



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

**ESPORTES NORTE-AMERICANOS E COMUNICAÇÃO:  
UMA ANÁLISE DA COBERTURA MIDIÁTICA BRASILEIRA  
A PARTIR DE UM MODELO DE SUCESSO**

**FELIPE LOPES GOMES VALLE DO NASCIMENTO**

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

**ESPORTES NORTE-AMERICANOS E COMUNICAÇÃO:  
UMA ANÁLISE DA COBERTURA MIDIÁTICA BRASILEIRA  
A PARTIR DE UM MODELO DE SUCESSO**

Monografia submetida à Banca de Graduação  
como requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social/ Jornalismo.

**FELIPE LOPES GOMES VALLE DO NASCIMENTO**

**Orientador: Prof. Dr. Fernando Ewerton**

RIO DE JANEIRO  
2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Esportes norte-americanos e comunicação: uma análise da cobertura midiática brasileira a partir de um modelo de sucesso**, elaborada por Felipe Lopes Gomes Valle do Nascimento.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Fernando Ewerton  
Doutor em Ciência da Informação pela UFRJ  
Departamento de Comunicação da UFRJ

Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky  
Doutor em Comunicação pela UFRJ  
Departamento de Comunicação da UFRJ

Profa. Dra. Gabriela Nóra Pacheco Latini  
Doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ  
Departamento de Comunicação da UFRJ

RIO DE JANEIRO

2014

## FICHA CATALOGRÁFICA

LOPES, Felipe.

Esportes norte-americanos e comunicação: uma análise da cobertura midiática brasileira a partir de um modelo de sucesso; Rio de Janeiro, 2014.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) –  
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação  
– ECO.

## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, *Silvia e Alfredo*, por todo o apoio diário e o esforço dispensado na minha formação – pessoal e profissional. Por seu amor, sua dedicação e sua constante capacidade de adaptação ao longo de todos esses anos para que eu atingisse as minhas realizações.

,

À minha irmã *Flora*, por seu apoio e incentivo fundamentais para a confecção deste trabalho, apesar da distância continental que nos separa.

Ao professor *Fernando Ewerton*. Pela honra de tê-lo como orientador nesta monografia, por aceitar este projeto e por contribuir de forma direta para a minha formação.

Ao professor *Eduardo Refkalefsky*, por seus ensinamentos durante as aulas e pelo entusiasmo demonstrado ao aceitar participar da banca deste trabalho.

À professora *Gabriela Nóra*, que, apesar da pouca convivência diária, prontamente demonstrou interesse em participar da banca deste trabalho.

À professora *Raquel Paiva* e à monitora da disciplina Projeto Experimental II, *Ana Clara Toledo*, pelas dicas e ajuda no desenvolvimento deste trabalho.

Aos meus amigos de infância do Colégio Santo Agostinho, pelas comemorações com minhas realizações e ajuda nos momentos de dificuldade.

Aos meus amigos da Escola de Comunicação da URFJ, pelo convívio de anos, aulas e trabalhos compartilhados e lembranças marcantes.

Aos meus amigos da TV Esporte Interativo e da Gemini Media, por divertidos anos de trabalho essenciais para minha formação profissional.

À Escola de Comunicação e à Universidade Federal do Rio de Janeiro, instituição de cuja história tenho orgulho de fazer parte.

LOPES, Felipe. **Esportes norte-americanos e comunicação: uma análise da cobertura midiática brasileira a partir de um modelo de sucesso**. Orientador: Fernando Ewerton. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ. Monografia em Jornalismo.

## RESUMO

Este trabalho busca compreender a relação entre esportes norte-americanos e a mídia esportiva brasileira, tomando como base uma análise sobre a maneira como a cobertura desses esportes é feita pelos veículos nacionais de televisão e internet que se destacam como geradores de conteúdo de futebol americano, basquete, beisebol e hóquei sobre o gelo. Nessa análise, identificam-se as principais características das transmissões e dos programas dos canais televisivos e a formatação dos portais digitais. Para atingir esse objetivo, utiliza-se como base o conceito de sucesso do modelo de gerenciamento esportivo dos Estados Unidos, com enfoque nas quatro grandes ligas profissionais do país que são responsáveis por comandar essas modalidades (NFL, NBA, MLB e NHL, respectivamente). Explica-se ainda o crescente movimento de expansão das influências dos esportes norte-americanos pelo mundo e o processo global de desenvolvimento do esporte como espetáculo, características relevantes no âmbito esportivo da sociedade moderna. Além disso, também são evidenciadas a relevância do esporte universitário estadunidense e a prática dos esportes norte-americanos realizada no Brasil.

# **SUMÁRIO**

## **1. Introdução**

## **2. O esporte nos Estados Unidos da América**

### 2.1. As quatro grandes ligas

#### 2.1.1. O futebol americano

#### 2.1.2. Beisebol, basquete e hóquei sobre o gelo

## **3. O esporte como espetáculo**

### 3.1. O modelo comercial estadunidense

## **4. Esportes norte-americanos no Brasil**

### 4.1. A cobertura da mídia esportiva brasileira

#### 4.1.1. Cobertura televisiva

#### 4.1.2. Cobertura realizada na internet

### 4.2. Realidade brasileira e esportes norte-americanos

## **5. Conclusão**

## **6. Referências bibliográficas**

## 1. Introdução

Na sociedade do século XXI, o âmbito esportivo passa por mudanças. Assim como os outros pilares que sustentam a organização atual da humanidade, ele se expande, se desenvolve e se transforma, seguindo as ondas de influência e de interesses do cenário global. Integrante essencial desse processo, o modelo de gerenciamento esportivo que rege a organização dos principais esportes dos Estados Unidos se destaca por sua grande influência.

Assim como nos EUA, os esportes têm grande importância no cotidiano da sociedade do Brasil. Em 2014, um brasileiro que ligue a televisão ou acesse a internet em busca de notícias e transmissões esportivas perceberá que há muito mais variedade de conteúdo difundido do que havia no final do século passado, resultado das mudanças que também ocorrem na esfera da comunicação.

Levando essas transformações em consideração, surgiu a ideia de fazer um estudo mais aprofundado sobre os chamados esportes norte-americanos e de analisar a maneira como eles são tratados no Brasil. Essa ideia foi a motivação inicial para a realização deste trabalho, cujo principal objetivo é compreender como se dá a relação entre esses esportes e a mídia esportiva brasileira. Por se tratar de uma relação que se intensificou apenas recentemente, a falta de estudos acadêmicos sobre o assunto aumenta a necessidade de se investigar e analisar tal tema.

Tendo em vista o suprimento dessa necessidade, buscou-se evidenciar as características das ligas profissionais estadunidenses de futebol americano, beisebol, basquete e hóquei sobre o gelo, e as peculiaridades do esporte universitário dos Estados Unidos, contexto que se destaca por ter grande relevância na sociedade do país. Procurou-se também determinar os componentes da cobertura midiática brasileira feita em cima desses quatro esportes e de seus eventos, através da análise dos principais veículos responsáveis por esse conteúdo nos meios de comunicação que se destacam nesse quesito, que são a televisão e a internet.

Para que a elaboração do estudo e da análise citados fosse colocada em prática, este trabalho contou com alguns conceitos fundamentais que foram tomados como base: o caso das quatro grandes ligas norte-americanas (NFL, liga de futebol americano; NBA, de basquete; NHL, de hóquei sobre o gelo; e MLB, de beisebol), que se destacam por ter um modelo de gerenciamento que é sucesso de público e de retorno financeiro; a expansão



desses quatro esportes, que são as principais modalidades da cultura esportiva estadunidense e que vêm ganhando espaço e influência por todo o mundo; e o movimento crescente de espetacularização do esporte, cuja principal liderança também é a dos Estados Unidos. Os dois primeiros conceitos se encontram desenvolvidos no segundo capítulo deste trabalho, enquanto o terceiro está explicitado no capítulo três.

Ao término deste estudo, busca-se responder algumas perguntas: o Brasil está incluído no processo mundial de expansão do basquete, futebol americano, hóquei sobre o gelo e beisebol? Como é feita a cobertura desses esportes pela mídia nacional? Essa cobertura está evoluindo e se desenvolvendo? Quais desses esportes são mais populares no país? Com essas perspectivas de conclusão em vista, é possível detalhar o processo utilizado para a obtenção dessas respostas.

Para atingir o objetivo de compreender a relação entre os esportes norte-americanos e a mídia esportiva brasileira, este estudo tem como ponto principal de análise a interpretação das características dos seguintes veículos de comunicação: a rede ESPN (que inclui os canais ESPN, ESPN Brasil e ESPN+), e a TV Esporte Interativo, no meio televisivo; e, na internet, os portais digitais ESPN Brasil (em parceria com o UOL), Esporte Interativo (em parceria com o Yahoo!), Globoesporte.com e Lancenet. Esse processo é desenvolvido no capítulo quatro.

Sobre a metodologia adotada neste estudo, destaca-se que o foco da análise no meio televisivo passa por mostrar de que maneira o conteúdo das quatro grandes ligas americanas foi tratado por esses dois canais de televisão no período estabelecido entre os anos de 2013 e 2014. Isso se dá através de três aspectos principais: os programas que têm como conteúdo futebol americano, basquete, beisebol e hóquei sobre o gelo; o volume de transmissões de partidas da NFL, NBA, MLB e NHL; e os elementos fundamentais que compõem e diferenciam essas transmissões. Os canais ESPN e a TV Esporte Interativo foram escolhidos por serem os principais veículos brasileiros responsáveis por cobrir as quatro grandes ligas estadunidenses nesse meio, na televisão fechada e na aberta, respectivamente.

Já em relação à internet, o objetivo é explicar de que maneira o conteúdo das quatro grandes ligas americanas é tratado por estes quatro portais e mensurar a relevância que eles dão a cada um desses quatro esportes. Para isso, utiliza-se a metodologia de identificar quais desses sites têm abas, blogs, colunistas e tabelas relacionados aos esportes norte-americanos. A escolha dos quatro portais digitais se justifica pelos seguintes motivos: o

site da ESPN Brasil (em parceria com o UOL), assim como os canais de TV do grupo, é o principal fomentador desse conteúdo no país e tem sua origem vinculada ao conglomerado estadunidense; o portal da TV Esporte Interativo (em parceria com o Yahoo!), nasceu a partir do canal de televisão aberta e tem grande alcance de público; o Globoesporte.com pertence às Organizações Globo, maior grupo de comunicação do Brasil; e o Lancenet é o principal site de notícias esportivas criado a partir de um jornal exclusivamente de esportes da mídia impressa nacional.

Além das análises sobre a cobertura que a mídia brasileira faz de beisebol, basquete, hóquei sobre o gelo e futebol americano, para que se possa fazer uma interpretação mais precisa da aplicabilidade ou não da tendência de crescimento desses esportes no Brasil, torna-se imprescindível entender como se dá a prática dessas modalidades em nosso território. Em outras palavras, deve-se identificar como essa prática é feita pelos brasileiros e determinar as repercussões que ela gera em nossa sociedade. Esses aspectos também serão evidenciados no quarto capítulo.

Além de todos os conceitos, análises, metodologias e ideias que foram utilizados como fundamento e levados em consideração, esse trabalho também contou com consultas à comunidade científica, tanto do Brasil quanto dos Estados Unidos, principais países envolvidos no assunto discutido. Utilizou-se como referência livros teóricos sobre comunicação e esportes, e foram feitas pesquisas em artigos acadêmicos apresentados em congressos que tinham essas duas áreas como tema.

Desta maneira, este estudo pretende contribuir de forma direta para o entendimento da relação entre os esportes norte-americanos e a mídia esportiva brasileira. Uma relação que ainda é pouco estudada e que, assim como a própria história desses esportes no Brasil, ganhou destaque num passado recente.

## 2. O esporte nos Estados Unidos da América

Este estudo tem o objetivo de analisar a cobertura midiática que os principais meios de comunicação brasileiros fazem dos grandes esportes norte-americanos. Para tal, primeiro se faz necessário destringir essas modalidades esportivas e o contexto no qual elas estão inseridas.

O esporte é uma das bases das sociedades contemporâneas, e essa característica não é diferente nas sociedades brasileira e estadunidense. No país norte-americano, quatro modalidades principais norteiam, há muitas décadas, grande parte do cotidiano da população, assim como ocorre com o futebol no Brasil. Esses esportes são o futebol americano, o basquete, o beisebol e o hóquei sobre o gelo, que são representados pelas suas respectivas ligas profissionais.

