
A Vitória dos Bordões: o Uso do Infotainment na Narração Esportiva de TV ¹

Renata de Paula dos SANTOS ²

José Carlos MARQUES ³

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Bauru, SP

Resumo

As décadas de 1980 e 1990 representam o aprofundamento da discussão, do ponto de vista acadêmico, do conceito do infotainment. A prática, que já pode ser percebida no que é classificado como jornalismo tradicional, consiste em oferecer ao público, de maneira simultânea, informação e entretenimento. Este artigo, por meio de uma pesquisa exploratória e descritiva, procura analisar a presença do entretenimento nas narrações esportivas na televisão brasileira. O objeto de estudo são as construções discursivas dos locutores Silvio Luiz e Rômulo Mendonça. De maneira preliminar, foi possível perceber que recorrer a piadas e bordões é uma prática frequente na narração esportiva.

Palavras-Chave: Infotainment; jornalismo esportivo; narração esportiva; Silvio Luiz; Rômulo Mendonça.

Pontos de partida

Este artigo busca um recorte do infotainment nas transmissões esportivas de televisão, por meio de um olhar que se estabelece a partir de dois pontos iniciais: o desenvolvimento de pesquisas a respeito do tenuous distanciamento entre a informação e entretenimento na produção de conteúdo noticioso; e o destaque que esta tendência obtém no jornalismo esportivo. Como elementos norteadores para a verificação do entretenimento na narração esportiva foram escolhidos dois profissionais: Silvio Luiz e Rômulo Mendonça. Eles são apenas exemplos em um cenário profissional bem mais amplo e que teve seu início com as transmissões esportivas no rádio. Este artigo também é um mapeamento de referências e perspectivas que podem ser adotadas em pesquisas futuras a

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, do XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp). Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina (UEL) e graduada em Comunicação Social: Jornalismo pela mesma instituição. E-mail: renatapstos@hotmail.com.

³ Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp). Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. E-mail: jose.marques@unesp.br.

respeito do mesmo tema. Contudo, esta reflexão se apresenta como uma pesquisa exploratória, permeada por características descritivas, já que é um movimento de aproximação ao objeto de estudo, a partir do problema *Como o infotainment pode ser percebido no jornalismo esportivo brasileiro?*

O infotainment não é uma condição exclusiva do esporte e se efetiva em uma prática com, ao menos, duas manifestações. Pode ser percebido em formatos tradicionais – e que já alcançaram maior credibilidade junto ao público – como uma tentativa de agradar quem está do outro lado, a partir da quebra de blocos de informação que resumem os principais assuntos daquela edição; ou em formatos mais característicos daquilo que é definido pela academia como sensacionalismo, em busca de incremento da audiência. Não é raro encontrar em programas vespertinos assuntos que ganharam destaque no jornalismo tradicional.

Informação e entretenimento no texto jornalístico

O infotainment, ou *infotainment*, considerando a expressão na língua inglesa, tem se destacado entre as empresas de comunicação e influenciado também o fazer jornalístico. Carregado de hibridismos e estabelecido na intersecção entre gêneros, o formato parte da entrega simultânea ao público de informação e de entretenimento. De acordo com Fabia Angélica Dejavite, que é uma das principais referências do infotainment no Brasil, esta prática “não é necessariamente uma tendência, mas se entende que ele pode ratificar um exercício corrente na práxis jornalística atual.” (DEJAVITE, 2003, p. 64).

Ana Carolina Temer (2012) aponta que, em muitos momentos, este enquadramento atribuído às coberturas esportivas entra em choque com a disputa que, de fato, se estabelece dentro de quadra (campo, arena, pista, piscina, ginásio, espaço urbano etc.). O tom de leveza está na apresentação, mas não se efetiva no ambiente de disputa, quando os competidores ‘brigam’ pelo melhor desempenho e, por extensão, pela vitória.

Já Itânia Maria Motta Gomes (2008, p. 96) pontua que a ampliação do debate sobre o “estreitamento das fronteiras” entre o jornalismo e o entretenimento data das últimas décadas do século XX, que coincide com a transmissão televisiva da primeira Guerra do Golfo e com a consolidação dos grandes conglomerados internacionais de mídia, que eram responsáveis pela produção de conteúdos jornalísticos e de entretenimento.

