectadores. Com a popularização acentuada, a TV passou a ser vista como uma ameaça ao rádio, uma vez que os televisores estavam cada vez mais presentes nos lares do Brasil. “Com a valorização da imagem, o rádio começava a correr sérios riscos de perder sua força, que desviou não só a atenção do público espectador, como também o sentido migratório dos anunciantes”. (SCHINNER, 2004, p. 24).

2.7 – As transmissões de jogos de futebol se tornam verdadeiros espetáculos

A consolidação da televisão coincidiu com o surgimento de grandes nomes da narração no Brasil, homens que marcaram história na televisão brasileira, como os narradores Galvão Bueno, Luciano do Valle e Silvio Luiz, que, jovens, substituíram de forma natural os veteranos narradores da época. Além da televisão, nomes importantes surgiram no rádio. Os narradores que mais se destacaram na década de 70 no rádio brasileiro foram, José Silvério, Osmar Santos, José Carlos Araújo.

Ribeiro (2007, p. 245) declara que tanto estações de rádio quanto emissoras de televisão, se adaptaram criando novas alternativas para atrair a audiência. Se antigamente rádio e TV eram aliados em uma transmissão esportiva, no final da década de 70 os veículos eram concorrentes, e de fato a televisão “roubava” a audiência do rádio. Os narradores

veteranos foram demitidos, substituídos por jovens, com novas características e personalidades. Foi neste momento que as transmissões passaram a viver uma grande transição, iniciada na televisão e que posteriormente foi deflagrada no rádio brasileiro.

Os salários pagos a repórteres, comentaristas e principalmente narradores, sofreram reajustes novamente, e esses profissionais passaram a receber verdadeiras fortunas na época. A política desenvolvida por estações de rádios e emissoras de TV era simples, enquanto mais “estrelas” conduzirem uma transmissão de futebol, mais os anunciantes investiriam, ou seja, os jornalistas da época eram as verdadeiras estrelas do espetáculo. Entretanto, o rádio não resistiu aos altos investimentos e foi deixado para trás pela televisão, que já era soberana no império das comunicações.

Além disso, os profissionais que trabalhavam nas transmissões televisivas eram considerados personalidades, pois o estilo mais despojado e tranquilo de uma transmissão televisiva era o que a maioria dos cidadãos simpatizavam. “Silvio Luiz e Flávio Prado eram as estrelas das transmissões no Brasil. Silvio começava a impor o seu estilo bem-humorado de narração, com bordões que caíram nas graças dos telespectadores”. (RIBEIRO, 2007, p. 246).

Bordões como, por exemplo, “pelo amor dos meus filhinhos”, “pelas barbas do profeta”, “olho no lance”, “foi foi foi foi dele”, eram marca das transmissões do principal nome da narração no Brasil na época. Schinner (2004, p. 25) também recorda o surgimento e consolidação de nomes como Luciano do Valle e Galvão Bueno, que se destacaram narrando não apenas o futebol, mas também esportes como basquete, voleibol, fórmula 1 entre outros. Assim como no início da televisão nos anos 50, profissionais do rádio são recrutados frequentemente para trabalhar na televisão.

Os narradores tinham em mente que o seu desempenho era fundamental para segurar a audiência. Em 1990, a TV Globo e TV Bandeirantes duelavam ponto a ponto pela audiência brasileira, é nesse ponto que a postura e desenvolvimento do narrador é fundamental para simpatizar com os telespectadores. No início da década de 90 as Organizações Globo passaram a ter o domínio das transmissões de partidas de futebol na televisão brasileira. A Rede Globo passou a investir pesado nas transmissões, transformando-as em verdadeiros espetáculos, se tornando a grande proprietária das transmissões de partidas de futebol pela televisão. Através de parceria celebrada com o Grupo Globo, a Bandeirantes passou a transmitir jogos de competições nacionais. Cabe ressaltar que mesmo que a TV tenha evoluído e arrebatado a atenção da maioria dos brasileiros, o rádio se mantém firme no seu padrão de transmissão, com a mesma originalidade. E nesse aspecto que Ribeiro (2007, p.

295) cita que a originalidade da transmissão do rádio, até certo ponto foi mantida e que esse é um dos elementos que mantém o futebol vivo no rádio, além da sua mobilidade que se tornou ainda mais intensa com o advento de novas tecnologias.

Os primeiros investimentos em tecnologia de ponta, para transmissão de futebol se iniciaram a partir de 1992, os investimentos para melhorar a qualidade das transmissões passaram a ser cada vez mais frequentes. Equipamentos novos, tecnologia de ponto, tudo isso passou a fazer parte da transmissão de uma partida de futebol. A audiência dos jogos de futebol com o passar dos anos era cada vez mais elevada, isso de certa forma serviu como combustível para que as emissoras de televisão investissem pesado na qualidade da transmissão, para chegar ao padrão que chegamos hoje. Um exemplo a ser citado foi a transmissão da final da Copa do Mundo de futebol do ano de 2010. De acordo com o site da revista “Isto é”⁹, foram instaladas 35 câmeras para captar todos os lances da partida final, realizada entre Espanha e Holanda. Os telespectadores que acompanharam a partida não perderam nenhum lance, uma vez que o número elevado de câmeras garante uma cobertura completa de tudo o que acontece dentro de campo.