A NFL (Liga Nacional de Futebol Americano, do inglês *National Football League*) é a maior liga de futebol americano do mundo<sup>1</sup>, com 32 times dos Estados Unidos. Em termos de renda e número de fãs, é a maior liga de esportes na América do Norte e uma das maiores do mundo.

A NBA (Associação Nacional de Basquete, do inglês *National Basketball Association*) é a principal liga de basquete profissional da América do Norte e conta com 30 equipes, sendo 29 dos Estados Unidos e uma do Canadá. A NBA é considerada por muitos a principal liga de basquete do mundo e é reconhecida pela FIBA (Federação Internacional de Basquete), apesar de ambas terem algumas divergências em relação às regras da modalidade.

A MLB (Principal Liga de Beisebol, do inglês *Major League Baseball*) é o nível mais alto de jogo em beisebol profissional nos Estados Unidos, com um formato semelhante ao da NBA: 30 equipes participantes, 29 americanas e uma canadense.

Por fim, a NHL (Liga Nacional de Hóquei, do inglês *National Hockey League*) é uma organização profissional esportiva composta por 30 times de hóquei no gelo, sendo 23 dos Estados Unidos e sete do Canadá, onde também é conhecida pelo nome francês *Ligue Nationale de Hockey* (LNH).

---

<sup>1</sup> As outras ligas profissionais de futebol americano de maior destaque são a CFL (Liga Canadense de Futebol, do inglês *Canadian Football League*) e a americana AFL (Liga de Futebol de Arena, do inglês *Arena Football League*, em que o esporte é praticado em um campo menor e somente em estádios fechados, por isso o nome “Arena”). Também existem diversas ligas amadoras e semiprofissionais por todo o mundo, como no Brasil, Austrália, México, Argentina, Israel, Japão, Alemanha, França e Reino Unido. Estados Unidos, Canadá e Europa também contam com ligas semiprofissionais femininas.

O esporte também se faz presente na educação da sociedade dos Estados Unidos. Ele tem grande importância na formação do cidadão e faz parte de seu cotidiano desde a infância nas escolas e universidades de todo o país, onde é usado como ferramenta essencial no ensinamento de valores e na formação de caráter. A cultura esportiva é quase uma característica inata de todo cidadão americano, que leva o amor pelo esporte consigo a todo o momento.

E não é apenas isso. O esporte também é responsável pelo entretenimento e tem a habilidade de cativar grande parte da população, é uma ferramenta de união que cria um sentimento nacionalista e une os espectadores e atletas em torno da bandeira americana. É lei do país que o hino nacional seja executado no início de qualquer evento esportivo, e esse é sempre um momento respeitado por todos os presentes, sejam eles atletas, organizadores ou espectadores. É um momento de verdadeira homenagem patriótica que une a população. Nesse cenário, equipes são vistas como religiões, atletas se assemelham a deuses e o sonho de se tornar um jogador profissional move a vida de muitos jovens.

Além de todas essas definições, o esporte norte-americano é, sobretudo, uma indústria corporativa de grande sucesso. O país criou um modelo altamente rentável e sustentável de organizar suas ligas em cada modalidade praticada em suas terras, modelo esse que se fortalece e se moderniza a cada temporada, e que está cada vez mais sendo exportado e influenciando o mercado de outros países. A grande quantidade de capital investido nesse mercado, que também gera e concentra muito dinheiro e cujas equipes recebem investimentos de numerosos dígitos de seus patrocinadores, traz consigo um amplo interesse por parte da sociedade, da mídia, do mercado e da publicidade. Os esportes se tornam cada vez mais um produto. Um produto muito forte e rentável.

É possível exemplificar o alto investimento de capital envolvido nos esportes americanos. O jogador mais bem pago da NFL em 2013 foi Matt Ryan, do Atlanta Falcons, que, entre salários, bônus e contratos de direitos de imagem, recebeu 43,8 milhões de dólares.<sup>2</sup> Na NBA, um dos brasileiros de maior destaque é Anderson Varejão, que renovou seu contrato com o time do Cleveland Cavaliers por 30 milhões de dólares por um período de três temporadas (de 2014 a 2017)<sup>3</sup>. E na MLB, a equipe do New York Mets recebe 21 milhões de dólares ao ano, por um período de 20 anos, do grupo financeiro patrocinador

---

<sup>2</sup> Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2014/08/20/the-nfls-highest-paid-players-2014/> (último acesso em 15 de outubro de 2014).

<sup>3</sup> Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/basquete/noticia/2014/10/anderson-varejao-renova-com-os-cavs-por-mais-tres-temporadas.html> (último acesso em 15 de outubro de 2014).

Citi Bank<sup>4</sup>. Esse investimento é feito através de um contrato de direitos de nome<sup>5</sup>, um sistema de patrocínio muito comum na esfera esportiva, em que a equipe recebe um apoio financeiro durante os anos de acordo e, em troca, a empresa patrocinadora tem o direito de dar seu nome ao estádio, gerando receitas e propaganda para ela.

Mas, afinal, de onde vem todo esse sucesso do esporte norte-americano? Não é só nas modalidades que reconhecidamente têm o grande apoio do público que a nação tem êxito. Os Estados Unidos também são potência nos Jogos Olímpicos de Verão e de Inverno, no automobilismo, nas lutas, nos esportes radicais e de ação e nos campeonatos mundiais de muitas outras modalidades, sejam elas individuais ou por equipes. Até no “nosso” futebol da bola redonda, esporte criado por seus colonizadores, os ingleses, e em que até então só haviam tido bons resultados na modalidade feminina, os americanos têm ganhado maior destaque, mostrando um grande desenvolvimento recente da sua liga profissional, a MLS (Principal Liga de Futebol, do inglês *Major League Soccer*).

É a cultura do esporte como pilar fundamental da sociedade americana que faz a diferença a favor dos Estados Unidos. A tríplice aliança entre essa cultura, a relação produtiva das ligas norte-americanas com o mercado industrial desportivo, e o conceito de esporte como espetáculo, é a base para o sucesso desportivo estadunidense. E são justamente esses três fatores que serão apresentados e discutidos nos próximos tópicos deste estudo.

## 2.1. As quatro grandes ligas

Apesar de muitas modalidades esportivas atingirem grande sucesso nos Estados Unidos, tanto em termos de resultados quanto em público e audiência, são quatro esportes amplamente enraizados na cultura americana que movem o país: o basquete, o hóquei sobre o gelo, o beisebol e, principalmente, o futebol americano. Os campeonatos profissionais desses esportes formam o que se chama de “as quatro grandes ligas”.

Para atingir os resultados desejados por este trabalho, se faz necessário analisar cada uma dessas ligas e os aspectos, características e particularidades que fazem delas sucesso absoluto no cenário desportivo atual.

---

<sup>4</sup> Disponível em:

[http://www.nytimes.com/interactive/2013/07/31/sports/playing-the-stadium-name-game.html?smid=tw-nytimes&\\_r=1&](http://www.nytimes.com/interactive/2013/07/31/sports/playing-the-stadium-name-game.html?smid=tw-nytimes&_r=1&) (último acesso em 15 de outubro de 2014).

<sup>5</sup> Tradução livre do inglês *naming rights*.

Em seus estudos sobre o modelo esportivo norte-americano e as influências de beisebol, futebol americano, basquete e hóquei sobre o gelo nas sociedades estadunidense e canadense, Paul Staudohar (1991) ressalta a importância dessas quatro modalidades e evidencia características que compõem seus modelos de gerenciamento:

[...] os esportes profissionais de equipe - beisebol, futebol americano, basquete e hóquei sobre o gelo - [...] dominam presença de público e exposição midiática na América do Norte. Esses esportes também têm associações significativas: franquias de posse individual que são organizadas juntas em ligas; uniões que representam atletas em barganhas coletivas; agentes que negociam salários individuais de jogadores; regulamentação de trabalho nacional e leis antigolpe; e relevantes receitas oriundas de contratos televisivos. [...] a liga que une os clubes e as indústrias-satélite que retiram todas ou parte de suas receitas dos esportes contribuem para uma grande e crescente parte das economias dos Estados Unidos e do Canadá<sup>6</sup>. (STAUDOCHAR; 1991, 2)

A partir das ideias destacadas pelo autor, é essencial analisar uma das principais provas do sucesso estrondoso dessas ligas, que é o retorno financeiro que elas proporcionam. A presença das quatro grandes ligas americanas no cenário econômico do esporte mundial é marcante, e pode ser exemplificada através de um levantamento feito pela conceituada revista americana *Forbes*, o qual aponta que 41 das 50 equipes esportivas mais valiosas do mundo são franquias da NFL, MLB, NBA ou NHL.<sup>7</sup> A liga de futebol americano é a mais relevante, tendo 30 dos seus 32 clubes na lista. Em segundo, a liga profissional de beisebol tem seis representantes entre os 50, com destaque para a equipe do New York Yankees, a franquia esportiva mais valiosa dos Estados Unidos e a quarta mais cara do mundo, com um valor estipulado em 2,5 bilhões de dólares. Depois, vêm o basquete, com quatro, e o hóquei sobre o gelo, com uma franquia na lista. Em comparação, os três times mais valiosos do mundo são do esporte mais popular do planeta, o futebol: os espanhóis Real Madrid e Barcelona, e o inglês Manchester United, respectivamente. Além desses, as outras seis equipes que completam a lista de 50 são a italiana Ferrari, da Fórmula

---

<sup>6</sup> Traduzido pelo autor a partir do original em inglês: [...] professional team sports - baseball, football, basketball and hockey - [...] dominate fan attendance and media exposure in North America. These sports also have significant commonalities: individually owned franchises that are organized together in leagues; unions that represent players in collective bargaining; agents that negotiate individual players' salaries; regulation under national labor and antitrust laws; and significant revenues from television contracts. [...] the league that holds the clubs together and the satellite industries that derive all or part of their revenues from sports add up to a large and growing part of the U.S. and Canadian economies.

<sup>7</sup> Disponível em inglês em: <http://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2014/07/16/the-worlds-50-most-valuable-sports-teams-2014/> (último acesso em 22 de outubro de 2014).

1, e outros cinco times de futebol: o alemão Bayern de Munique, os ingleses Arsenal, Chelsea e Manchester City, e o italiano Milan.

Antes de um maior detalhamento de cada uma das quatro grandes ligas, cabe a explicação de algumas características fundamentais do modelo de gerenciamento esportivo que rege a organização dos principais esportes do país. Modelo este, que foi historicamente estabelecido ao longo da trajetória norte-americana.

A primeira característica é que nas ligas profissionais os clubes são tratados como franquias. Isto é, os times não são apenas entidades esportivas, eles são associações que seguem um modelo quase que empresarial, possuem donos, presidentes e diretores, e estão sujeitas a falência e a realocação de cidade. Eles têm autonomia em diversas instâncias, mas também estão fortemente subordinadas às ligas a que pertencem. Além disso, como a maioria dos times de esportes coletivos dos Estados Unidos no que diz respeito à localização e nomenclatura, as equipes da NFL, NBA, MLB e NHL seguem o padrão em que a franquia leva o nome de um “grupo” que representa o coletivo dos atletas aliado ao nome da cidade, estado ou região em que está situada. Como exemplo, podem ser citados dois casos: o Charlotte Hornets (“As Vespas de Charlotte”, em tradução livre), do basquete, e o New Jersey Devils (“Os Diabos de Nova Jersey”, também em tradução livre), do hóquei sobre o gelo.

Outro aspecto do modelo de gerenciamento esportivo americano é a relevância do esporte universitário. O país tem um sistema único de organização das modalidades esportivas vinculadas ao ensino superior. A NCAA (*National Collegiate Athletic Association*, ou Associação Atlética Universitária Nacional, em tradução livre), é a entidade máxima do esporte universitário nos Estados Unidos, que organiza e gerencia competições regionais e nacionais de diversas modalidades entre as universidades do país.