[...] é fundamental considerar o *infotainment* à luz das discussões anteriores sobre entretenimento, considerando como um valor das sociedades ocidentais contemporâneas que se organiza como indústria e se traduz como um conjunto de estratégias para atrair a atenção de seus consumidores, e sobre jornalismo, considerando como uma construção social que configura a partir da conjunção entre determinadas possibilidades tecnológicas e determinadas condições históricas, sociais, econômicas e culturais. (GOMES, 2008, p. 107).

Dejavite analisou como o jornalismo de infotenimento se apresenta sobretudo no meio impresso, considerando o conteúdo publicado pelo jornal *Gazeta Mercantil*, que se caracteriza, no jargão profissional, como um formato recheado de *hard news* no qual a economia é o tema prioritário. Ao avaliar a integração entre o jornalismo e o entretenimento, a autora indica que as notícias rápidas, de fácil entendimento e divertidas, o que é classificado por ela como notícias *lights*, advêm de solicitações apresentadas pelo próprio leitor ao jornal. A análise ainda constatou que o público está em busca de conteúdo que o satisfaça, do ponto de vista informativo, e que ainda assim possa distraí-lo. Neste aspecto, o discurso do jornalismo de infotenimento não está restrito à televisão e é composto pelas seguintes características:

- a) textos leves e atraentes, que introduzem o leitor diretamente no assunto por meio de uma linguagem coloquial e fluente. O leitor vivencia a história (interage com a notícia) e, principalmente, identifica-se e diverte-se com ela;
- b) uso de adjetivos e advérbios;
- c) utilização de uma diagramação dinâmica com o aproveitamento do espaço;
- d) estímulo à capacidade de distração, às aspirações, às curiosidades, aos ajustes de contas, à possibilidade de extravasar as frustrações e nutrir a imaginação. além, claro, da ocupação do tempo livre;
- e) foco à personalização, dramatização de conflitos e revelação de segredos. (DEJAVITE, 2006, p. 99).

Com base nas características apontadas acima, que foram se consolidando com o passar do tempo como elementos definidores do jornalismo de infotenimento, considera-se que as editorias ou temas que mais estejam ligados a esse formato sejam comportamento, esporte, gastronomia, moda e celebridades. No entanto, o infotenimento não sobrevive apenas das *soft News*; ele também está presente nas *hard news*, e exemplo disso é a tese de doutoramento de Dejavite, citada anteriormente.

Jornalismo + entretenimento = uma adição pouco analisada

O neologismo infotainment divide opiniões entre jornalistas e acadêmicos. Essa condição se explica porque “em geral, há diferenciações que sugerem que as notícias são informativas, enquanto o divertimento não o é.” (DEJAVITE, 2006, p. 72). A partir desta leitura, a informação é apresentada a partir de uma matriz positiva, mas o mesmo não acontece com o entretenimento. A percepção permanece centrada na compreensão de que o jornalismo está diretamente relacionado à formação da opinião pública e deve se estabelecer a partir de fatos concretos, enquanto o entretenimento está ligado à ficção. Alguns teóricos, como a pesquisadora supracitada, consideram que essa concepção precisa ser alterada, tomando como base a influência que a tecnologia exerce sobre o fazer comunicativo. Dejavite (2006) aponta que a prática, atualmente dominante, de estabelecer uma relação de distanciamento, quase de oposição, entre informação jornalística e entretenimento terá que ser mudada.

Em *O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico*, Gomes (2008) afirma que o entretenimento costuma ser visto a partir de uma ótica depreciativa. Muitos trabalhos que se propõem a analisar o entretenimento o fazem a partir de uma lógica que aponta para o empobrecimento do respectivo conteúdo. Enquanto a filosofia se estabelece como a busca pelo conhecimento a partir da racionalidade, o entretenimento é tido como um elemento que corrompe e prejudica o sujeito. Mas, em uma tentativa de entender a complexidade do momento atual, Gomes (2008, p. 98) propõe que:

[...] o entretenimento parece ser um excelente ponto de partida para a compreensão das transformações culturais do mundo globalizado das tecnologias digitais, já que parece como uma categoria suficientemente ampla e partilhada – o que de modo algum significa afirmar que o entretenimento tem um sentido unívoco e transparente que atravessa culturas, sociedades e tempos históricos distintos. Ao contrário, o sentido do entretenimento é altamente contextual, tanto do ponto de vista semântico quanto do julgamento do valor sobre os seus produtos. Mas, de todo modo, o fenômeno do entretenimento tem caracterizado o que chamamos hoje de cultura global. (GOMES, 2008, p. 98-99).