⁹ http://www.istoe.com.br/reportagens/81848_O+SHOW+DAS+IMAGENS+NA+TEVE Acessado em 15/04/2014

3. METODOLOGIA

Este trabalho pretende apurar se existem diferenças na transmissão de uma partida de futebol em TV aberta e em TV por assinatura. Para que a avaliação seja realizada de uma forma mais exata, e com as mesmas circunstâncias, foi escolhido o mesmo jogo, que foi transmitido ao vivo pela Rede Globo de Televisão e pela emissora de TV por assinatura, SporTV.

Os jogos na íntegra foram obtidos através de download do *youtube*. O embasamento teórico para elaboração deste trabalho se deu através de pesquisa bibliográfica em livros e em artigos em PDF, disponibilizados na internet, os quais carregavam informações importantes e fundamentais sobre o universo das transmissões de partidas de futebol, tanto no rádio quanto na televisão. Para chegar a conclusão desejada, foram estipuladas variáveis que serão explicadas neste capítulo e apontarão ao fim do trabalho, se existem diferenças na transmissão de futebol entre TV aberta e TV fechada.

As transmissões serão analisadas a partir do apito inicial do árbitro que marca o início do jogo, até o encerramento do primeiro tempo do jogo. O segundo tempo de jogo também segue os mesmos moldes, sendo analisado a partir do pontapé inicial até o apito do árbitro encerrando o jogo. O primeiro tempo de partida teve quarenta e seis minutos, e o segundo foi mais longo, tendo duração de quarenta e nove minutos, visto que o árbitro do jogo deu quatro minutos de acréscimo. A somatória dos dois tempos chega a noventa e cinco minutos, tempo que será o de análise. Cabe ressaltar que o resultado final desta pesquisa será parcial, já que analisar apenas uma partida não será suficiente para chegar a um resultado sólido e consistente. O ideal seria analisar um número maior de partidas, cerca de quinze ou até vinte, para que a partir desta análise maciça fosse possível chegar a um resultado em suma, mais preciso e veemente. Essa análise preliminar serve como primeiro passo para uma pesquisa que poderá ser aprofundada futuramente. Esta análise teve como referência o livro “Análise de conteúdo” da autora Laurence Bardin (2011).

3.1 As variáveis de análise

a) Ritmo:

O Ritmo é o tempo em que a transmissão fica em silêncio, sem nenhuma intervenção do narrador, comentaristas e repórteres, e da emissora com introdução de sons. Essa variável pretende avaliar quanto tempo cada transmissão fica sem intervenção do narrador, lembrando que em alguns momentos a falta de narração pode causar algum estresse no telespectador, que poderá eventualmente de canal, caso a narração do jogo não seja contínua.

b) Anunciantes:

Será realizado o levantamento de quantas vezes anunciantes e patrocinadores dos canais serão chamados pelo narrador durante a transmissão. O fato de a TV aberta possuir maior audiência do que emissoras de TV por assinatura pode ser um atrativo a mais para que anunciantes optem por divulgar as suas marcas e produtos na TV aberta, que possui maior alcance no território nacional.

c) Equipe de transmissão:

A TV aberta é mais popular do que a TV por assinatura, visto que a maioria dos assinantes de TV paga no Brasil são oriundos das classes econômicas A e B, conforme comprovado no capítulo anterior deste trabalho, através de levantamento de dados estatísticos. Este fato instiga a pesquisa para avaliar qual das transmissões possui maior apelo popular, ou seja, qual das transmissões tenta de diferentes formas atrair a audiência, criando laços e afinidades com os telespectadores em geral. Portanto, será avaliado quem são os comentaristas da transmissão, se são ex-atletas, ou são profissionais do jornalismo.

A tendência é que os ex-atletas possuam maior afinidade com o público, pelo legado construído durante a sua carreira como futebolista. Já os jornalistas possuem maior embasamento teórico, mas em relação a simpatia com público ficam atrás dos ex-jogadores de futebol, pois sabe-se que no Brasil jogadores de futebol são tratados como verdadeiras celebridades.

d) Tempo utilizado consumido pelo narrador para narrar o jogo e para comentar o jogo:

Pretende-se apurar qual o narrador utiliza mais tempo para narrar o jogo em si, descrevendo o que acontece dentro de campo, e qual utiliza mais tempo para fazer comentários sobre o jogo e sobre assuntos que fogem do contexto da partida. Por ser mais popular, a tendência é que o narrador de Tv aberta efetue comentários mais populares, que na maioria das vezes fujam do contexto do jogo, tudo isso na busca pela audiência, comandando a transmissão como uma espécie de espetáculo. Pelo lado da Tv por assinatura, a forma de condução da narração pode ser mais intensa, onde o narrador narra o jogo de forma mais “fiel”, sem se ater a muitos comentários. Isso pode ser explicado pelo fato de o telespectador estar pagando pelo serviço de Tv, e querer assistir a um jogo mais narrado, com mais ritmo e menos comentários sejam eles relacionados a partida, e principalmente aqueles que não possuem ligação com o jogo.

3.2 Análise de conteúdo quantitativa

A análise de conteúdo é uma metodologia utilizada em estudos de comunicação e textos, tendo como ponto de partida perspectivas quantitativas ou qualitativas, analisando diversos aspectos que englobam o universo da comunicação, seja ela visual, auditiva, ou escrita. Bardin (2011, p. 37) destaca que a análise de conteúdo pode ser definida como um conjunto de técnicas de análise das comunicações. A análise oferece um vasto leque de opções as quais serão aplicadas no campo comunicacional, em diferentes segmentos.