A paixão dos cidadãos americanos pelo esporte universitário faz com que os eventos da NCAA tenham sucesso semelhante ao dos esportes profissionais, apesar de atraírem menos investimentos e de terem que enfrentar restrições comerciais impostas pelas leis dos EUA. Um exemplo disso é o Rose Bowl, uma das finais anuais do futebol americano universitário, que é um dos eventos esportivos mais tradicionais dos Estados Unidos. Em 1º de janeiro de 2014, o Rose Bowl atingiu sua centésima edição, em que o duelo entre as universidades de Stanford e de Michigan State levou um público de mais de

95 mil pessoas ao estádio do sul da Califórnia<sup>8</sup>. Para mensurar o sucesso desse evento, pode-se compará-lo à final da NFL disputada no mesmo ano, que foi a de número 48 da história e que teve um público de 82 mil pessoas.

A terceira característica marcante do modelo esportivo estadunidense é o processo do *draft*, que também está vinculado ao esporte universitário. Ele é um sistema para recrutamento dos jovens jogadores amadores que após terminarem a universidade, ou em alguns casos até o ensino médio, são selecionados para se profissionalizar e jogar pelas equipes das grandes ligas. O *draft* funciona como mediador entre o modelo de gerenciamento do esporte universitário e o esporte profissional praticado no país.

Esse sistema é utilizado na NFL, MLB, NBA, NHL, MLS (liga profissional de futebol), WNBA (liga profissional de basquete feminina) e até na CFL (liga canadense de futebol americano). Ele funciona de uma maneira que faz com que cada equipe, ao selecionar um jogador, receba o direito exclusivo de oferecer a ele um contrato enquanto nenhuma outra equipe possa fazê-lo. Além de inserir os jovens atletas no esporte profissional, o *draft* tem a vantagem de gerar equilíbrio entre os times, na medida em que as franquias com a pior campanha de uma temporada recebem as primeiras oportunidades de recrutar os atletas na temporada seguinte. Ou seja, em teoria, os piores times contratam os melhores jogadores.

### 2.1.1. O futebol americano

Dentre os quatro principais esportes dos Estados Unidos, o futebol americano é o único que foi genuinamente criado no país e o único cuja difusão não se espalhou amplamente pelo mundo, ficando mais restrita à América do Norte, principalmente até o fim do século XX. Ele é o esporte mais popular do país atualmente, e está para os americanos assim como o futebol da bola redonda está para nós, brasileiros. Sua liga, a NFL, é a de maior destaque entre as quatro grandes, a que mais atrai público e a que mais movimentou investimentos, chegando a ter receitas de 10 bilhões de dólares por ano.<sup>9</sup> Por tudo isso e por ser “o mais americano entre os esportes americanos”, ele será tratado de maneira separada e com mais aprofundamento neste capítulo deste estudo.

---

<sup>8</sup> Disponível em: <http://espn.go.com/ncf/> (último acesso em 12 de outubro de 2014).

<sup>9</sup> Disponível em: <http://blogs.wsj.com/corporate-intelligence/tag/football/> (último acesso em 23 de outubro de 2014).



A história desse esporte nos Estados Unidos data do século XIX, quando ele surgiu a partir de uma evolução do rúgbi, levado para o país pelos colonizadores ingleses. A primeira partida foi realizada em 1869 e o esporte se profissionalizou a partir de 1892. Apesar de antigo na cultura norte-americana, o futebol americano precisou de bastante tempo para se tornar o esporte favorito do público estadunidense, fato que só ocorreu a partir da década de 1960, com o início das transmissões televisivas de eventos esportivos. Até então, o beisebol era o esporte preferido dos cidadãos americanos. Atualmente, o apelo que a liga profissional de futebol americano, NFL, gera na mídia dos Estados Unidos é um exemplo do destaque que a modalidade recebe e de quanto os meios de comunicação foram importantes no processo de crescimento desse esporte.

O último contrato, assinado entre a NFL e a mídia televisiva norte-americana antes da temporada de 2014, rendeu à liga um grandioso investimento de cinco bilhões de dólares por ano por um período de sete anos,<sup>10</sup> dinheiro pago pelas quatro maiores redes TV de cobertura esportiva do país atualmente, a NBC (*National Broadcasting Company*), a CBS Broadcasting, a Fox Network, e a ESPN (*Entertainment and Sports Programming Network*). Além disso, a liga também possui um grupo midiático próprio, chamado NFL Media, que agrega canais de transmissões, reportagens e geração de diversos conteúdos para diferentes mídias. São eles: o NFL Network, canal de televisão com transmissão por satélite e a cabo e que tem o direito exclusivo sobre os jogos realizados na rodada de quinta-feira à noite; o portal digital oficial da liga, NFL.com; a NFL Films, produtora audiovisual de filmes e documentários; a NFL Mobile, rede de diversos aplicativos para computadores, *tablets* e *smartphones*; e outros canais de comunicação menores.

Mas essa cobertura midiática não se estende apenas sobre os Estados Unidos. A NFL cada vez mais se expande por todo o mundo e, em 2014, a liga alcançou o maior número de países de sua história. São cerca de 40 países de todos os continentes com emissoras de TV licenciadas para transmitir partidas do futebol americano profissional, incluindo Itália, Japão, Austrália, Israel e Brasil, último caso este que será amplamente analisado no quarto capítulo deste estudo. À frente dessa expansão internacional se encontram Canadá, México e Reino Unido. Os dois primeiros por razão de proximidade geográfica e influências culturais, o terceiro por motivos históricos e também por

---

<sup>10</sup> Disponível em: <http://www.nytimes.com/pages/sports/football/> (último acesso em 15 de outubro de 2014); <http://blogs.wsj.com/corporate-intelligence/tag/football/> (último acesso em 23 de outubro de 2014).

influências culturais, e todos por interesses comerciais, na medida em que esses três mercados são muito lucrativos.

A NFL realiza partidas de futebol americano no exterior desde a década de 1940 no Canadá, de 1970 no México, e de 1980 no Reino Unido. Além desses três, que recebem jogos com certa frequência, a liga já passou por: Japão, Suécia, Alemanha, Espanha, Irlanda e Austrália. A China quase chegou a ser o décimo país desta lista em 2007, mas o evento foi cancelado. O Brasil é outra nação que vem sendo citada como opção para os próximos anos. Até o ano início dos anos 2000, todos esses jogos haviam sido amistosos de pré-temporada ou confrontos apenas para exibição. Mas, na última década, como parte de seu programa de expansão internacional, a liga começou a promover cada vez mais partidas fora dos Estados Unidos. Foram mais alguns jogos de pré-temporada realizados na América do Norte e na Europa, até que, em 2005, o México recebeu a primeira partida de temporada regular do futebol americano profissional da história a ser realizada fora do território estadunidense. O jogo entre San Francisco 49ers e Arizona Cardinals<sup>11</sup> foi sucesso de público e levou 103.467 espectadores ao Estádio Azteca, palco das finais das Copas do Mundo FIFA de futebol de 1970 e 1986.

Em 2007, após ter recebido jogos amistosos durante quase três décadas, o Reino Unido foi escolhido para realizar partidas de temporada regular da NFL na cidade de Londres. Desde então, o histórico Estádio de Wembley vem recebendo confrontos da liga anualmente, com um jogo por temporada entre os anos de 2007 e 2012, dois em 2013 e três em 2014. Para 2015, a previsão é de que ocorram entre três e cinco partidas. Já existem jogos programados para Londres até o ano de 2016, ainda sem número definido, e algumas ideias mais ambiciosas para o futuro do futebol americano na Inglaterra já foram ventiladas pelos comandantes da NFL, como a possibilidade de o país receber um Super Bowl, grande final da liga, e até o interesse em estabelecer Londres como casa definitiva de uma das equipes.

O último caso de destaque nesse tema é o do Canadá. Pelo fato de o futebol americano ser um esporte muito identificado apenas com os Estados Unidos, a NFL é a única entre as quatro grandes ligas que não possui pelo menos uma equipe sediada no país vizinho ao norte (NBA e MLB contam com um time de Toronto cada, e a NHL tem sete equipes canadenses participantes). Outro fator que contribui para esse afastamento é a

---

<sup>11</sup> Disponível em: <http://www.footballdb.com/teams/nfl/arizona-cardinals/teamvsteam?opp=27> (último acesso em 1º de novembro de 2014).

existência do futebol canadense, um esporte muito semelhante ao futebol americano, mas que é praticado apenas no Canadá e tem algumas regras divergentes. Apesar de tudo isso, a liga de futebol americano profissional sempre teve interesse e investiu no público vizinho, incentivando que suas equipes atravessassem a fronteira para jogar desde a década de 1940. E esse interesse e investimento continuam fortes, majoritariamente na cidade de Toronto que, principalmente por estar próxima à fronteira com os Estados Unidos, vem recebendo jogos oficiais de temporada regular do esporte desde 2008. Nos últimos sete anos, a equipe do Buffalo Bills faz uma de suas oito partidas com mando de campo no estádio Rogers Centre, situado na cidade canadense.

Outra característica que mostra a importância da NFL é o estrondoso público que ela atrai. Em 2013, última temporada completa disputada até a realização deste trabalho, os jogos de futebol americano profissional no país contaram com uma média de 67.604 espectadores, totalizando mais de 90% de lotação<sup>12</sup>. E a explicação para esse sucesso de público passa pela modernidade e pela grandiosidade dos estádios, campos e arenas. O menor estádio não-temporário a receber jogos da liga é o Soldier Field, casa do Chicago Bears, com capacidade para 62.871 pessoas. Para efeito de comparação com outros esportes, principalmente o futebol praticado no Brasil, apenas três dos doze estádios utilizados na Copa do Mundo FIFA 2014 têm capacidade maior. Outro caso de destaque é o campo onde joga o Dallas Cowboys, o AT&T Stadium, que comporta um incrível público de até 105.121 espectadores e que é um dos estádios mais modernos do mundo desde a sua inauguração, em 2009.

A questão dos direitos de nome dos estádios, já citada anteriormente, também favorece o sucesso da NFL, pois gera muita receita para as equipes. Dos 32 times, apenas cinco não são beneficiados por esse sistema de patrocínio. Como exemplo, temos o Lincoln Financial Field, estádio do Philadelphia Eagles, equipe que recebe investimentos do grupo financeiro Lincoln Financial Group.

Além de tudo isso, há a cultura do Super Bowl, a grande decisão do campeonato, que recebeu essa alcunha a partir do final da década de 1960 e início da de 1970, quando houve a fusão das duas principais ligas de futebol americano da época. Fusão esta que criou a nova NFL (Liga Nacional de Futebol). As antigas ligas NFL (também chamada Liga Nacional de Futebol) e AFL (Liga Americana de Futebol) se tornaram subdivisões da

---

<sup>12</sup> Números relativos à temporada de 2013. Disponível em: <http://espn.go.com/nfl/attendance> (último acesso em 1º de novembro de 2014).

nova confederação, chamadas NFC (Conferência Nacional) e AFC (Conferência Americana). Nesse novo sistema, a decisão do torneio passou a ser disputada entre os campeões de cada conferência, e desde então já foram realizados 48 Super Bowls que coroaram como campeãs 19 das 32 equipes da liga.

Por ser o ponto máximo de interesse da temporada e a partida mais visada de todo o torneio, a final da NFL também é responsável pelos maiores números de espectadores da televisão americana. Em termos de audiência total, os 21 programas ou eventos mais assistidos da história do país são edições do Super Bowl. Atualmente, a transmissão que detém o recorde é a do Super Bowl XLVIII<sup>13</sup>, que definiu o campeão da temporada de 2013. A 48ª edição foi a última a ser realizada até a execução deste trabalho e ocorreu em Nova Jersey, no dia 2 de fevereiro de 2014. Estima-se que mais de 110 milhões de norte-americanos tenham assistido pela televisão à transmissão da grande final em que a equipe do Seattle Seahawks se sagrou campeã ao derrotar o Denver Broncos<sup>14</sup>. Para se ter uma estimativa da grandiosidade deste público, esse número de telespectadores representa mais que um terço de toda a população dos EUA, e se aproxima da soma da quantidade de pessoas que vivem nos cinco estados mais populosos do país (Califórnia, Texas, Nova York, Flórida e Illinois). Em termos de audiência total, o número de espectadores chegou a 167 milhões.

O Super Bowl também atrai os maiores valores de investimentos financeiros no âmbito esportivo dos Estados Unidos. O Super Bowl XLVIII detém o recorde de comercial mais caro da história da televisão norte-americana. Durante a decisão da temporada 2013, um anúncio de 30 segundos chegava a custar quatro milhões de dólares. Isso quer dizer que as empresas precisavam desembolsar a impressionante quantia de 133 mil dólares por segundo para anunciar sua marca ou produto<sup>15</sup>.