Tanto no campo profissional, como na academia, existe esse olhar polarizado quanto ao infotainment. Ainda de acordo com Gomes (2008), o infotainment é um conceito que precisa ser mais explorado pelos pesquisadores da área da comunicação,

entendendo, com mais propriedade, como esse processo se estabelece. Para a autora, a junção entre informação e entretenimento:

[...] ainda carece de consistência conceitual. Até porque ele tem se prestado mais à qualificação de certos produtos, à adjetivação que dá expressão ao mal-estar que o embaralhamento de fronteiras provoca. A análise dos seus usos nos leva a perceber que tanto quando se refere aos produtos, quanto quando se refere às estratégias e aos conteúdos, a expressão *infotainment* comporta algumas nuances. (GOMES, 2008, p. 106).

Vale ressaltar que o objetivo desta breve reflexão e de trabalhos mais amplos que estão em fase de desenvolvimento ⁴ não são o de estabelecer uma lógica abertamente positiva com relação ao entretenimento, mas o de pensar que essa prática merece mais reflexão, já que ela é ofertada para milhões de consumidores de conteúdo noticioso diariamente.

Jornalismo esportivo: o espaço do infotainment

É cada vez mais comum associar o infotainment ao jornalismo esportivo, que se caracteriza por um tom mais leve, ainda quando está inserido nos telejornais tradicionais ou às revistas eletrônicas. Em opções essencialmente esportivas, é lugar comum a descontração e um roteiro que, às vezes, tende ao improviso, como no *Jogo Aberto*, apresentado por Renata Fan nas manhãs de segunda a sexta-feira na Band. As piadas, os memes e as avaliações ambíguas são impulsionados por vários participantes da atração, mas estão centrados na figura do ex-jogador, e agora comentarista, Denilson. Esses exemplos, embora recentes e efetivos, não podem limitar a relação entre o jornalismo esportivo e o entretenimento.

De acordo com Marques (2015, P. 217), independente do suporte, o tratamento que o esporte recebe no Brasil é basicamente o mesmo; um movimento para quebrar a sisudez que está presente em outras editorias, como as tradicionais política e economia. Essas características datam da década de 1960, quando o humor passou a integrar as transmissões esportivas. Se no rádio, o locutor prima por uma descrição exagerada dos lances, o que influenciou, em certa medida, o que hoje é transmitido pelos canais de televisão, no jornalismo esportivo impresso, o texto, via de regra tem uma linguagem

⁴ A autora estuda como formatos de entretenimento se valem da informação jornalística para alcançar o humor. O coautor é o orientador desta pesquisa.

mais coloquial, uma diagramação menos formal e mais colorida, além de manchetes mais chamativas.

Já virou tradição nas noites de domingo, durante *O Fantástico* na TV Globo, o jornalista Tadeu Schmidt apresentar os destaques da rodada do futebol acompanhado de cavalinhos que representam os clubes que disputam o Campeonato Brasileiro. Além disso, outros quadros já se tornaram marcantes no mesmo programa, como o *Inacreditável Futebol Clube*, quando o atleta desperdiça chances de gol bastante claras e, por consequência, é escalado para um time com outros profissionais com o mesmo retrospecto ou, de repente, a possibilidade de pedir uma música ao marcar três gols em uma mesma partida, o popular *hat-trick*.

A estratégia antropomórfica com os cavalinhos, por mais que seja bem recebida pela audiência, não é propriamente uma novidade. Nas Copas do Mundo de 1990, disputada na Itália, e em 1994, quando o Brasil conquistou o tetracampeonato diante da Azzurra nos Estados Unidos, o personagem Amarelinho, que na verdade, era uma bola de futebol que reagia ao desempenho da Seleção Canarinho em campo, já tinha essas características. No entanto, para além disso, e necessariamente como um marco televisivo, destaca-se a Zebrinha da Loteria Esportiva, que foi criada na década de 1960 pelo cartunista Mauro Borja Lopes. A personagem interagia com o apresentador Léo Batista no mesmo *Fantástico* da TV Globo; enquanto o apresentador anunciava o resultado das partidas, ela indicava qual a coluna deveria ter sido marcada pelo apostador. A opção por uma zebra faz referência aos resultados inesperados nas rodadas, quando um time favorito é derrotado por uma equipe de menor expressão.