A análise de conteúdo deste trabalho tem como intuito apurar se existem diferenças entre dois objetos semelhantes, produzidos a partir do mesmo princípio, mas exibidos de forma simultânea cada um com a sua característica, por se tratar de duas emissoras de televisão distintas. De acordo com Bardin (2011, p. 125), o primeiro passo é escolher o objeto que será analisado. Posteriormente, selecionar o material que será utilizado, se possível sempre na íntegra, para que a análise seja efetuada de forma completa, sem falhas.

Na sequência, definir indicadores (variáveis) que serão levadas em consideração, para que seja possível obter êxito na análise, chegando ao objetivo central do trabalho. No caso deste trabalho, apurar se existem diferenças na produção do mesmo conteúdo, por dois veículos de comunicação diferentes. O passo seguinte é pôr em prática aquilo que foi

preparado. Com todas as diretrizes definidas, o material deve ser explorado, lapidado, e analisado, para que os resultados desejados sejam obtidos. É a partir deste ponto que se chegará a conclusão do trabalho, e posteriormente aos seus resultados, que só será obtido através deste processo de análise de conteúdo.

Bardin (2011, p. 131) destaca que os resultados devem ser interpretados de forma aprofundada, para que se chegue a etapa de conclusão da pesquisa. Eles podem ser elencados através de tabelas, gráficos, figuras ou quadros com os resultados. “O analista tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósitos dos objetivos previstos” (Bardin, 2011, p. 131).

As abordagens que comumente são utilizadas na análise de conteúdo, são a quantitativa e qualitativa. A análise utilizada neste trabalho será quantitativa. De acordo com Bardin (2011, p.145) a abordagem quantitativa é mais fiel, e mais objetiva, visto que a análise será amparada em quantidade, números.

3.3 Objeto de estudo

O jogo que será utilizado nesse trabalho é o duelo entre o Sport Club Corinthians Paulista, clube brasileiro, e o Chelsea Football Club, equipe inglesa. As duas equipes se enfrentaram pela final do Campeonato Mundial Interclubes, no dia 16 de janeiro de 2012, no estádio de Yokohama no Japão. O duelo foi transmitido ao vivo pela Rede Globo de Televisão e pelo canal de TV por assinatura, SporTV. O narrador designado para comandar a narração pela Rede Globo foi Galvão Bueno. O canal SporTV por sua vez, escalou o narrador Milton Leite como âncora da transmissão. A partida terminou com o placar de 1 a 0 para o Corinthians Paulista, que conquistou o título mais importante de sua história. O gol do jogo foi marcado pelo atacante peruano, Paolo Guerrero.

3.3.1 As equipes de transmissão

A equipe de transmissão da rede Globo comandada pelo narrador Galvão Bueno, tinha como comentarista do jogo, o ex-jogador de futebol, Walter Casagrande. O comentarista de arbitragem era Arnaldo César Coelho. Em campo os repórteres eram Mauro Naves, da Rede Globo de São Paulo, que realizava a reportagem do time do Corinthians Paulista, e Renato

Peters, correspondente da Rede Globo na Europa, e que acompanhava a equipe do Chelsea Football Club.

Pelo canal SporTV, o narrador da partida foi Milton Leite. Vagner Vilarón, e Paulo Cesar Vasconcellos, jornalistas do canal, foram os comentaristas. Roger Flores ex-jogador do Corinthians, também comentou a partida. A reportagem ficou por conta dos repórteres André Hernan, que acompanhou o time do Corinthians Paulista, e Felipe Brisola, que fez a reportagem do Chelsea Football Club.

3.3.2 Rede Globo

A Rede Globo iniciou suas atividades no ano de 1965. De acordo com o site institucional da Rede Globo ¹⁰de Televisão, a emissora alcança 99,50% do território nacional, atingindo 5.482 municípios brasileiros. Cerca de 183 milhões de pessoas assistem a Rede Globo diariamente, sejam cidadãos brasileiros que moram no país, a brasileiros e estrangeiros que residem em outros continentes. Segundo a Ancine¹¹ – Agência Nacional do Cinema, no horário nobre, a partir das 20 horas, cerca de 47.92% dos aparelhos de televisores ligados diariamente no Brasil, estão sintonizados na Rede Globo.

A emissora leva ao ar uma programação bastante variada. O jornalismo é o que ocupa mais espaço na programação da emissora. Em uma análise mensal, baseada em números, 20,3 % do conteúdo que é levado ao ar é programação jornalística, telejornais e noticiários. Em segundo lugar vem o cinema (filmes) com 14,6,%. Programação infantil 14%, as telenovelas com 13 %, e os programas de variedades com 12,5% vem logo atrás. O esporte ocupa apenas 5% da programação da Rede Globo, conforme dados da Ancine.

3.3.3 SporTV

O SporTV foi um dos canais lançados pelo grupo Globosat no ano de 1992. O canal que inicialmente era conhecido como canal Top Sports, só foi batizado de SporTV em 1994.

¹⁰ http://redeglobo.globo.com/Portal/institucional/foldereletronico/g_globo_brasil.html Acessado em 25/05/2014

¹¹ http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/Mapeamento_TVAberta_Publicacao.pdf P. 26 - Acessado em 25/05/2014

De acordo com o site institucional do SporTV¹², a produção de conteúdo esportivo é 100% nacional, somada à cobertura dos principais eventos esportivos internacionais. Atualmente, o canal transmite mais de 5000 eventos de mais de 30 modalidades ao vivo durante o ano, em 72 horas diárias de programação esportiva nos três canais: SporTV, SporTV2 e o SporTV3. Ainda segundo o seu site institucional, o SporTV é assistido por mais de 29 milhões de telespectadores, sendo um dos líderes de audiência dos canais de TV por assinatura no Brasil.