Esses dados exemplificam a grandiosidade da final da NFL de uma maneira prática e numérica. Mas deve-se destacar um fator abstrato que também contribui para essa grandiosidade, mesmo que não possa ser medido em números. Acima de tudo, o Super Bowl é um caso de sucesso por se tratar de um evento que inconfundivelmente representa a identidade dos Estados Unidos e a verdadeira experiência americana. Isso fica visível na análise de Roger L. Beahm (2014), professor de prática de marketing e diretor executivo

---

<sup>13</sup> É estabelecido pela NFL que cada Super Bowl seja numerado, com a nomenclatura feita em números romanos.

<sup>14</sup> Disponível em: <http://www.foxnews.com/sports/football/> (último acesso em 4 de novembro de 2014).

<sup>15</sup> Disponível em: <http://www.foxbusiness.com/3132644594001/super-bowl-stats> (último acesso em 4 de novembro de 2014).

do Centro de Inovação e Varejo na Escola de Negócios da Universidade Wake Forest, em Winston-Salem, no estado americano da Carolina do Norte:

Nós fazemos festas e compras. Ficamos animados para assistir a uma história definitivamente americana: um jogo de altos riscos em que o vencedor leva tudo. O que é realmente interessante é que os negociantes e publicitários tiveram sucesso ao criar o Super Bowl como um “evento” que dura mais tempo do que apenas três horas na noite de domingo. A semana que antecede o Super Bowl, em algumas ocasiões, é quase tão importante quanto o jogo em si. Há shows, jantares, entrevistas e eventos que tratam os superastros da NFL como se eles fossem da realeza de Hollywood.”<sup>16</sup> (BEAHM; 2014)

Em sua essência, o Super Bowl representa algumas das características da sociedade estadunidense com as quais os americanos mais se identificam e de que mais se orgulham: na esfera desportiva, ele representa a importância dada ao esporte, o amor ao clube e a resiliência dos atletas; na política, o amor à pátria e o nacionalismo; na social, a resposta à demanda de lazer e o conagração entre os cidadãos; e na econômica, o respeito ao livre mercado e a espetacularização. E é justamente por trazer todas essas dimensões reunidas em um único evento, que o Super Bowl se tornou tão importante para os Estados Unidos e o povo americano.

### 2.1.2. Beisebol, basquete e hóquei sobre o gelo

Dentre os três outros esportes que complementam as quatro grandes ligas, o beisebol se destaca por ser o segundo mais popular do país<sup>17</sup>, tendo sido ultrapassado pelo futebol americano a partir do desenvolvimento da televisão na década de 1960. Apesar de perder em popularidade para o esporte da bola oval, ele é uma das modalidades mais praticadas e que mais exercem influência sobre a sociedade norte-americana, pois é bastante utilizado como ferramenta de formação dos cidadãos em colégios e universidades de todo o país.

---

<sup>16</sup> Traduzido pelo autor a partir do original em inglês: “We have parties, make purchases, and get geared up to watch an ultimate American story: a high-stakes game of winner takes all. What is truly interesting is that marketers and advertisers have successfully created the Super Bowl as an “event” that lasts more than just three hours on Sunday evening. The week that leads up to the Super Bowl, in some instances, is almost as big as the game itself. There are concerts, dinners, interviews, and events that showcase NFL superstars as if they are Hollywood royalty.” Disponível em: <http://www.foxnews.com/opinion/2014/01/31/super-bowl-distinctly-american-cultural-event/> (último acesso em 7 de novembro de 2014).

<sup>17</sup> Disponível em: <http://espn.uol.com.br/infografico/nfl/censo-2014/> (último acesso em 5 de novembro de 2014).

O beisebol também pode ser considerado o esporte mais tradicional dos Estados Unidos. Criado a partir de uma das muitas versões de modalidades esportivas jogadas com tacos trazidas pelos colonizadores britânicos, ele já contava com seu primeiro time profissional em 1869, mesmo ano em que se realizou a primeira partida da história do futebol americano, esporte que ainda estava em estágio inicial de desenvolvimento. Dois anos depois, surgiu a primeira liga oficial de beisebol dos Estados Unidos, duas décadas antes da profissionalização do futebol americano.

Atualmente, o esporte se destaca por movimentar muito dinheiro e atrair grandes investimentos. A MLB é uma das ligas de maior teto salarial do mundo, o que resulta em salários altíssimos pagos aos atletas. Na temporada de 2014, a equipe do Los Angeles Dodgers, uma das mais famosas da liga, foi a que teve a maior despesa salarial, pagando um total de mais de 235 milhões de dólares no ano para seus jogadores e profissionais da comissão técnica<sup>18</sup>.

Terceiro esporte de maior relevância entre os quatro estudados, o basquete começou a se desenvolver no nordeste dos Estados Unidos no fim do século XIX, como uma alternativa às modalidades jogadas em campo aberto, cuja prática se tornava difícil durante os rigorosos invernos da região. Nos dias de hoje, o esporte é regulado pela NBA, liga reconhecida pela FIBA (Federação Internacional de Basquete), apesar de ambas terem algumas divergências em relação às regras.

Uma das principais características NBA a ser ressaltada é o alcance que ela atinge mundo afora, sendo a liga profissional norte-americana que investe há mais tempo na expansão de sua influência e na busca por mercados estrangeiros. O principal meio de ação da liga para esse movimento é feito através do projeto chamado NBA Global Games (“jogos globais da NBA”, em tradução livre). Até a realização desse trabalho, o projeto já havia promovido 152 partidas fora da América do Norte, sendo 145 amistosos e sete jogos de temporada regular da liga. Esses eventos aconteceram durante um período de 36 anos e foram realizados em 43 cidades de 20 países diferentes, incluindo o Brasil, cujo caso será descrito no quarto capítulo deste estudo<sup>19</sup>.

Por fim, o hóquei sobre gelo, assim como o beisebol, também tem suas origens vinculadas aos esportes praticados com tacos vindos do Reino Unido para a América do

---

<sup>18</sup> Disponível em: <http://mlb.com/teams> (último acesso em 2 de novembro de 2014).

<sup>19</sup> Todas as informações citadas neste parágrafo estão disponíveis em: <http://www.nba.com/global/games2013/all-time-international-game-list.html> (último acesso em 20 de novembro de 2014).

Norte. Sua liga profissional, a NHL, tem como característica principal a integração esportiva com o Canadá, já que sete das 30 franquias da liga são canadenses. Essa grande participação do país vizinho aos EUA se justifica, entre outros motivos, pelo fato de o hóquei sobre o gelo ser um dos esportes mais populares do Canadá e ser a única modalidade entre as quatro estudadas que é igualmente desenvolvida nos dois países

É importante salientar que além da NHL, NBA e MLB também contam com a participação de uma equipe canadense, diferentemente do que acontece na NFL. O caso que se destaca é o da cidade de Toronto que, principalmente por estar próxima à fronteira e ter fortes ligações socioculturais com os Estados Unidos, foi estabelecida como sede de três franquias, uma de cada liga.

Assim como acontece no futebol americano, NHL, NBA e MLB têm grande parte de sua receita oriunda dos contratos televisivos. Isso pode ser exemplificado através do último contrato assinado pela NBA, que, neste ano de 2014, renovou os direitos de transmissão para as redes de TV ESPN (*Entertainment and Sports Programming Network*) e TNT (*Turner Network Television*), que vão pagar à liga 24 bilhões de dólares por um período de nove anos, o que dá mais de dois bilhões e meio por ano<sup>20</sup>. Para efeito de comparação, esse valor representa cerca de metade da receita de televisão da NFL, liga que tem um contrato televisivo de cinco bilhões de dólares anuais, o mais rentável do país.

As ligas profissionais de basquete, beisebol e hóquei sobre gelo também são prova de sucesso no quesito média de público. Mesmo com um número bastante elevado de partidas (NBA e NHL organizam 1.230 jogos em suas temporadas regulares, enquanto a MLB tem um número ainda maior de impressionantes 2.430 partidas), elas contam com grande presença de público, levando 17 mil pessoas em média aos jogos de basquete e de hóquei, e 30 mil aos de beisebol<sup>21</sup>. Esses números fazem da MLB a quinta liga esportiva com maior média de público do mundo, atrás apenas da NFL, dos campeonatos nacionais de futebol da Inglaterra e da Alemanha, e da liga profissional de futebol australiano. Ainda em relação à liga profissional de beisebol, é interessante pensar que multiplicando-se o público médio (30 mil pessoas) pelo número de partidas (2.430), obtém-se a incrível marca de quase 73 milhões de ingressos vendidos pela MLB, sem contar as partidas da pós-

---

<sup>20</sup> Disponível em: <http://extra.globo.com/esporte/nba-renova-acordo-de-direitos-de-transmissao-por-578-bilhoes-14163098.html> (último acesso em 2 de novembro de 2014).

<sup>21</sup> Números relativos às temporadas realizadas entre 2013 e 2014. Disponível em: <http://espn.go.com/nhl/attendance>; <http://espn.go.com/mlb/attendance>; e <http://espn.go.com/nba/attendance> (últimos acessos em 1º de novembro de 2014).

temporada. Já NBA e NHL ocupam o topo da lista de média de público considerando-se apenas esportes praticados em arenas fechadas<sup>22</sup>.

Este capítulo buscou retratar o cenário atual de futebol americano, basquete, beisebol e hóquei sobre o gelo nos Estados Unidos, apresentando as características fundamentais das ligas profissionais que gerem essas modalidades, NFL, NBA, MLB e NHL, respectivamente. Os dados e aspectos mostrados ajudam a explicar a cultura esportiva norte-americana e o modelo comercial de gerenciamento de esportes que é praticado no país, que são dois dos três eixos fundamentais da tríplice aliança que serve como base para o sucesso desportivo estadunidense, citada anteriormente neste estudo. O próximo capítulo tratará do terceiro eixo desta aliança, que é o conceito de esporte como espetáculo, além de aprofundar ainda mais a análise sobre o aspecto comercial do modelo de gerenciamento esportivo dos EUA.

---

<sup>22</sup> Disponível em: <http://www.nytimes.com/pages/sports/attendance> (último acesso em 1º de novembro de 2014)



### 3. O esporte como espetáculo

O esporte é um dos eixos básicos da sociedade moderna e, como tal, já passou por diversas transformações. Nos dias de hoje, uma das características dominantes do modelo de gerenciamento de esportes é a tendência de espetacularização dos eventos esportivos e de suas respectivas coberturas pelos diversos meios de comunicação, característica essa que vem sendo intensificada desde o século XX.

No Brasil, por exemplo, essa tendência começou a ser desenvolvida com a força dos meios de comunicação no auge da era do rádio, no início das transmissões televisivas e com o destaque da mídia impressa esportiva. O gosto pelo espetáculo é uma característica marcante da mídia nacional, que fica evidente nas transmissões de rádio que valorizam os jogos e dão emoção aos eventos, nas crônicas esportivas de tom quase lúdico e literário, principalmente as de futebol, e no modelo televisivo, que busca sempre se modernizar e estar na vanguarda das transformações midiáticas.

Para se fazer uma análise do espetáculo como característica fundamental dos eventos esportivos, é necessário identificar os papéis dos meios de comunicação como figuras atuantes no processo de espetacularização. No caso dos Estados Unidos, a ESPN é o principal conglomerado midiático de esportes, e se encontra na linha de frente desse processo. O próprio nome do grupo de comunicação mostra a importância que ele dá ao conceito do espetáculo: *Entertainment and Sports Programming Network*, ou Rede de Programação de Entretenimento e Esportes, traduzido para o português. O fato de as palavras “entretenimento” e “esportes” estarem presentes em nível de igualdade na nomenclatura do grupo mostra como a relação entre esses dois domínios é algo intrínseco ao modelo dos eventos esportivos norte-americanos e dimensiona o quanto o processo de transformação desses eventos em espetáculo é essencial para o país.