Como exemplos recentes do entretenimento como um elemento importante no jornalismo esportivo, temos a veiculação de formatos, principalmente televisivos, que se efetivam apenas em virtude de torneios específicos. Na televisão aberta, já se tornou uma atração consolidada o programa *Central da Copa*. Em 2018, em razão do Mundial disputado na Rússia, o programa que reúne informações sobre os jogos, entrevistas e convidados teve a edição reduzida em virtude da queda do Brasil contra a Bélgica, pelo placar de 2 a 1, nas quartas de final. O formato, que estimula a participação da plateia, contava com o apresentador Tiago Leifert e o comentarista Caio Ribeiro no elenco.

Ainda nesta perspectiva, mas considerando os canais de televisão por assinatura, o *Seleção SporTV* abriu espaço para que o comentarista e ex-jogador sérvio Dejan Petković recitasse poemas, escritos por ele mesmo, tomando como base as partidas analisa-

das. Ainda na *SporTV*, Felipe Andreoli e Maurício Meirelles comandaram o *Zona Mista*, com a promessa de analisar os principais fatos do Mundial de futebol de 2018 a partir de uma leitura bem humorada. Nas redes sociais, a principal vertente de entretenimento na Copa da Rússia se consolidou a partir do mascote da Seleção Brasileira, o tradicional Canarinho, mas que acabou recebendo a definição de Canarinho Pistola, devido à expressão facial “agressiva” em comparação com os personagens de outros mundiais.

Mais um exemplo recente de infotainment aplicado a conteúdos esportivos está no quadro *Soy Loco Por Copa América*. Em virtude da disputa da edição 2019 do torneio sul-americano em solo brasileiro, o jornalista e humorista Marcelo Adnet ganhou destaque nos canais de televisão do Grupo Globo, tanto na rede aberta quanto nas opções por assinatura, com paródias dos principais narradores da empresa. Os esquetes ganharam veiculação na *Globo*, *SporTV* e também na internet, a partir do *Globo Esporte*. Além das caracterizações, Marcelo Adnet abordava elementos factuais ao longo da disputa do campeonato.

Este cenário, que associa entretenimento e informação, pode ser, em certa medida, uma espécie de inversão do que realmente é valor-notícia quando o assunto é jornalismo esportivo. Por vezes, o recorte escolhido pelas emissoras toma como base a vida pessoal dos atletas e esquece a trajetória esportiva e até mesmo o desempenho nas competições. Para Marques (2015, p. 216):

Pouco há de investigativo ou de reflexivo nas matérias sobre clubes, federações, entidades, competições, etc. O mais importante é saber com quem o astro está namorando, qual marca de perfume ou de carro ele prefere, onde passará as férias de meio e ano, entre outras futilidades. Por outro lado, nas transmissões esportivas, as quais estão subordinadas à categoria entretenimento, a seriedade impera em diversos momentos, a fim de que se mantenha a tensão e a dramaticidade da disputa.

Vemos assim um rigor do público quanto às transmissões esportivas, algo que não ganha sempre o mesmo correlato quando se trata da cobertura ordinária da cena esportiva, para além dos dias de jogos e competições. Entretanto, mesmo as narrações do esporte, no rádio ou na televisão, também não ficaram incólumes ao advento do humor, como poderemos verificar ao acompanhar o trabalho de dois locutores: o veterano Silvio Luiz, e uma das maiores revelações dos últimos anos, Rômulo Mendonça.

De “Olho no Lance” à “Ragatanga”: as diferentes formas de narrar

A narração é um relato do que acontece durante a disputa esportiva. Se no rádio, como já lembrado, muito pela ausência da imagem e pela tentativa de manter a audiência, os locutores partem para a emoção e exageram intencionalmente em alguns lances, na televisão isso é facilmente percebido por quem está diante da tela. Temer (2012, p. 300) afirma que a transmissão ao vivo de uma disputa esportiva se configura enquanto formato híbrido, no qual estão relacionados inúmeros profissionais, que assumem distintas funções, mas vinculados a uma estrutura já consolidada, que parte do narrador, do repórter e também do comentarista, posição cada vez mais ocupada por ex-atletas:

Considerando a categoria entretenimento, o gênero quantitativamente mais presente é a transmissão ao vivo de partidas e disputas. Neste conjunto destaca-se um claro hibridismo nos conteúdos: transmissões ao vivo usam repórteres e formatos jornalísticos tanto nas chamadas quanto no decorrer das transmissões, e a cobertura jornalística do esporte usa vários recursos de ilustração (em geral informatizados) para “colorir” a informação.