3.3.4 Narradores

a) Galvão Bueno:

Galvão Bueno define a si próprio como “um vendedor de emoções”. Carlos Eduardo Santos Galvão Bueno, nascido no Rio de Janeiro no dia 21 de julho de 1950, é um dos maiores narradores do país, como destaca Schinner (2004, p. 56). Atuando a praticamente 40 anos na profissão de narrador, Galvão já narrou grandes fatos esportivos da história do Brasil. Como por exemplo, os títulos mundiais de formula 1 e a morte de Ayrton Senna, tetra e o pentacampeonato da seleção brasileira de futebol, entre outros grandes fatos históricos do esporte no país. Todos esses grandes momentos, Galvão Bueno narrou segurando o microfone da Rede Globo de Televisão. Schinner (2004, p. 56) afirma que Galvão Bueno é considerado uma espécie de comandante de um avião gigante chamado Rede Globo, com milhões de passageiros a bordo. Nem todos os narradores têm o dom da comunicação, além de estrutura psicológica e a preocupação extrema em administrar os altíssimos índices de audiência de uma emissora como a Globo.

Galvão continua como o principal narrador da Rede Globo, e já está escalado para narrar a final da Copa do Mundo de Futebol 2014, que será realizada em julho de 2014 no estádio do Maracanã na cidade do Rio de Janeiro.

¹² <http://sportv.globo.com/site/institucional.html> Acessado em 25/05/2014

b) Milton Leite

Milton Rodrigues Leite nasceu em São Paulo no dia 5 de março de 1959. Iniciou sua carreira como narrador em 1990. Atuou por mais de 10 anos no canal de TV por assinatura ESPN Brasil, até ser contratado pelo SporTV em abril de 2005. De acordo com o site institucional do SporTV, Milton Leite já participou de coberturas de duas Copas do Mundo, duas Olimpíadas, dois jogos pan-americanos, entre outros eventos esportivos de grande porte. Atualmente Milton é o principal narrador da emissora, foi ele o mentor do programa Linha de Passe, programa de debate sobre futebol, o qual é um dos programas de maior audiência do canal.

4. ANÁLISE DAS TRANSMISSÕES

Este capítulo apresentará a análise de conteúdo elaborada a partir de variáveis pré-definidas sobre o jogo entre Sport Club Corinthians Paulista e Chelsea Football Club, válido pela final do Campeonato Mundial Interclubes, realizado no dia 16 de dezembro de 2012. A partida foi transmitida pelos canais de televisão, Rede Globo de Televisão, canal de TV aberta, e pelo canal SporTV, canal de TV por assinatura. O intuito principal desta pesquisa é apurar se existem diferenças na transmissão de uma partida de futebol, na TV aberta, a qual possui maior audiência, e na TV por assinatura, que possui menor audiência, conforme demonstrado na página 14.

A escolha pelo mesmo jogo de futebol, tem como objetivo realizar uma análise mais precisa, uma vez que as duas transmissões foram executadas sob as mesmas circunstâncias. No entanto, esta pesquisa é sabedora de que os resultados da análise que serão expostos aqui servem para introduzir uma melhor compreensão dessas diferenças, e não como uma reflexão definitiva acerca dessas diferenças, já que há diferentes circunstâncias que podem trazer resultados diferentes, a considerar, características específicas de narração e mesmo as circunstâncias do jogo escolhido. Portanto, o presente trabalho não é, de forma alguma, uma conclusão definitiva, e sim um objeto de estudo que permite maiores aprofundamentos posteriores.

Para apurar se existem diferenças nas transmissões, foram estipuladas variáveis, as quais buscam evidenciar a forma como os jogos são transmitidos, e assim chegar ao resultado final desejável, ou se as transmissões são semelhantes, mesmo sabendo que a Rede Globo atinge cerca de 98% do território nacional, mais de 186 milhões de brasileiros, conforme dados da Ancine – Agência Nacional do Cinema, e a TV por assinatura, que é mais privada, atingindo cerca de 54 milhões de pessoas no país, de acordo com dados da Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações.

4.1 Ritmo

O ritmo da narração entre as duas transmissões é muito similar. Durante a conclusão de cada frase, ou de cada jogada, tanto Galvão Bueno, narrador da partida pela Rede Globo, quanto Milton Leite, narrador pelo canal SporTV, fazem efetivo silêncio por um tempo que

varia de 4 a 7 segundos. Cabe ressaltar que durante todo o transcorrer da partida o silêncio, ou seja, a falta de fala, dos narradores, comentaristas, falta de som ou qualquer intervenção da transmissão, não ultrapassa a marca de 7 segundos.

4.2 Chamadas publicitárias

As chamadas publicitárias estiveram presentes em apenas uma das duas transmissões. Na transmissão da Rede Globo, durante os 95 minutos avaliados, foram realizadas oito chamadas publicitárias, cada uma com duração exata de 15 segundos. No primeiro tempo, foram chamados 3 anunciantes. Na segunda etapa do jogo, os 3 anunciantes foram chamados novamente, e além disso, mais 2 anunciantes que não estiveram presentes no primeiro tempo, também foram anunciados. Totalizando um número de 5 anunciantes. As marcas eram anunciadas por uma voz off, mantendo o tempo de exposição na tela de 15 segundos, seguidos rigorosamente em todas as chamadas publicitárias. No canal SporTV, durante a transmissão do jogo, não foi realizada nenhuma chamada publicitária durante os 95 minutos analisados.