Em um contexto global, Pierre Bourdieu (1997) exemplifica de que maneira essa atuação se faz presente em um espetáculo esportivo tal como os Jogos Olímpicos, principalmente através da televisão:

Para compreender esse processo [...] seria preciso analisar a construção social do espetáculo olímpico, das próprias competições, mas também de todas as *manifestações* de que elas são cercadas, como os desfiles de abertura e de encerramento. Seria preciso, em seguida, analisar a produção da imagem televisiva desse espetáculo, que, enquanto suporte de *spots* publicitários, torna-se um produto comercial que obedece à lógica do mercado e, portanto, deve ser

concebido de maneira a atingir e prender o mais duradouramente possível o público mais amplo possível: além de dever ser oferecida nos horários de grande audiência nos países economicamente dominantes, ela deve submeter-se à demanda do público, curvando-se às preferências dos diferentes públicos nacionais por este ou aquele esporte [...]. (BOURDIEU; 1997, 124)

A partir da explicação de Bourdieu (1997), é possível fazer uma associação do modelo de espetáculo esportivo dos Jogos Olímpicos, destacado por ele como exemplo, com o modelo de espetacularização dos esportes norte-americanos.

Três pontos explicitados no texto do autor se destacam na medida em que são fundamentais para esse modelo estadunidense de espetáculo. O primeiro é a importância dada à imagem da televisão como um centro gerador de espaço publicitário. Pelo fato de o público americano ter uma ligação muito forte com os esportes, as transmissões de eventos esportivos representam casos de sucesso e se encontram com frequência entre as maiores audiências do país. Como já foi citado, o principal exemplo vem do futebol americano, cuja liga detém os 21 maiores números de espectadores da história da TV nacional. Por causa de todo esse sucesso, há muito interesse dos eventos esportivos norte-americanos em priorizar a criação de espaços destinados à publicidade, o que também gera movimentação comercial e pesados investimentos dos grandes meios de comunicação.

O segundo ponto é maneira como as partidas, e suas respectivas coberturas midiáticas, são capazes de prender a atenção do público. Os eventos de esportes nos Estados Unidos se utilizam de vários artifícios de entretenimento para garantir que os espectadores, estejam eles presentes no local ou acompanhando de casa, se mantenham interessados durante o jogo e também durante as pausas e intervalos. Na maioria dos jogos das quatro grandes ligas, os fãs que acompanham *in loco* são entretidos por animadores, líderes de torcida<sup>23</sup>, mascotes das equipes e atrações musicais, principalmente nas partidas da NBA e da NHL, que acontecem em arenas fechadas que favorecem o aparato tecnológico. Já para os espectadores que acompanham de casa, os veículos de comunicação costumam oferecer muitas estatísticas, infográficos, curiosidades, referências históricas e conteúdo, todos eles relacionados ao esporte transmitido e aos times envolvidos.

Por fim, o terceiro ponto levantado por Bourdieu (1997) é a necessidade de haver eventos realizados nos horários de maior audiência, chamados nobres, e que atendam ao grande público e satisfaçam a sua demanda. Todas as grandes ligas esportivas dos Estados Unidos seguem o modelo de *playoffs*, em que os times de melhor campanha da temporada

---

<sup>23</sup> Tradução do inglês *Cheerleader*.

regular se classificam para a pós-temporada, etapa em que se enfrentam em confrontos eliminatórios até que o campeão seja definido. Nessa fase das finais, os comandantes das ligas montam a tabela de maneira que haja o mínimo possível de partidas concomitantes, para que o público de todo o país possa acompanhar quase todos os duelos.

Além disso, o calendário das temporadas das quatro grandes ligas é montado de maneira que o país sempre tenha pelo menos um dos seus quatro torneios principais em andamento: NBA e NHL são as ligas de maior duração, organizando seus respectivos campeonatos de outubro até junho; a temporada da NFL, a mais curta entre as quatro, se estende de setembro até fevereiro; e a MLB completa o ciclo realizando seus jogos de abril a outubro.

Apesar de ser o esporte mais popular do país, o futebol americano é uma modalidade de muito contato físico e que provoca muitas contusões, o que faz com que sua liga tenha o menor número de jogos entre as quatro principais (16 por equipe na temporada regular, contra 82 do basquete e do hóquei sobre o gelo e 162 do beisebol). Em contrapartida, a NFL tem a maior média de público entre as quatro ligas (cerca de 68 mil espectadores por jogo, contra 30 mil da MLB e 17 mil da NBA e da NHL)<sup>24</sup>, além de receber um retorno financeiro maior por partida realizada. Desta maneira, é criado um equilíbrio entre esses quatro esportes. De um lado, o futebol americano tem mais destaque e gera maiores investimentos, só que por menos tempo. Enquanto isso, do outro lado, basquete, beisebol e hóquei sobre o gelo recebem atenção e retorno financeiro menores, mas durante um período mais longo.

Ainda no quesito de horário de eventos e grande demanda de audiência, a NFL mais uma vez se destaca. Desde seu início, a liga profissional de futebol americano realiza a grande maioria dos seus jogos de temporada regular aos domingos, sendo um deles isolado no horário nobre noturno, conhecido como *Sunday Night Football* (futebol de domingo à noite, em tradução livre). Porém, buscando atender à grande demanda de público, e por consequência atrair mais audiência e maiores investimentos, foram estabelecidos novos horários para duas partidas por semana. Em 1970, surgiu o *Monday Night Football* (futebol de segunda-feira à noite), evento que se tornou o mais tradicional de cada rodada do futebol americano, que registra os maiores números de telespectadores da temporada regular, e que tem os direitos vinculados à ESPN através do contrato

---

<sup>24</sup> Números relativos às temporadas realizadas entre 2013 e 2014. Disponível em: <http://espn.go.com/nfl/attendance>; <http://espn.go.com/mlb/attendance>; <http://espn.go.com/nba/attendance>; e <http://espn.go.com/nhl/attendance> (últimos acessos em 1º de novembro de 2014).

televisivo de maior valor atualmente no país, estipulado em 15 bilhões de dólares por um período de oito temporadas<sup>25</sup>. Em 1985, a transmissão obteve um recorde de 46% da audiência da TV norte-americana, em uma vitória do Miami Dolphins sobre o Chicago Bears<sup>26</sup>.

O segundo horário diferenciado é o *Thursday Night Football* (futebol de quinta-feira à noite), criado em 2006 e que hoje em dia está vinculado à NFL Network, veículo pertencente à própria NFL<sup>27</sup>. Há ainda um último caso de destaque que é o das partidas realizadas no feriado nacional do Dia de Ação de Graças, fato que acontece desde a profissionalização do esporte na década de 1920 e que marca uma das maiores tradições esportivas do país. Na era moderna da NFL, ocorrem três jogos durante a quinta-feira do feriado, e os times do Dallas Cowboys e do Detroit Lions, dois dos mais tradicionais da liga, estão sempre entre as seis equipes envolvidas nos confrontos<sup>28</sup>. Durante todas essas décadas, a liga deu destaque aos jogos do Dallas Cowboys em dias de Ação de Graças para ajudar a fomentar a popularidade do futebol americano, já que a franquia é uma das de maior torcida dos Estados Unidos<sup>29</sup>.

Retomando os pensamentos de Bourdieu (1997) e a sua análise do esporte como espetáculo através do exemplo das Olimpíadas, é possível fazer mais correlações entre os esportes americanos e as modalidades olímpicas. Em seu texto, o autor explica que:

[...] no jogo esportivo, o campeão, corredor de cem metros ou atleta do decatlo, é apenas o sujeito aparente de um espetáculo que é produzido de certa maneira duas vezes: uma primeira vez por todo um conjunto de agentes, atletas, treinadores, médicos, organizadores, juízes, cronometristas, encenadores de todo o cerimonial, que concorrem para o bom transcurso da competição esportiva no estádio; uma segunda vez por todos aqueles que produzem a reprodução em imagens e em discursos desse espetáculo, no mais das vezes sob a pressão da concorrência e de todo o sistema das pressões exercidas sobre eles pela rede de relações objetivas na qual estão inseridos. (BOURDIEU; 1997, 127)

Nesse sentido, é possível identificar na cobertura dos eventos dos esportes norte-americanos a mesma característica destacada por Bourdieu, que é a dualidade de visões

---

<sup>25</sup> Disponível em: <http://www.nytimes.com/pages/sports/football/> (último acesso em 15 de outubro de 2014); <http://blogs.wsj.com/corporate-intelligence/tag/football/> (último acesso em 23 de outubro de 2014).

<sup>26</sup> Disponível em: <http://espn.go.com/nfl/mnf> (último acesso em 9 de novembro de 2014).

<sup>27</sup> Disponível em: <http://www.nfl.com/tnf> (último acesso em 9 de novembro de 2014).

<sup>28</sup> Disponível em: <http://www.nfl.com/thanksgiving> (último acesso em 9 de novembro de 2014).

<sup>29</sup> Disponível em: <http://www.nfl.com/news/story/0ap3000000415461/article/twitter-breaks-down-nfl-fan-bases-across-the-country> (último acesso em 11 de novembro de 2014).

que são produzidas a partir de um mesmo evento, sendo uma fortemente ligada à essência desportiva e ao jogo em si, e a outra vinculada ao espetáculo que é criado em cima dessa essência.

### 3.1. O modelo comercial estadunidense

Os Estados Unidos são uma potência política, econômica, militar e tecnológica, exercendo grande influência sobre o resto do mundo. Mas esse poder não se restringe a essas esferas, já que o país também é dominante no âmbito esportivo. Esse domínio se estabelece através de dois pontos principais: o sucesso que os atletas estadunidenses obtêm em um grande número de competições internacionais de diversas modalidades; e o fato de o país se encontrar na vanguarda do processo de espetacularização dos eventos esportivos, tendo um importante papel no desenvolvimento e na disseminação do modelo de espetáculo que faz parte da visão explicitada por Bourdieu (1997). Dentro desse movimento, quem novamente se destaca é a NFL, principal liga esportiva do país. E o ápice desse processo corresponde ao ponto alto da temporada do futebol americano: o Super Bowl.

Há décadas que a grande final da NFL ultrapassou o âmbito do esporte e se tornou também um evento cultural, patriótico e financeiro. Pelo fato de a partida ser sempre realizada no primeiro domingo do mês de fevereiro, o dia se tornou um feriado nacional, conhecido como *Super Sunday* (Super Domingo). Já virou tradição entre os americanos fazer festas e reunir os amigos e familiares em casa para assistir a este grande espetáculo, como evidencia o americano Roger L. Beahm (2014), professor de prática de marketing e diretor executivo do Centro de Inovação e Varejo na Escola de Negócios da Universidade Wake Forest, em Winston-Salem, no estado americano da Carolina do Norte. Segundo ele, "os fãs que vão comparecer ao jogo também têm todos os tipos de eventos disponíveis. Aqueles de nós que assistiremos de casa planejamos participar de festas e de outras reuniões sociais<sup>30</sup>" (BEAHM; 2014). Justamente por isso, o Super Domingo é o segundo dia mais lucrativo do ano para a indústria alimentícia do país, perdendo apenas para o Dia de Ação de Graças, importante feriado da cultura estadunidense.

---

<sup>30</sup>Traduzido pelo autor a partir do original em inglês: "Fans who happen to be attending the game have all kinds of events available as well. Those of us watching at home often plan to attend parties and other social gatherings." Disponível em: <http://www.foxnews.com/opinion/2014/01/31/super-bowl-distinctly-american-cultural-event/> (último acesso em 7 de novembro de 2014).

E quem também não poderia deixar de usufruir de todo esse sucesso do Super Bowl são os reguladores do mercado, os comandantes da publicidade e os donos dos meios de comunicação, que fazem poderosos investimentos neste que é um dos maiores eventos esportivos do planeta. Como já foi mencionado neste estudo, um anúncio de 30 segundos chegou a custar quatro milhões de dólares nos intervalos comerciais da final da temporada de 2013 do futebol americano, o equivalente a 133 mil dólares por segundo de publicidade. Isso é a representação prática do sucesso alcançado pela relação entre o esporte e a economia, entre as grandes ligas e as grandes empresas, entre o jogo e a propaganda.