Durante o prêmio Craque do Brasileirão 2010, Adnet foi convidado para participar da cerimônia oficial, que é uma parceria entre a Rede Globo e a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), entidade que regulamenta a categoria no país e organiza as principais competições esportivas. O prêmio nesta edição coroou o Fluminense, que conquistou o título da principal disputa nacional de clubes. O ponto alto da apresentação de Adnet, referendado pela reação da plateia, foi a narração do mesmo lance no rádio e na televisão⁵. Enquanto a descrição do primeiro era efetivada pelo excesso de informação (narração da jogada, signos sonoros, carga emotiva, publicidade e informações técnicas, como o tempo que faltava para a conclusão do jogo), o segundo estava centrado na imagem, com uma participação menor do narrador, dando mais espaço à interação com o repórter e com o comentarista, bem como a inclusão de signos que determinavam o andamento de outras partidas (a bolinha que aparece na tela e indica que um gol foi marcado em outro jogo). Este exemplo sugere como o entretenimento está presente na relação que o público brasileiro estabelece com o esporte, sendo estimulada pela entidade responsável pelo torneio e pelo principal meio de transmissão das partidas.

⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=l3t3zIdJrcA>. Acesso em 20 jun. 2019.

Nas próximas linhas, serão realizadas breves exposições a respeito de dois narradores esportivos que adotam uma leitura mais metafórica das partidas. Não se trata aqui de uma tentativa de encerrar o assunto ou de determinar que eles sejam os dois únicos exemplos neste cenário. Como tudo até aqui, esta escolha se consolida apenas como um recorte.

De um lado, temos Silvio Luiz, um profissional que está há décadas no mundo esportivo, com passagens por várias emissoras e até mesmo com dublagens para *games*, e que é apontado como o autor de vários bordões que se tornaram significativos para o universo da narração esportiva brasileira; de outro lado, um jovem narrador que tem levado os memes da internet para a quadra de basquete. Rômulo Mendonça ganhou destaque entre o público da ESPN Brasil, primeiro ao trabalhar nos Jogos Olímpicos de 2016, depois com torneios americanos, como a liga de basquete (NBA) e a liga de futebol americano (NFL). Em 2018, ao comentar em uma das transmissões que nunca havia viajado aos Estados Unidos para acompanhar a final do campeonato de basquete, o público realizou uma campanha, com um caráter mais informal, a partir do envio de mensagens à emissora para que ele fosse o profissional enviado para as rodadas decisivas, o que de fato ocorreu.

“Pelos barbas do profeta!”

Em 2018, em uma entrevista concedida à Agência Brasil, o narrador Silvio Luiz indicou que o time comandado pelo técnico Tite não era mais soberano dentro das quatro linhas, perdendo espaço para outras seleções. À época, dois dias após o início da Copa do Mundo disputada na Rússia e que foi vencida pela França, o veterano destacou que os elencos de outras grandes seleções, como o da própria campeã do mundo, da Alemanha, da Espanha e da Inglaterra também teriam condições de brigar pelo título. Silvio Luiz é reconhecido por ter integrado a importante equipe esportiva da *TV Record*, no final dos anos 1970, comandada por Raul Tabajara, enquanto narrador, e Paulo Planet Buarque na função de comentarista. Ele começou como repórter de campo e depois se tornou narrador. Mas antes disso, já havia alcançado destaque como profissional do jornalismo esportivo. Com uma trajetória que, até a publicação deste artigo, somava 65 anos de profissão e nove Copas do Mundo, Sílvio Luiz é reconhecido por um jeito emblemático de narrar, permeado por muitos bordões que ganharam destaque entre os amantes de futebol.

O profissional alcançou o auge na carreira nos anos 1980, quando integrou a equipe esportiva comandada por Luciano do Valle, na *Rede Bandeirantes* (atual *Band*). O grupo conquistou o sucesso e consolidou a emissora como o canal do esporte, antes mesmo da segmentação proveniente dos canais por assinatura. Silvio Luiz pontua que a narração esportiva não deve se limitar a apresentar ao público o que ele vê na tela.

Sabe uma coisa que eu detesto na transmissão de televisão? Grito e óbvio! Se você tem uma imagem, eu não preciso dizer o que você está vendo. Eu não digo que eu sou um narrador de televisão, eu digo que eu sou um legendador de imagem. Então, se você perceber, eu nunca digo que ele pegou com o pé direito, eu nunca digo onde é que ele 'tá', eu nunca digo que ele subiu, eu nunca digo que ele desceu... (LUIZ, 2017).