Figura 3: Chamada publicitária canto esquerdo superior da tela. 15 segundos de exposição

A partir deste dado, fica nítido que o fato de a TV aberta possuir maior audiência, sendo direcionada para um público mais homogêneo e maior, atrai mais anunciantes. A TV por assinatura, que possui menor audiência, parece não ser um campo atraente, mesmo

quando se trata de uma transmissão de uma partida de futebol. Entende-se que pelo fato de ser mais popular, a Rede Globo atrai um número maior de anunciantes.

4.3 Formação da equipe de transmissão

Além de Galvão Bueno, locutor, narrador e apresentador, a equipe para transmissão desta partida foi formada pelo ex-árbitro Arnaldo Cezar Coelho, e pelo ex-jogador de futebol, Walter Casagrande. Cabe ressaltar, que esses dois comentaristas não são jornalistas, e atuam como comentaristas pela vivência e experiência no meio do futebol. Arnaldo César Coelho foi árbitro de final de copa do mundo, Casagrande possui intensa ligação com o Corinthians, por ter jogado no passado na equipe, e por ser torcedor declarado do time paulista. Além disso, Casagrande já atuou na seleção brasileira de futebol. O fato de ser ídolo durante a sua carreira como jogador, de alguma forma estreita os laços com a audiência, por já ser um nome conhecido. Os profissionais da área do jornalismo, que também participaram da transmissão pela Rede Globo, foram os repórteres Mauro Naves, que realizou a reportagem da equipe do Corinthians, e Renato Peters, jornalista, correspondente internacional da Rede Globo, que fez a reportagem do time do Chelsea.

Já pelo lado do SporTV, Milton Leite, jornalista, locutor, narrador, comandou a partida. A equipe foi formada, por Vagner Vilaron, jornalista, especializado em esporte, que teceu comentários sobre o jogo, aspectos táticos, e comentários acerca da arbitragem. Paulo César Vasconcellos, editor chefe do canal SporTV, jornalista da área esportiva, e comentarista, que também comentou a partida, além de Roger Flores, ex-jogador de futebol, com passagem pelo Corinthians, e que atua como comentarista no canal. Os repórteres Felipe Brizola, reportagem Corinthians, e André Hernan, reportagem Chelsea, também participaram da transmissão.

A presença de mais profissionais do jornalismo por parte do SporTV, deixa claro que a emissora preza pela qualidade da transmissão, utilizando mais profissionais da área do jornalismo, com senso crítico superior a um ex atleta com pouca instrução. Já a Rede Globo apela para o mais popular, com nomes envolvidos diretamente com o futebol, no caso Arnaldo Cezar Coelho e Walter Casagrande, que são conhecidos no Brasil pelo legado construído dentro de campo, cada um com as suas atribuições. Isso cria uma afinidade com o

público em geral, pois ex-atletas e personalidades do esporte, são mais conhecidas nacionalmente do que os jornalistas especialistas em esporte.

4.4 Tempo de narração

Representando em números o narrador Galvão Bueno da Rede Globo de televisão, utiliza 81 minutos e 3 segundos do tempo em que o jogo transcorre para narrar o jogo e comentar. A partida somando os dois tempos, teve 95 minutos de duração. Durante os mais de 81 minutos em que fez o uso da palavra, Galvão Bueno utilizou 17 minutos e 33 segundos para tecer comentários sobre a disposição tática dos times dentro de campo, características de cada jogador, e dados acerca da partida, enquanto o jogo transcorria normalmente. Comentário como esse, efetuado aos 35 minutos de partida do primeiro tempo.

O menino Oscar talento da seleção brasileira fica no banco de reservas. O técnico do Chelsea Rafa Benitez optou por um meio de campo mais sólido, aí ele escalou o Ramires, que tem mais força defensiva que o Oscar, por ser marcador. A única válvula de escape ofensiva do Chelsea, é o Hazard, que tem velocidade e habilidade. Mas o Oscar poderia muito bem realizar essa função! (BUENO)

Galvão Bueno também utiliza um tempo de 3 minutos e 45 segundos para fazer observações, e comentários que fogem do cenário da partida. Ou seja, comentários aleatórios sobre assuntos diversos envolvendo o universo do futebol, mas que não estão ligados com o jogo que está sendo transmitido. No caso, Galvão faz um breve histórico dos títulos conquistados no Japão pela seleção brasileira e clubes do Brasil. Como por exemplo, esse comentário no minuto 38 do primeiro tempo da partida.

Yokohama, local que o futebol brasileiro tem boas lembranças, aqui a seleção brasileira foi pentacampeã mundial. O São Paulo foi campeão Mundial de Clubes em 2005, no ano seguinte foi a vez do Internacional de Porto Alegre levantar a taça. O Japão dá sorte para o futebol brasileiro. (BUENO)

Galvão Bueno também faz comentário acerca de outro esporte judô, ressaltando que os atacantes do futebol que estão a todo o momento em contato com os zagueiros, devem ter

noções básicas de judô para evitar lesões de ombros e braços, como ele ressalta no minuto 15 do segundo tempo de partida.