Apesar de os comerciais por muitas vezes serem recebidos de forma negativa pelos telespectadores, o sucesso dessa relação faz com que essa visão seja invertida, ou seja, os anúncios passam a atrair o interesse do público, ao invés de afastá-lo, como mostra Tom Evens (2013), ao explicar algumas das razões pelas quais esse modelo publicitário é economicamente sustentável:

Esportes americanos populares, como o futebol americano e o basquete, são feitos sob medida para servir aos canais de publicidade e são interrompidos com mais frequência por pausas no jogo do que esportes europeus. Os intervalos comerciais dão oportunidade para propagandas durante a transmissão sem desvalorizar a experiência da partida, e permitem que os canais de publicidade recuperem grande parte dos investimentos feitos em aquisição de direitos. Além disso, o patrocínio continua sendo a principal fonte de renda para a maioria das ligas dos esportes americanos, incentivando-as a fazerem acordos com as redes de transmissão que garantam um amplo alcance de audiência. Ao maximizar o alcance da audiência, as redes dão às ligas esportivas maiores receitas de patrocínio<sup>31</sup>. (DIETL et.al; *apud* EVENS; 2013, 34)

Os intervalos citados por Evens (2013) são, de fato, parte integrante dos jogos das quatro grandes ligas, que contam com transmissões de todas as partidas de suas respectivas temporadas. Ao longo dos anos, as ligas profissionais de futebol americano, beisebol, basquete e hóquei sobre o gelo modificaram seus regulamentos para inserir pausas durante os jogos. Essas pausas têm dois objetivos: permitir que as equipes tenham um número específico de tempos técnicos durante um jogo; e criar espaço para inserções comerciais durante as transmissões dos eventos desses quatro esportes. Isso se dá de maneira

---

<sup>31</sup> Traduzido pelo autor a partir do original em inglês: “Popular US sports, such as American football and basketball, are tailor-made to suit advertising channels and interrupted more frequently by time-outs than European sports. Commercial breaks provide opportunity to broadcast advertising without devaluing the game experience, and allow advertising channels to largely recoup investments in rights acquisition. In addition, sponsorship remains the dominant income source for most US sports leagues, incentivizing them to enter into agreements with broadcast networks that guarantee wide audience reach. Network effects from maximizing audience reach may provide sports leagues with higher sponsorship revenues.”

organizada e premeditada, para que um mesmo intervalo atinja esses dois objetivos concomitantemente, criando um número de pausas que não seja muito elevado a ponto de fazer com que os espectadores percam a atenção, mas que ainda assim seja o suficiente para atender tanto aos interesses das equipes quanto aos de patrocinadores, investidores e empresas parceiras.

Nesse modelo de organização de intervalos (chamados de *time outs* na língua inglesa) há casos de destaque em todas as quatro ligas. Na NBA e na NHL, além dos tempos técnicos cedidos aos times, há pausas obrigatórias para os comerciais televisivos, sendo quatro no basquete e seis no hóquei sobre o gelo. Na MLB, apesar de não haver intervalos obrigatórios para a TV, há pausas de sobra para a atuação da publicidade, porque cada partida conta com pelo menos 17 intervalos que ocorrem ao final de cada metade de cada entrada (um jogo de beisebol é composto por nove entradas divididas em duas partes cada). Por fim, a NFL é a liga que mais demanda intervalos comerciais, já que as transmissões de futebol americano duram mais de três horas e os jogos contam com 20 pausas programadas, sendo dez em cada um dos dois tempos. Entre esses vinte intervalos, quatro são pré-determinados: um ao fim do primeiro quarto, um ao fim do terceiro, e outros dois que ocorrem a dois minutos do fim do segundo e do quarto quartos, chamados de *Two Minute Warning* (“aviso dos dois minutos”, em tradução livre).

Ainda sobre a inversão da visão do público em relação aos anúncios comerciais, que ganha conotação positiva nas transmissões dos esportes norte-americanos, mais uma vez é possível citar Roger L. Beahm (2014), que explica como se realiza essa mudança e evidencia o importante papel do Super Bowl nesse processo:

Ainda mais interessante é a ideia de que o Super Bowl pode ser o único momento em que o público americano convida os publicitários para suas salas. Nós com frequência nos afastamos de mensagens de marketing e, em vez disso, buscamos produtos que nos permitam pular os comerciais para voltar à programação, mas, para alguns, o que importa no jogo do Super Bowl são "os comerciais" e o entretenimento do intervalo. Na verdade, as empresas que criam anúncios para o Super Bowl normalmente vão além do comum para garantir que suas mensagens se destaquem. Elas gastam milhões em desenvolvimento de conceito, pesquisa e produção mesmo antes de exibir os comerciais. [...] Como e por que isso funciona? Em nenhum outro momento haverá tantas pessoas assistindo a um único evento televisivo neste país. Em nenhum outro momento os publicitários serão capazes de captar tanta atenção disposta do consumidor quanto no Super Bowl<sup>32</sup>. (BEAHM; 2014)

---

<sup>32</sup> Traduzido pelo autor a partir do original em inglês: “Even more interesting is the idea that the Super Bowl might just be the only time that the American public openly invites marketers into our living rooms. We often

Outro fator que contribui para a espetacularização, e a subsequente exploração publicitária do Super Bowl, é o show do intervalo, que é uma característica fundamental dos eventos esportivos nos EUA, principalmente das partidas de futebol americano. Mas, como também acontece com todos os outros elementos do jogo, é na final da NFL que esse show atinge seu ponto máximo de destaque.

Desde o primeiro Super Bowl, em 1967, todas as edições contaram com shows durante o intervalo da partida. Porém, durante a primeira década e meia, essas performances se restringiam a bandas de colégios e universidades. A partir dos anos 1980, foram realizadas apresentações mais variadas, num processo de transição que levou à revolução da história dos shows em intervalos de eventos esportivos do mundo. Do início da década de 1990 até os dias de hoje, foram 24 finais da liga, com diversos artistas da cultura popular subindo aos palcos, desde a banda New Kids on the Block, em 1991, até Bruno Mars, em 2014. Nesse período, o mundo assistiu a shows de Diana Ross, ZZ Top, James Brown, Stevie Wonder, Tina Turner, Aerosmith, Britney Spears, U2, Justin Timberlake, Paul McCartney, The Rolling Stones, Prince, Madonna, Beyoncé, Red Hot Chili Peppers e muitos outros.<sup>33</sup> Além de todos esses, houve também a marcante apresentação de Michael Jackson, em 1993, uma das performances musicais mais famosas e repercutidas da história do esporte. O recorde de público televisivo fica mais uma vez com o Super Bowl XLVIII, realizado em 2014: mais de 115 milhões de pessoas assistiram ao show do intervalo da partida, protagonizado pelo cantor pop Bruno Mars<sup>34</sup>.

Ainda em relação ao show do intervalo, também é importante destacar sua relevância comercial. A NFL não paga nada aos artistas que se apresentam, apenas dá conta de todas as despesas que eles têm com produção e viagens. Mas o show também traz muitos benefícios para os astros da música, que lucram com exposição e aumento de vendas de discos e de músicas digitais. Outro fundamento relevante para esse sucesso

---

turn away from marketing messaging and instead go for products that allow us to skip commercials to get back to the programming, but for some the Super Bowl game is all about “the commercials” and halftime entertainment. In fact, companies developing ads for the Super Bowl usually go above and beyond to make sure their messages stand out. They will spend millions on concept development, research, and production even before airing the spots. [...] How and why does this work? At no other time will there be that many people en masse watching a single television event in this country. At no other time will marketers be able to capture the willing attention of the consumer more than at the Super Bowl.” Disponível em: <http://www.foxnews.com/opinion/2014/01/31/super-bowl-distinctly-american-cultural-event/> (último acesso em 7 de novembro de 2014).

<sup>33</sup> Todas as informações deste parágrafo estão disponíveis em: <http://www.nfl.com/superbowl/> (último acesso em 4 de novembro de 2014).

<sup>34</sup> Disponível em: <http://www.foxnews.com/sports/football/> (último acesso em 4 de novembro de 2014).



comercial é o fato de que a liga faz um contrato de patrocínio exclusivamente para o intervalo do jogo,<sup>35</sup> modelo que começou a ser adotado a partir do Super Bowl XXX, em 1996. Nesse sistema, a empresa parceira arca com os custos majoritários ou até integrais do show e, em troca, recebe a oportunidade de expor sua marca e seus produtos.

Portanto, em vista de todos os dados apresentados, da descrição dos modelos organizacionais das quatro grandes ligas e dos esportes que elas gerenciam, e do exemplo de destaque do Super Bowl, torna-se possível compreender o papel de liderança dos Estados Unidos e dos esportes norte-americanos no processo de espetacularização do esporte moderno. Aliado à tendência de exportação mundial de NFL, NBA, NHL e MLB, esse processo contribui para a expansão desses esportes por todo o planeta, inclusive para o Brasil, caso que será objeto de estudo do capítulo a seguir.

---

<sup>35</sup> Disponível em: <http://blogs.wsj.com/corporate-intelligence/2014/08/20/the-economics-behind-the-nfls-pay-to-play-super-bowl-pitch> (último acesso em 7 de novembro de 2014).

#### 4. Esportes norte-americanos no Brasil

No mundo moderno e globalizado do século XXI, os esportes norte-americanos deixaram de fazer parte apenas da realidade dos Estados Unidos e do Canadá e expandiram sua área de influência, que atualmente agrega diversos países de todo o planeta. Durante esse processo de expansão a comunicação exerceu um papel fundamental, principalmente através do jornalismo, publicidade e marketing esportivos. E dentro desse cenário, os meios de comunicação que mais se destacam são a televisão e a internet.

Através da televisão, as quatro principais ligas esportivas estadunidenses, NFL, MLB, NBA e NHL, levam as transmissões de seus respectivos esportes a dezenas de países de todos os continentes, contando também com a parceria de emissoras estrangeiras associadas. Pela internet, o público atingido mundo afora é ainda maior, graças ao amplo alcance e à rápida velocidade de transporte de informação desse meio. Em comparação com a televisão, a internet tem ainda a vantagem de permitir que o acesso à informação seja feito por qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo, independentemente do fato de o país em que ela vive ter ou não demanda de interesses por basquete, beisebol, hóquei sobre o gelo ou futebol americano.

Excluindo-se o Canadá, que está diretamente inserido no modelo esportivo estadunidense, que recebe partidas dos principais esportes americanos e que tem times em três das quatro grandes ligas (a exceção é a NFL), são três os países de grande relevância política, econômica e desportiva que se destacam entre as nações mais atingidas pela exportação dos esportes norte-americanos e em cujos territórios o interesse por tais modalidades cresce com mais força. Os dois primeiros são México e Reino Unido, cujas conjunturas já foram explicitadas e desenvolvidas durante o segundo capítulo deste estudo, e o terceiro é o Brasil, caso a ser estudado a partir de agora.

A análise do caso brasileiro se baseia em dois eixos principais: o primeiro trata dos meios de comunicação do país e de seus respectivos veículos, esclarecendo a estratégia das quais eles se utilizam para importar e reproduzir o conteúdo dos esportes norte-americanos, e explicando a maneira como realizam as transmissões, ou até retransmissões, dos eventos desses esportes; já o segundo eixo passa pela observação da prática, em território brasileiro, das quatro modalidades esportivas estudadas, determinando também as repercussões que elas geram em nossa sociedade.

#### 4.1. A cobertura da mídia esportiva brasileira

A história dos esportes norte-americanos no Brasil tem um marco importante no final da década de 1980, quando o canal de TV da rede Bandeirantes trouxe os jogos da NBA para o público do país, com a primeira transmissão tendo sido realizada pelo narrador Luciano do Valle, um dos primeiros jornalistas brasileiros a incentivar a cobertura dessas modalidades. Logo depois, a Band também investiu no futebol americano e transmitiu o Super Bowl, grande final da NFL, nos primeiros anos da década de 1990.

Essas primeiras transmissões serviram como um pontapé inicial, que estimulou o assentamento da cultura dos esportes norte-americanos na sociedade brasileira e que foi uma das razões para o crescimento do público que acompanha NBA, NFL, NHL e MLB no país, o que motivou também um maior interesse por parte dos veículos de comunicação nacionais em cobrir essas quatro grandes ligas.

Assim como ocorre no processo de expansão global dos esportes norte-americanos, a televisão e a internet são os meios de comunicação que se destacam na cobertura brasileira de futebol americano, basquete, beisebol e hóquei sobre o gelo. Apesar de rádio e mídia impressa ainda exercerem grande impacto sobre os consumidores brasileiros de conteúdo esportivo, eles dão muito pouco ou até nenhum destaque aos esportes das grandes ligas americanas, com exceção feita ao basquete, que é uma modalidade tradicionalmente inserida na cultura do Brasil.