Estruturados em metáforas, Silvio Luiz utiliza bordões para descrever o que está na tela. Suas narrações contam com expressões como “balançou o capim no fundo do gol”, para indicar a alteração no placar; “pelas barbas do profeta” ou “o que é que eu vou dizer lá em casa?”, diante de jogadas improváveis; ou mesmo “agora é fechar o caixão e beijar a viúva”, para indicar que a vitória está consolidada. Em entrevista concedida ao Portal UOL, em 2017, o narrador explicou como surgiu a expressão “foi, foi, foi, foi ele”:

Como, de há muito tempo eu não vou ao campo de futebol, para ver o jogo de lá, eu faço aqui do tubo, nem sempre a transmissão dá detalhes para você que você deveria saber. Aquilo, nada mais é, do que a muleta que eu uso. Foi, foi, foi, enquanto a Câmara não me mostra quem foi, eu fico falando. Quando eu não consigo ver ou quando a imagem não me mostra, aí eu pergunto: e aí, quem é que foi? Pronto! O cara que 'tá' lá embaixo fala: foi fulano de tal! (LUIZ, 2017).

Não é apenas no rádio ou na televisão que Silvio Luiz agrada ao público. O narrador há mais tempo em atividade no Brasil alcançou reconhecimento na cultura popular. Os seus bordões e a voz inconfundível já ganharam destaque em realidades que transcendem o esporte, como a publicidade, os videoclipes, videogames e a publicidade. Como repórter de campo, ele era apontado como um excelente profissional, com muita facilidade para apurar as informações. Antes de tudo isso, Silvio Luiz também foi árbitro de futebol.

“Ele está possuído pelo ritmo ragatanga”

Desde 2011, o jornalista Rômulo Mendonça integra a equipe da *ESPN Brasil*. Com uma trajetória profissional iniciada no rádio, ele obteve reconhecimento nacional em 2016 ao narrar os Jogos Olímpicos. Na competição disputada no Rio de Janeiro, o jornalista mineiro utilizou referências da cultura popular para narrar os jogos de vôlei. O torneio representou a popularização de Rômulo Mendonça e também auxiliou no desempenho da emissora frente à concorrência. A *ESPN Brasil* alcançou a vice-liderança entre os canais por assinatura durante a transmissão dos Jogos Olímpicos. As piadas e as referências a fatos atuais são uma constante no modo como ele apresenta as jogadas aos espectadores. Não por acaso, as respostas do público nas redes sociais são crescentes ⁶.

Pelas oitavas de final do torneio feminino de vôlei da Rio-2016, o Brasil enfrentou o Japão, vencendo o jogo por 3 a 0. Já no final do terceiro set, Rômulo Mendonça se valeu da música *Ragatanga*, da banda Rouge, que fez sucesso no início dos anos 2000, para descrever uma jogada da brasileira Gabi. O ponto foi descrito a partir de um “ase-rehe ra de re, de hebe tu de hebere seibiunouba mahabi, an de bugui an de buididipi”. Já na competição masculina, o narrador passou a chamar o ponta Lucarelli de “mensageiro do caos”, devido ao bom desempenho e poder de decisão nas partidas; o líbero Serginho ganhou o apelido de “patrimônio nacional”, por ser um jogador veterano e ter conquistado quatro medalhas olímpicas; e o oposto Wallace passou a ser chamado de “macho alfa” pela liderança técnica. Em entrevista concedida à *Folha Pernambuco*, o jornalista destacou que não esperava pela repercussão alcançada após os Jogos Olímpicos.

Eu estudo bastante antes, para todos os esportes, como nas Olimpíadas, quando fiz o vôlei. Nunca assisti tanto jogo de vôlei na minha vida. Vi com som ambiente, com narração nacional, internacional, de vários modos para pegar todos os detalhes. Não queria estar lá por estar. O resultado seria muito pequeno. Então, me preparo muito. É um trabalho muito desgastante. Muitas vezes aproveito a madrugada para já ler algumas coisas depois dos jogos. Apesar de ser muito marcante no meu estilo, o humor não é minha base. Minha base é o estudo e o humor é complemento. Nunca será o inverso. (MENDONÇA apud LUCCHESI, 2017).