O atacante em lance de bola aérea dividida com o zagueiro tem que ter noções de judô. Porque o zagueiro costuma deslocar o atacante no ar, quando ele sobe para cabecear, pode cair desequilibrado, e isso causa lesões. É importante o atacante ter noção de judô, para fazer o rolamento certo quando cai, assim como os judocas, evitando contato direto do ombro com o chão, pra não se machucar. Lesão no ombro é muito frequente em atacantes. (BUENO)

Portanto, Galvão Bueno utiliza 59 minutos e 35 segundos para narrar a partida, descrevendo as situações e jogadas que acontecem enquanto a bola rola. Essa participação do narrador, tecendo comentários, e assuntos que as vezes fogem do contexto do jogo, tem como objetivo criar uma identidade com os telespectadores, uma vez que uma opinião formada, pode ser semelhante a de milhares de pessoas, criando uma relação de simpatia com o narrador. Além disso, Galvão Bueno cita o Internacional de Porto Alegre e o São Paulo Futebol Clube, durante a transmissão, isso de certa forma também chama a atenção de torcedores desses dois times, criando um ambiente familiar na transmissão, despertando interesse dos telespectadores. O tempo utilizado na narração da partida, por Galvão Bueno descrevendo o que acontece dentro de campo

Já o narrador Milton Leite, do canal SporTV é mais comedido nos comentários do ponto de vista. Dos 95 minutos de partida, o narrador utiliza-se de tempo maior que Galvão Bueno para narrar a partida, chegando a marca de 87 minutos e 26 segundos de narração. Milton Leite se dedica mais tempo pra narrar os fatos e as jogadas executadas ao transcorrer do jogo, do que comentários sobre disposição tática das equipes, e características dos jogadores, fatos e dados acerca da partida. Milton Leite utiliza menos tempo que Galvão Bueno, como os números comprovam. O narrador do SporTV utiliza 10 minutos e 8 segundos para tecer comentários com teor tático, técnico sobre atletas e função desempenhada dentro de campo, e dados acerca da partida. Comentário como esse, proferido aos 19 minutos de partida no primeiro tempo.

O time do Corinthians está conseguindo se organizar melhor dentro de campo, em comparação ao jogo da semi final. A equipe está partindo em velocidade quando têm a posse de bola, e quando não têm a bola se recompõe defensivamente do jeito que o Tite gosta, bem rapidinho. (LEITE)

Cabe ressaltar que o narrador Milton Leite, não efetuou comentários sobre assuntos que fugissem do contexto da partida. Diferentemente do narrador Galvão Bueno, como foi citado anteriormente. Este fato deixa claro que o narrador Galvão Bueno participa mais da partida como uma espécie de “mestre de cerimônias” que além de narrar faz comentários sobre o jogo e sobre assuntos que fogem do contexto da partida. Esse posicionamento cria uma identidade mais popular do narrador, simpatizando com torcedores de todo o Brasil, independente do clube que torcem. Isso se dá pela maior popularidade da TV aberta, visto que a narração deve seguir um padrão mais simples sem tantos fundamentos técnicos. O reflexo disso é a formação da equipe de comentaristas, já que a Rede Globo não possui nenhum comentarista com formação na área do jornalismo com especialização na área do esporte. Os seus comentaristas são personalidades que atuaram como profissionais no meio do futebol por muitos anos, no caso, Arnaldo Cezar Coelho ex-árbitro, e Walter Casagrande ex-jogador de futebol.

Na contramão disso, o SporTV possui uma transmissão mais técnica. O narrador Milton Leite usa mais o tempo para narrar o jogo, descrevendo o que acontece dentro de campo com mais frequência. Além disso, comentários elaborados durante o jogo são exclusivamente embasados no contexto da partida, em nenhum momento o narrador efetua comentários que fogem do contexto do jogo, diferentemente da narração em TV aberta. Portanto, pode-se concluir que a transmissão em TV por assinatura é mais técnica, deixando de lado o apelo popular. O que reforça essa tese é a formação da equipe de transmissão, a qual possui três comentaristas, sendo que dois desses são profissionais do jornalismo com especialização na área esportiva. Isso se deve ao fato de a TV por assinatura ser mais elitizada, conforme comprovado no capítulo 1, página 18. Deste modo, o canal SporTV preza por uma transmissão mais consistente, com maior tempo de narração e com comentários mais voltados para o jogo em si, deixando de lado o apelo popular, ao contrário da Rede Globo.

Tabela 1: Tempo consumido por cada narrador, comentários e narração.

NARRADOR	Tempo de narração	Comentários sobre o jogo	Comentários sobre assuntos não referentes ao jogo	Tempo consumido
Galvão Bueno	59 m 35 s	17 min 33s	3 m 45 s	81m 3s
Milton Leite	77 min 18 s	10 min 8 s	_____	87m 26s

Lembrando, que o tempo destinado a repórteres e narradores não foi levado em consideração na análise, somente o tempo consumido pelos narradores que são os âncoras da transmissão. Cabe ressaltar também que pesquisa não levou em conta o uso ou não de vocabulário específico do futebol, como o uso de jargões entre outros fundamentos de linguagem, sendo que esses fundamentos são características de cada narrador, e variam de um para o outro.

4.5 Análise das diferenças constatadas nas transmissões

As duas transmissões se mostraram diferentes em grandes partes das variáveis elencadas para chegar a conclusão desta pesquisa. O primeiro quesito que aponta a diferença é em relação as chamadas publicitárias, as quais são frequentes na transmissão de TV aberta, e são inexistentes na TV por assinatura. Os anunciantes que patrocinam a transmissão optam por investir na TV aberta por ser um mercado mais amplo e diversificado, atingindo uma maior camada da população, e todas as classes econômicas de uma forma mais efetiva. Esse fato pode explicar o porque da transmissão da Rede Globo de televisão ter oito chamadas publicitárias durante os 95 minutos de bola rolando.