Isso ocorre, entre outros motivos, porque rádios, web rádios, jornais e revistas costumam restringir grande parte de seu conteúdo aos esportes de maior sucesso entre os consumidores nacionais, como vôlei, tênis, judô, natação, atletismo e outras modalidades olímpicas, automobilismo, artes marciais mistas, e, acima de tudo, o futebol, esporte favorito do público e que domina o noticiário esportivo brasileiro. Além disso, os meios de comunicação rádio e mídia impressa têm restrições técnicas de tempo e de formatação inatas a eles que também provocam limitações no conteúdo que transmitem, o que ocorre menos na televisão e quase não acontece na internet, meios que contam com mais tempo e espaço, e, por consequência, com maior diversidade temática.

Por essas razões, dentro desse modelo midiático esportivo que se estabeleceu no Brasil, se faz necessária uma análise atual e aprofundada sobre a maneira como os principais veículos esportivos do país realizam a cobertura dos esportes norte-americanos

através dos meios de comunicação de maior relevância nesse processo: a televisão e a internet.

#### 4.1.1. Cobertura televisiva

Para que se faça um estudo mais preciso sobre a cobertura dos esportes norte-americanos pela mídia brasileira, deve-se ressaltar a importância da televisão como meio de comunicação chave nesse processo. Nas palavras de Beatriz Becker (2005), deve-se compreender que:

A televisão é o veículo que provoca maior fascínio. No conjunto dos meios de comunicação de massa, sua importância é incontestável. Mantém o indivíduo ligado no mundo ao seu redor, aos acontecimentos mais próximos e também aos mais distantes, aos mais corriqueiros e aos mais surpreendentes. (BECKER; 2005, 54)

No que diz respeito à metodologia escolhida para a realização desse estudo, o foco da análise passa por mostrar de que maneira o conteúdo das quatro grandes ligas americanas é tratado pelos canais de televisão que realizam a cobertura de seus esportes e a transmissão de seus eventos hoje em dia no Brasil. E isso será mostrado através de três critérios principais: apresentar os programas que têm como conteúdo futebol americano, basquete, beisebol e hóquei sobre o gelo; informar o volume de transmissões de partidas da NFL, NBA, MLB e NHL; e determinar os elementos fundamentais que compõem e diferenciam essas transmissões.

Cabe ainda ressaltar que para essa análise foram escolhidos os principais veículos brasileiros atualmente responsáveis por cobrir as quatro grandes ligas estadunidenses no meio televisivo, que são a rede ESPN (que inclui os canais ESPN, ESPN Brasil e ESPN+), na televisão fechada, e a TV Esporte Interativo, na aberta. O período do conteúdo analisado, tanto das transmissões de eventos esportivos quanto dos programas, corresponde às temporadas mais recentes das quatro grandes ligas, realizadas entre os anos de 2013 e 2014.

Dentre os principais esportes relacionados à cultura dos EUA, atualmente os canais ESPN fazem a cobertura de todas as quatro grandes ligas, além de transmitir eventos esportivos universitários da NCAA (*National Collegiate Athletic Association*, ou Associação Atlética Universitária Nacional, em tradução livre), tanto de basquete quanto

de futebol americano. Já o Esporte Interativo cobre apenas a NFL, embora a NBA tenha feito parte do conteúdo do canal entre as temporadas de 2009 e de 2011, e dá espaço também para a WWE (*World Wrestling Entertainment*), maior promoção de *wrestling* profissional existente no mundo e que é sediada nos Estados Unidos.

Em relação ao primeiro critério de análise, os programas que tem como conteúdo exclusivamente os esportes norte-americanos, a ESPN conta com três. O principal é o “*The Book is On The Table*” (“o livro está sobre a mesa”, em inglês, cujo nome deriva de uma famosa frase utilizada como brincadeira entre estudantes da língua inglesa), exibido semanalmente e que discute os assuntos da MLB, NHL, NBA e NFL, mostrando lances, melhores momentos e resultados das partidas, e a classificação das ligas. Os outros dois são o “Semana NFL” e o “NBA Action”, programas focados exclusivamente nas ligas que dão nome a eles e cuja exibição também é semanal, mas vinculada à duração das temporadas dessas respectivas ligas. No caso do Esporte Interativo, atualmente há apenas o “O Melhor da NFL” na grade semanal do canal, programa que analisa as partidas da liga profissional de futebol americano. Entre 2009 e 2011, período em que transmitia a liga profissional de basquete, o canal também contava com o “NBA Action”.

No segundo critério, o volume de transmissões<sup>36</sup>, a rede ESPN mais uma vez é a principal referência, transmitindo as seguintes ligas: um mínimo<sup>37</sup> de seis jogos de futebol americano da NFL, sendo cinco no canal ESPN (um na quinta-feira à noite, três ao longo do domingo, e um na segunda-feira à noite) e um no ESPN+ (na tarde de domingo); três partidas de hóquei sobre o gelo da NHL (às terças, sextas e sábados); dois confrontos de basquete da NBA (nas noites de quarta e sexta-feira); dois jogos de beisebol da MLB (um na terça-feira e um na sexta); duas partidas de basquete universitário da NCAA (às terças e quartas); e dois confrontos de futebol americano universitário também da NCAA (ambos no sábado). Fora tudo isso, os canais ESPN ainda transmitem a pós-temporada<sup>38</sup> das quatro grandes ligas e contam com diversos compactos e reprises de partidas em sua grade semanal de programação.

Já a TV Esporte Interativo transmite, em rede aberta para todo o país, três partidas da NFL, sendo uma na quinta-feira à noite e duas no domingo, uma à tarde e uma à noite.

---

<sup>36</sup> Os números de transmissões citados neste critério estão quantificados por semana e são vinculados ao período de duração das temporadas de suas respectivas ligas.

<sup>37</sup> Em rodadas específicas, há transmissões de jogos extras. Disponível em: <http://espn.uol.com.br/blogs/everaldomarkes> (último acesso em 15 de novembro de 2014).

<sup>38</sup> Etapa em que os melhores times do ano se enfrentam em confrontos eliminatórios até que o campeão seja definido.

Vale ressaltar que o canal também exibe reprises das partidas e faz a cobertura das finais da liga profissional de futebol americano. Além disso, entre 2009 e 2011, o Esporte Interativo transmitia dois jogos da NBA, às quartas-feiras e aos domingos.

Como exemplo de destaque do grande volume de transmissões, é possível citar o caso ocorrido no início de outubro de 2014, entre os dias 12 e 18. Outubro é o único mês em que as temporadas das quatro grandes ligas se encontram ativas de maneira concomitante. Favorecida por esse fato, a rede ESPN atingiu a impressionante marca de 17 eventos de esportes norte-americanos transmitidos ao vivo nesse período de apenas uma semana, somando-se os canais ESPN e ESPN+. Na tabela abaixo estão identificados o número de eventos, os esportes e ligas aos quais eles pertenciam, e o dia em que suas transmissões foram realizadas.

TABELA 1. NÚMERO DE TRANSMISSÕES DE EVENTOS DE ESPORTES NORTE-AMERICANOS DOS CANAIS ESPN NA SEMANA DE 12 A 18 DE OUTUBRO DE 2014, SEPARADOS POR LIGAS:

Domingo 12/10	Segunda 13/10	Terça 14/10	Quarta 15/10	Quinta 16/10	Sexta 17/10	Sábado 18/10
NFL – 4	NFL – 1	MLB – 1 NHL – 1 BU <sup>39</sup> – 1	NBA – 1 BU – 1	NFL – 1	NBA – 1 MLB – 1 NHL – 1	NHL – 1 FAU <sup>40</sup> – 2

FONTE: Dados de pesquisa, 2014<sup>41</sup>.

Por fim, o terceiro critério de análise se resume em identificar os elementos fundamentais que compõem e diferenciam as transmissões televisivas nacionais de beisebol, futebol americano, hóquei sobre o gelo e basquete. Esses elementos podem ser agrupados em três aspectos principais: a interatividade; o conjunto de informações composto por dados, recordes, estatísticas e referências históricas relacionadas ao esporte em questão; e o tom humorístico.

O primeiro aspecto citado é o mais recente entre os três, por estar relacionado às evoluções tecnológicas e à cultura das mídias digitais e redes sociais. Por outro lado, o

<sup>39</sup> Basquete universitário da NCAA.

<sup>40</sup> Futebol americano universitário da NCAA.

<sup>41</sup> Coletados em: <http://espn.uol.com.br/programacao>; <http://extratime.uol.com.br/programacao-de-tv/> (últimos acessos em 14 de outubro de 2014).

segundo pode ser considerado uma importação do modelo midiático esportivo da televisão estadunidense, na medida em que é uma característica fortemente ligada a esse modelo e que os canais do Brasil reproduzem. Já o terceiro é um atributo de caráter brasileiro, porque não tem sua origem vinculada aos Estados Unidos e faz parte da releitura e da retransmissão que os veículos televisivos nacionais fazem dos eventos.

A interatividade é uma característica marcante de todas as transmissões feitas por ESPN e Esporte Interativo, não apenas daquelas de esportes norte-americanos. A fim de promover a participação do público e a interação entre jornalistas e telespectadores, os dois canais usam estratégias ligadas às mídias digitais e às redes sociais, se comunicando através de suas páginas e perfis oficiais. Alguns exemplos são os posts feitos no Facebook, as *hashtags* divulgadas no Twitter, e a criação de aplicativos para *tablets* e *smartphones*.

O uso de dados, recordes, estatísticas e referências históricas durante os jogos está atrelado à geração de conteúdo por parte dos próprios veículos responsáveis pelas transmissões. Isto é, tanto ESPN quanto Esporte Interativo se utilizam com frequência de recursos visuais, infográficos, “VTs”, pílulas de vídeo e muitos outros artifícios criados por eles mesmos para levar informações aos telespectadores e elucidar possíveis dúvidas que eles tenham sobre as modalidades esportivas transmitidas, cujas regras nem sempre são de total conhecimento do público. Essas ações são inspiradas na mídia televisiva dos Estados Unidos, que é pioneira e especialista em realizar esse processo. Além de gerarem conteúdo, os dois veículos também são responsáveis por traduzir e repassar dados, recordes, estatísticas e referências que sejam enviados em inglês pela geradora de áudio e imagem.

Por tudo isso, fica evidente que a presença desse conjunto de informações (dados, recordes, estatísticas e as referências históricas relacionadas ao esporte em questão) nas transmissões tem dois objetivos principais: informar o público e, ao mesmo tempo, mantê-lo continuamente interessado na partida. Nesse sentido, o tom humorístico, que é o terceiro aspecto que compõe e diferencia as transmissões televisivas nacionais de esportes norte-americanos, tem a mesma função de buscar que o interesse dos telespectadores seja constante. Esse objetivo também é evidenciado por Roberto Elísio dos Santos (2012):

Embora os estudos sobre televisão venham ignorando, de modo geral, esse aspecto tão relevante da produção televisual, não se pode esquecer que o tom é seguidamente o que torna o telespectador cativo de um programa. A leveza ou seriedade de um programa, o humor sutil de outro, a irreverência de um terceiro têm o poder de reter o telespectador diante da telinha bem mais do que outros recursos ou artimanhas. (SANTOS; 2012, 149)

Santos (2012) destaca a importância que os tons pertencentes ao discurso da televisão, em especial o tom humorístico, têm no processo de manutenção do interesse da audiência. Dessa maneira, explica-se a razão pela qual os canais ESPN e a TV Esporte Interativo se utilizam frequentemente do humor em suas transmissões.

Em entrevista exclusiva para este estudo, o jornalista Luis Felipe Freitas, um dos narradores responsáveis pelas transmissões da NFL no canal Esporte Interativo, também evidencia a importância do tom humorístico nas transmissões brasileiras de futebol americano, e explica por que o uso desse tom se tornou relevante:

Uma transmissão de futebol americano dura cerca de três horas e meia, e qualquer evento que fique durante tanto tempo no ar se torna cansativo. O tom humorístico ajuda a dar uma “quebrada” nesse ritmo. O grande objetivo de uma transmissão esportiva é entreter o telespectador. Cabe ao apresentador, no caso o narrador, ter uma série de ferramentas para atingir esse alvo. A transmissão não pode ser pautada apenas pelo humor. Durante uma transmissão da NFL, por exemplo, se tem muito tempo para passar uma série de informações. São 53 jogadores em cada time, cada um com uma trajetória diferente – portanto são muitas histórias a serem contadas. A verdade é que os primeiros narradores de NFL no Brasil, André José Adler e Ivan Zimmerman, já tinham no tom humorístico uma grande força. Os que vieram depois acabaram dando sequência a um tom, um estilo que estava dando certo.<sup>42</sup>

Os pontos levantados por Freitas corroboram com as ideias de Santos (2012), na medida em que ambos destacam o papel do tom humorístico como atrativo para entreter o telespectador e prender sua atenção, principalmente em transmissões longas como as do futebol americano e do beisebol. Freitas também salienta a importância de informar o público constantemente, função já destacada durante a análise feita nesse estudo como uma das características básicas das transmissões brasileiras dos eventos das quatro grandes ligas.