Talvez seja na transmissão dos jogos da NBA que Rômulo Mendonça mais utilize do arsenal de bordões que criou. O narrador afirma que procura dar um sentido às expressões, para que elas possam valorizar as jogadas. Os principais atletas da liga nor-

⁶ Em junho de 2019, após a final da NBA, Rômulo Mendonça foi muito elogiado nas redes sociais pela narração da vitória do Toronto Raptors diante do Golden State Warriors.

te-americana dificilmente são chamados pelos próprios nomes, como em uma narração tradicional. O ala LeBron James é apresentado como Papai Lebrão devido à liderança técnica e à experiência na NBA. O jogador estreou na liga profissional em 2003, com ares de promessa, sendo a primeira escolha do draft (seletiva para o ingresso de atletas jovens na elite do basquete norte-americano; brasileiros como Nenê, Anderson Varejão e Leandro Lima foram selecionados para a NBA a partir desse processo). LeBron tornou-se uma referência técnica na liga, sendo o quarto atleta com o maior número de pontos da história na temporada regular (mais de 32 mil) e o primeiro lugar na pós-temporada (playoffs) com quase sete mil pontos. Rômulo Mendonça classifica o jogador como “macho alfa”. Em todas as temporadas que disputou, o ala integrou a seletiva para o *All Star Game*, jogo comemorativo em que são reunidos os melhores nomes da liga; é três vezes campeão da NBA, três vezes MVP (jogador mais valioso) das finais e quatro vezes da temporada regular e bicampeão olímpico.

Outros atletas também ganham novas formas de tratamento na narração de Rômulo Mendonça: o armador Stephen Curry é apresentado como “Brinquedinho Assassino”. O apelido leva em conta a aparência física do atleta, visivelmente mais baixo em comparação com os demais jogadores. Curry está entre os atletas com o maior número de cestas de três pontos da história do basquete norte-americano. O narrador descreve a habilidade do armador em arremessos à distância como o “veneno da jararaca”, pois é um ponto decisivo para determinar o resultado da partida. Nas finais de 2019, Rômulo Mendonça ganhou destaque nas redes sociais por vincular as narrações com fatos do cenário jornalístico:

Tenho minhas expressões que vou renovando ao longo das temporadas e tem esses momentos especiais em que, de forma sutil ou nem tanto assim, busco citar com humor algo que está em destaque no noticiário e que tenha alguma sintonia ou analogia com aquele momento específico de uma jogada ou domínio de um time. É uma forma de dizer: estamos aqui no exterior, mas estamos ligados no Brasil. Acho que isso causa um impacto muito grande em que está nos acompanhando. Tem um efeito de aproximação muito forte. (MENDONÇA apud MESQUISTA, 2019).

Nas partidas narradas por Mendonça ainda são recorrentes expressões como “Quem é o seu Deus?” ou “Ele está possuído pelo ritmo ragatanga” para assinalar quando um atleta faz uma jogada considerada fantástica; e “Aqui não, querida”, indicando

que um jogador foi desarmado, Esta última tem algumas variações, como “Aqui não, lambisgoia” ou “Aqui não, neném”. Em 2018, Mendonça figurou entre os dez melhores vídeos da semana na *ESPN americana* por sua descrição essencialmente emocional da disputa entre *Cleveland Cavaliers* e *Indiana Pacers* pela disputa dos playoffs da NBA, na Conferência Leste. O brasileiro foi citado por entoar o bordão “LeBrão, ladrão, roubou meu coração”, diante de uma jogada decisiva do ala LeBron James, que, à época, era a principal referência do time de Cleveland. Para os fãs do basquete norte-americano, o jogador é chamado de *King James*.

Entretendo e informando

Este artigo se configura como uma pesquisa inicial da relação entre o infoteni-mento e jornalismo esportivo. Também não foi nossa pretensão determinar que apenas os narradores aqui citados fazem uso do entretenimento na transmissão esportiva. Eles são somente exemplos. Desta forma, não queremos encerrar o assunto, mas realizar demarcações iniciais para pesquisas futuras. A partir de uma conduta exploratória, e em alguns momentos descritiva, foi possível perceber que o uso de bordões e de expressões não convencionais tem ganhado boa aceitação junto ao público, o que explica a carreira duradoura de Silvio Luiz e o sucesso de Rômulo Mendonça, principalmente entre os jovens.

A opção por textos cada vez mais leves e que não necessariamente descrevem, de maneira literal, o que aparece na tela, reforça a compreensão de que o jornalismo esportivo vivencia um processo de *standupização* (Marques, 2015), em que as transmissões esportivas estão sendo influenciadas pelo fenômeno cada vez mais atual da busca do humor e do riso. Deste modo, o entretenimento apresenta-se como um fio condutor para a informação esportiva.