Tabela 2: Variáveis que mostram as diferenças nas transmissões em números

VARIÁVEIS	REDE GLOBO	SPORTV
Chamadas Publicitárias:	8	0
Comentaristas: Personalidades (ex-altetas, ex-árbitros, etc...)	2	1

Comentaristas: Profissionais do jornalismo, especialistas em esporte:	0	2
Narrador: Tempo consumido em comentários dentro do contexto da partida	17 min 33s	10 min 8 s
Narrador: Tempo consumido em comentários fora do contexto da partida	3 m 45 s	_____
Narrador: Tempo dedicado para narrar o jogo. Descreve os fatos que acontecem dentro de campo	59 m 35 s	77 min 18 s

Enquanto o canal SporTV durante a sua transmissão não teve nenhuma chamada publicitária. Por ter menor audiência e pelo fato de a maioria da audiência possuir maior poderio financeiro econômico, sendo oriundos das classes econômicas A e B, de certa forma não atrai tanto os anunciantes. Além disso, a audiência dos canais de TV por assinatura é bastante segmentada, por oferecer um vasto de leque de opções de programação, como filmes, séries, entretenimento, jornalismo, entre outros diversos gêneros de televisão. Conforme pesquisa do Ibope Mídia¹³, os canais de séries e filmes são o principal alvo do mercado publicitário, este fato talvez explique o motivo de o canal SporTV não possuir inserções de anunciantes durante a sua transmissão. Ao contrário da Rede Globo, que é a emissora com maior audiência no Brasil, conforme comprovado na página 40.

13

http://www.meioemensagem.com.br/mediaObject/home/indicadores/TV_por_assinatura/original/TV_por_assinatura.pdf Acessado em 23/05/2014

Partindo para a formação da equipe de transmissão, outra diferença entre as transmissões. A Rede Globo opta por comentaristas com maior apelo popular, no caso ex-profissionais do meio futebolístico. Walter Casagrande já atuou pela seleção brasileira e também pelo Sport Club Corinthians Paulista, durante a sua carreira como jogador profissional, deste modo, Casagrande possui maior popularidade com a audiência, por ser conhecido por aquilo que fez dentro de campo, quando ainda era atleta. O comentarista de arbitragem da Rede Globo na transmissão, Arnaldo Cezar Coelho, foi o primeiro árbitro de futebol brasileiro a apitar uma final de Copa do Mundo. Também sendo uma figura popular no país, por ter se consolidado com um dos maiores árbitros de futebol já surgidos no país.

O canal SporTV deixa de lado o apelo popular, buscando uma transmissão mais técnica. A sua equipe é constituída por dois profissionais do jornalismo, especialistas em esporte; Wagner Villaron e Paulo Cesar Vasconcellos. No entanto, o SporTV também conta com um ex-atleta na sua equipe, Roger Flores, ex-jogador de futebol, com passagem pelo Corinthians. Mesmo assim, os aspectos técnicos são mais comuns na TV por assinatura. Os narradores também possuem diferenças, baseadas nessas diretrizes. Galvão Bueno faz o perfil mais popular, com comentários que fogem ao contexto do jogo. Além disso, BEUNO consome mais tempo comentando a partida do que o narrador Milton Leite, que por sua vez utiliza a maioria do tempo da partida para narrar o jogo, descrevendo o que acontece dentro de campo. Milton não efetua durante os 95 minutos de bola rolando nenhum comentário que fuja do contexto da partida.

Assim sendo, a transmissão da Rede Globo possui maior apelo popular, em busca da maior parte da audiência, com uma transmissão voltada para um lado menos técnico, criando laços com telespectadores. Já o SporTV mantém uma base mais técnica apresentada uma transmissão mais didática e fiel à partida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a elaboração e conclusão deste trabalho foi possível apontar aspectos que até certo ponto estavam despercebidos e que agora vieram à tona. Realmente existem algumas diferenças na transmissão de uma partida de futebol em Tv aberta e em Tv fechada. A maior audiência da Tv aberta contribui muito para que essas diferenças sejam caracterizadas. A forma com que Galvão Bueno conduz os 95 minutos analisados da transmissão remete ao popular. Galvão gosta de comentar o jogo, de fazer colocações, de pautar assuntos que não são coerentes com a partida que está transmitindo, mas que de certa forma atraem a atenção daqueles que não possuem interesse no jogo. Isso se deve à grande audiência e o enorme alcance que a Rede Globo tem no país.

A narração de Milton Leite pelo canal de Tv por assinatura é mais voltada para o jogo em si, para aquilo que acontece dentro de campo, com comentários elaborados a partir das situações que o jogo propõe. O narrador do SporTV tece comentários durante o jogo, porém, não na mesma intensidade e frequência que Galvão Bueno. Esse lado mais didático mostra que o canal SporTV não se apega ao apelo popular, e tenta ser mais técnico e fiel a partida. Essa diferença se dá pelo fato de o canal possuir uma audiência mais limitada em números, ou seja, menos alcance, além de ser mais seletiva, pois a maioria dos telespectadores são de classe média alta.

É importante ressaltar que foram analisadas apenas duas transmissões, e essas demonstraram diferenças em seus andamentos. Porém, para se chegar a um resultado mais efetivo propõe-se, para um melhor aprofundamento a partir dos resultados obtidos, a análise de um corpus maior de partidas com outros profissionais envolvidos.