Perceber que Silvio Luiz tem mais de seis décadas de atuação no jornalismo esportivo, e que desde os anos 1970 é narrador, demonstra que o infoteni-mento é uma prática que se relaciona com o jornalismo esportivo brasileiro ainda antes das conceituações acadêmicas para este processo. Já em Rômulo Mendonça percebe-se um caráter factual diante das piadas, as quais se associam aos bordões, às sugestões da internet e à cultura pop ao longo das transmissões esportivas. Nas transmissões esportivas de televisão no Brasil, parece-nos que o vocabulário inventivo e debochado de Silvio Luiz ganhou seu maior herdeiro em Rômulo Mendonça, ainda que o primeiro esteja associado à

TV aberta, e o segundo, à TV fechada. Trata-se de uma hipótese que engendrará novas pesquisas e reflexões, em torno da narração esportiva na TV brasileira.

Referências de pesquisa

BRASIL NÃO É MAIS O DEUS SOBERANO DO FUTEBOL, AFIRMA SILVIO LUIZ. Agência Brasil. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-06/brasil-nao-e-mais-o-deus-soberano-do-futebol-afirma-silvio-luiz>>. Acesso em maio de 2019.

DEJAVITE, Fabia Angélica. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

_____. “Mais do que economia e negócios: o jornalismo de infotenimento no jornal Gazeta Mercantil”. Em **Comunicação & Inovação**. São Caetano do Sul, v.3, n.6, p.64-72, janeiro/junho 2003.

GOMES, Itânia. “O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico”. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de (Orgs). **Em torno das mídias: práticas e ambiências**. Porto Alegre, Sulina, 2008.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Jornalismo e ciências da linguagem**. São Paulo: Hacker Editores / Edusp, 2000.

LUCCHESI, Gustavo. **Em entrevista exclusiva, narrador Rômulo Mendonça fala sobre sucesso e bordões**. Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/esportes/mais-esportes/mais-esportes/2017/02/07/NWS,17072,68,553,ESPORTES,2191-EM-ENTREVISTA-EXCLUSIVA-NARRADOR-ROMULO-MENDONCA-FALA-SOBRE-SUCESSO-BORDOES.aspx>>. Acesso em junho de 2019.

MACHADO, Marcia Benetti. “Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica”. Em **Intexto**, Porto Alegre, Vol. 1, n.14, p.1-11, janeiro/julho 2006.

MARQUES, José Carlos. “Os desafios da TV brasileira na cobertura esportiva: informação versus entretenimento”. Em PESSÔA TEMER, Ana Carolina Rocha; SANTOS, Marli. **Fronteiras híbridas do jornalismo**. Curitiba, Appris: 2015.

MESQUITA, Patrick. **Rômulo é aclamado na web após narrar finais e vibra com crescimento da NBA**. Disponível em: <<https://uolesportevetv.blogosfera.uol.com.br/2019/06/15/romulo-e-aclamado-na-web-apos-narrar-finais-e-vibra-com-crescimento-da-nba/>>. Acesso em junho de 2019.

OLHO (INCANSÁVEL) NO LANCE. Portal UOL. Disponível em: <<https://www.uol/esporte/especiais/entrevista-silvio-luiz.htm#olho-incansavel-no-lance>>. Acesso em maio de 2019.

O QUE A SELEÇÃO BRASILEIRA DE VÔLEI E A BANDA ROUGE TÊM EM COMUM? Rômulo Mendonça! Revista Veja. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/blog/pop/o-que-a-selecao-brasileira-de-volei-e-a-banda-rouge-tem-em-comum-romulo-mendonca/>>. Acesso em maio de 2019.

SILVIO LUIZ. Terceiro Tempo. Disponível em: <<https://terceirotempo.uol.com.br/que-fim-levou/silvio-luiz-3166>>. Acesso em maio de 2019.

SILVIO LUIZ CONTA ORIGEM DOS BORDÕES E DISPARA: 'TEM MUITO BABACA AI QUE É METIDO A GÊNIO. EU VI PELÉ'. Lance. Disponível em: <<https://www.lance.com.br/fora-de-campo/silvio-luiz-conta-origem-dos-bordoes-dispara-tem-muito-babaca-que-metido-genio-pele.html>>. Acesso em maio de 2019.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. “O time está dando o melhor de si’: aspectos do esporte na programação da televisão brasileira”. In: MARQUES, José Carlos; MORAIS, Osvando J. de (Orgs.). **Esportes na Idade Mídia: diversão, informação e educação**. São Paulo: Intercom, 2012. p. 285-312.