O levantamento histórico sobre as transmissões esportivas no Brasil que se iniciaram no rádio no ano de 1931, mais de duas décadas depois foram preconizadas na televisão, foi extremamente importante para conhecer a história do rádio e da televisão esportiva no Brasil, e a sua relação com as transmissões de jogos de futebol. Essa abordagem histórica serviu como suporte para que a análise fosse elaborada da melhor maneira possível. Esse tema é extremamente amplo e deverá ser abordado futuramente através de novos estudos e de análises mais aprofundadas com maior embasamento e uma quantidade maior de material a ser explorado. No entanto, como a análise de uma transmissão de futebol é um estudo minucioso e bastante amplo. Diversos elementos devem ser levados em consideração para diferenciar uma transmissão esportiva. Essa pesquisa inicial serve como pontapé de partida

para novas pesquisas que nos levarão até um resultado definitivo e absoluto.

Existem diferenças na transmissão de uma partida de futebol em TV aberta e em TV fechada. O ponto de partida para que essas diferenças sejam consolidadas é que as duas emissoras de televisão que transmitem o jogo são diferentes no ponto de vista de audiência. A televisão aberta pode ser assistida por qualquer cidadão, sem nenhum custo, basta ter em sua residência um aparelho de televisor. Já o acesso a TV por assinatura só é possível mediante a pagamento de mensalidade, e muitos cidadãos brasileiros não possuem condições de arcar com esse serviço em sua residência. Essa diferença na popularidade e no alcance das duas transmissões fica evidenciada nas inserções de publicidade durante a partida, onde a Rede Globo teve oito chamadas publicitárias e o SporTV nenhuma.

A transmissão de uma partida em TV aberta se mostra mais popular, com fundamentos que buscam criar uma identidade e aproximação com a audiência. É nesse aspecto que os profissionais designados para comandar a transmissão, no caso da Rede Globo, são estrelas, que atuaram por anos no universo do futebol e são conhecidas por todos os brasileiros que acompanham o esporte. Além disso, o narrador, no caso Galvão Bueno, tenta ser o mais popular possível tecendo comentários sobre diversos assuntos para atrair a atenção de todos, até mesmo de quem não acompanha muito o futebol. Um exemplo desta afirmação é o comentário que o narrador faz sobre judô em meio a partida. Galvão também fala de títulos da seleção brasileira, de títulos de clubes brasileiros, como do Sport Club Internacional e São Paulo Futebol Clube, criando identificação com torcedores de todo o país. Esse apelo que o narrador da Rede Globo faz para atrair a audiência está ausente na transmissão do canal de TV por Assinatura SporTV. Milton Leite não tece nenhum comentário que fuja do contexto do jogo, comentários semelhantes aos de Galvão Bueno. O tempo consumido por Milton Leite para narrar a partida é maior que o utilizado pelo narrador da Rede Globo.

A análise das duas transmissões mostrou que existem diferenças na transmissão de uma partida de futebol em Tv aberta e em Tv fechada, partindo da perspectiva da diferença de audiência e alcance das emissoras de televisão. Cabe ressaltar que para se chegar a um resultado mais efetivo seria necessário analisar um número maior de jogos, porém, essa pesquisa é preliminar, e terá continuidade no futuro.

REFERENCIAS

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Almedina Brasil, 2011

BRITTOS, Valério Cruz. *A Oligopolização do Mercado Brasileiro de TV por Assinatura*. Em < <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/1045bc35e1fa87cb6347b93490ab9b80.PDF> > Acesso em 10 de abril, de 2014.

LEAL, Plínio Marcos Volponi. *Um olhar histórico na formação e na sedimentação da TV no Brasil*. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/7o-encontro-2009-1/Um%20olhar%20historico%20na%20formacao%20e%20sedimentacao%20da%20TV%20no%20Brasil.pdf> > Acesso em: 5 de abril, de 2014.

LOPES, Denise Maria Moura da Silva. *Avanço da TV por Assinatura e o Desligamento dos Canais Analógicos Abertos: Paralelas que se Cruzam*. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0812-1.pdf> > Acesso em: 6 de abril, de 2014.

MATHEUS, Leticia Cantarella. *Marcos e Problemas da História da Televisão no Brasil*. Disponível em: < <http://www.unicentro.br/rbhm/ed02/resenhas/01.pdf> > Acesso em: 9 de abril, de 2014.

MATTOS, Sergio. *Um perfil da TV Brasileira*. Disponível em: < <http://www.andi.org.br/sites/default/files/legislacao/02.%20Um%20perfil%20da%20TV%20brasileira.%2040%20anos%20de%20hist%C3%B3ria.pdf> > Acesso em: 6 de abril, de 2014.

POSSEBON, Samuel. *Tv por assinatura: 20 anos de evolução*. São Paulo: Seta, 2009.

RAMOS, Murilo César. *A TV por Assinatura no Brasil: conceito, análise e perspectivas*. Em < <http://www.danielherz.com.br/system/files/acervo/DANIEL/TV+a+cabo/A+TV+por+Assinatura+no+Brasil.pdf> > Acesso em: 6 de abril, de 2014.

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

ROSSETO, Graça Penha Nascimento. *Os Estudos da TV por Assinatura no Brasil*. Disponível em < http://www.ancine.gov.br/media/SAM/2008/teses_monografias/RossettoGracaEstudos.pdf > Acesso em: 9 de abril, de 2014.

SCHINNER, Carlos Fernando. *Manual dos Locutores Esportivos*. São Paulo: Panda, 2004.

SOARES, Edileuza. *A bola no ar: O rádio esportivo em São Paulo*. São Paulo: Summus, 1994.

TORVES, José Carlos. *Televisão Pública*. Poro Alegre: Evangraf, 2007.