Além do tom leve, irreverente e humorístico das transmissões e da própria interação entre narrador e comentarista, que costuma ser amistosa e de espírito cômico, podem ser citados exemplos específicos do uso do humor por parte dos jornalistas envolvidos. Na década de 2000, André José Adler e Ivan Zimmerman, mencionados por Freitas, tinham alguns bordões famosos, entre eles o grito de “Rasteja, verme!”, utilizado quando um jogador de futebol americano era derrubado com força ao chão. Atualmente, no Esporte

---

<sup>42</sup> Em entrevista concedida por email ao autor no dia 8 de novembro de 2014.



Interativo, o próprio Luis Felipe Freitas e seu companheiro Octávio Neto também são conhecidos por seu tom humorístico. Durante um lance histórico ocorrido na temporada de 2014, em que o jogador Peyton Manning se tornou o recordista de passes para *touchdown*<sup>43</sup> da história da liga, com 509<sup>44</sup>, Octávio fez a seguinte narração: "É *touchdown*! É 'tchaca tchaca na butchaca', meus amigos! Peyton Manning, entrando para a história da NFL!"<sup>45</sup>

Nas transmissões dos canais ESPN também há casos relevantes de frases de humor dos jornalistas que ficam marcadas e fazem sucesso entre os telespectadores. O comentarista de futebol americano e de beisebol, Paulo Antunes, é famoso por seus "latidos" durante as partidas, gritos em inglês que ele usa para expressar sua empolgação com as jogadas. Seu parceiro de transmissões, Everaldo Marques, utiliza a expressão "Bingo!" para narrar cestas de três pontos nos jogos da NBA. Everaldo também exprime humor com frequência nas transmissões da NFL, nas quais, por exemplo, narra lances de jogadores correndo em alta velocidade gritando "Taca-lhe pau nesse carrinho!", frase que ficou conhecida no Brasil em 2014 por causa de um vídeo viral do Youtube. Por último, o narrador Rômulo Mendonça é um dos que mais se utiliza de piadas e frases feitas, como o grito de "Ela disse adeus!" nas rebatidas de *home run*<sup>46</sup> nos jogos de beisebol da MLB. Em uma partida de futebol americano, Rômulo fez a seguinte narração em um lance no qual o jogador se desvencilhou dos adversários com diversos dribles: "Esse é o ritmo 'ragatanga' insano!"<sup>47</sup>, em referência a uma música que ficou famosa entre os brasileiros em 2002.

Para encerrar a análise dos veículos televisivos que fazem a cobertura de esportes norte-americanos, cabe citar também outros canais da televisão fechada que se destacaram na transmissão dessas modalidades no Brasil e que ainda fazem parte desse processo<sup>48</sup>: um dos propulsores desse conteúdo no início, o grupo Bandeirantes continuou sua cobertura na última década através do canal de TV fechada Band Sports, que durante a década de 2000 cobriu NBA e NFL e que atualmente transmite o basquete universitário da NCAA e a NASCAR (*National Association for Stock Car Auto Racing*, ou Associação Nacional de

---

<sup>43</sup> Pontuação do futebol americano.

<sup>44</sup> Disponível em: [http://espn.uol.com.br/noticia/449839\\_inspirado-peyton-manning-faz-historia-e-quebra-recorde-de-touchdowns-da-nfl-em-vitoria-sobre-os-49ers](http://espn.uol.com.br/noticia/449839_inspirado-peyton-manning-faz-historia-e-quebra-recorde-de-touchdowns-da-nfl-em-vitoria-sobre-os-49ers) (último acesso em 16 de novembro de 2014).

<sup>45</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/NFLEsporteInterativo/videos> (último acesso em 16 de novembro de 2014).

<sup>46</sup> Jogada do beisebol.

<sup>47</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Aa-UNOYqEVk> (último acesso em 16 de novembro de 2014).

<sup>48</sup> Pesquisa realizada assistindo aos canais citados e através dos seguintes sites:

<http://bandsports.band.uol.com.br/>; <http://space.amocinema.com/sports>; e <http://www.foxsports.com.br/tv/> (últimos acessos em 17 de novembro de 2014).

corridas de Stock Car, em tradução livre), categoria de automobilismo; o canal Space, apesar de não ser direcionado ao conteúdo esportivo, transmite partidas da NBA nas noites de quarta-feira; e o caso mais recente é o da Fox Sports, que, através de seus dois canais, começou a investir em peso nos esportes norte-americanos a partir deste ano de 2014. O grupo passou a cobrir MLB, NASCAR, basquete universitário da NCAA e WWE, e pretende, num futuro próximo, comprar os direitos de cobertura de outras ligas<sup>49</sup>.

#### 4.1.2. Cobertura realizada na internet

Com a intenção de se fazer uma análise mais precisa sobre a cobertura dos esportes norte-americanos realizada pelos principais veículos esportivos brasileiros de internet, é importante assimilar algumas características da cultura desse meio, conhecida como cibercultura. Sendo assim, se faz pertinente compreender o ambiente em que essa cobertura acontece, que é o ciberespaço. Isso pode ser feito através da definição de Pierre Levy (1999):

A palavra "ciberespaço" foi inventada em 1984 por William Gibson em seu romance de ficção científica *Neuromante*. [...] Eu defino o ciberespaço como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. (LEVY; 1999, 94)

A interconexão mencionada pelo autor é o aspecto que torna a internet um meio de comunicação diferenciado, pois é em função dela que a internet tem a vantagem de permitir o acesso à informação a qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo. O público atingido por esse meio se beneficia de seu amplo alcance e de sua rápida velocidade de transporte de informação. Nesse público beneficiário estão compreendidos, por exemplo, os fãs brasileiros de esportes norte-americanos.

A análise proposta por este estudo tem como objetivo explicar de que maneira o conteúdo das quatro grandes ligas norte-americanas é tratado na internet por alguns dos principais veículos esportivos brasileiros do meio, mensurando-se a relevância que eles dão

---

<sup>49</sup> Disponível em:

[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed792\\_a\\_fox\\_na\\_cobertura\\_dos\\_esportes\\_americanos](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed792_a_fox_na_cobertura_dos_esportes_americanos) (último acesso em 17 de novembro de 2014).

a cada um desses quatro esportes (futebol americano, beisebol, hóquei sobre o gelo e basquete). Para isso, utiliza-se a metodologia de identificar quais desses sites têm elementos tais como abas principais, abas secundárias, blogs, colunistas e tabelas relacionados aos esportes norte-americanos e a suas respectivas ligas.

Como grupo de estudo foram escolhidos quatro portais digitais que se destacam no cenário esportivo atual da mídia brasileira de internet, que são ESPN Brasil (site em parceria com o UOL), Esporte Interativo (em parceria com o Yahoo!), Globoesporte.com e Lancenet. Essa escolha se justifica pelos seguintes motivos: o site da ESPN Brasil, assim como os canais de TV do grupo, é o principal fomentador desse conteúdo no país e tem sua origem vinculada ao conglomerado estadunidense; o portal da TV Esporte Interativo, nasceu a partir do canal de televisão aberta e tem grande alcance de público; o Globoesporte.com pertence às Organizações Globo, maior grupo de comunicação do Brasil; e o Lancenet é o principal site de notícias criado a partir de um jornal exclusivamente de esportes da mídia impressa nacional.

Os elementos utilizados como critério de análise podem ser divididos em dois grupos, um relacionado à formatação dos portais digitais e outro ligado à informação e à geração de conteúdo. Do primeiro grupo fazem parte os elementos “aba principal” e “aba secundária”, isto é, os “botões” ou links pertencentes aos sites que levam o internauta às páginas de notícias específicas sobre esportes norte-americanos. As abas principais são aquelas encontradas logo na primeira página, enquanto as secundárias se localizam dentro de outras seções. Já o segundo grupo engloba a equipe de jornalistas dos portais, responsável por gerar conteúdo para blogs e colunas digitais, e as tabelas informativas sobre calendário, resultados e classificação dos torneios das quatro grandes ligas.

Tomando-se como base essa metodologia de análise, é possível mensurar a relevância dada aos quatro principais esportes norte-americanos e às suas respectivas ligas (NFL, MLB, NBA e NHL) pelos sites da ESPN Brasil, Esporte Interativo, Globoesporte.com e Lancenet. Antes de se fazer a descrição do modelo de cobertura midiática de cada um desses portais, é interessante que se realize uma comparação entre os quatro, mostrando quais deles apresentam ou não os elementos escolhidos como critério de análise (abas principais, abas secundárias, blogs, colunistas e tabelas). Na tabela abaixo, estão identificadas a presença, ou a ausência, desses elementos em cada um dos sites estudados.

TABELA 2. PRESENÇA DE ELEMENTOS RELACIONADOS A ESPORTES NORTE-AMERICANOS NOS PRINCIPAIS VEÍCULOS ESPORTIVOS BRASILEIROS DE INTERNET:

Veículo	ESPN Brasil	Esporte Interativo	Globoesporte.com	Lancenet
Aba principal	Sim	Sim	Não	Não
Aba secundária	Sim	Não	Sim	Não
Blog / Colunista	Sim	Sim	Sim	Sim
Tabela / Classificação	Sim	Sim	Sim	Não

FONTE: Dados de pesquisa, 2014<sup>50</sup>.

Dentre os veículos analisados, o site da ESPN Brasil é o mais completo, fato que ratifica o papel do grupo ESPN como principal fomentador e divulgador dos esportes norte-americanos no Brasil, o que já havia sido evidenciado durante a análise da cobertura televisiva. O portal conta com abas principais da NFL e da NBA e com abas secundárias da MLB e da NHL, estas últimas encontradas dentro da seção “+ esportes”. Ele também fornece ao público os calendários e tabelas de resultados e de classificação de todas essas quatro ligas.

A rede ESPN é a que conta com a maior equipe de transmissão e cobertura dos esportes norte-americanos. Por causa disso, o site do grupo tem quatro jornalistas com blogs focados nessas modalidades, que são Paulo Antunes, que cobre exclusivamente esses quatro esportes, Everaldo Marques, Ari Aguiar e Thiago Simões. O portal conta ainda com um *podcast* (programa de áudio digital) que analisa a rodada do futebol americano e com o “Antunadas”, programa de vídeo de exibição semanal em que Paulo Antunes comenta as principais notícias do esporte nos Estados Unidos.

O site da TV Esporte Interativo dá grande destaque para a NFL, com um link para as notícias e tabelas da liga localizado em meio a suas abas principais. Ele também traz notícias da NBA dentro da seção “basquete” e conta com o blog Field Goal, cujo nome é inspirado em uma pontuação do futebol americano. Outro caso relevante na cobertura do Esporte Interativo é o de uma das páginas oficiais do veículo na rede social Facebook.

<sup>50</sup> Coletados em: <http://espn.uol.com.br/>; <http://esporteinterativo.com.br/>; <http://globoesporte.globo.com/>; <http://www.lancenet.com.br/> (últimos acessos em 11 de novembro de 2014).

Chamada “NFL Esporte Interativo”<sup>51</sup> e destinada exclusivamente à liga profissional de futebol americano, a página conta com mais de 50 mil seguidores.

Por sua vez, o Globoesporte.com não possui nenhuma aba principal destinada a esportes norte-americanos, porém tem abas secundárias que levam a notícias da NBA e da NFL situadas nas seções “basquete” e “futebol americano”, respectivamente. Dentro do conteúdo vinculado a essas ligas também é possível encontrar as tabelas de resultados e de classificação. O site conta ainda com o Blog 10 Jardas e com o blog Overtime (“prorrogação”, em inglês), que, além das quatro grandes ligas, também dá destaque à prática de basquete, beisebol, futebol americano e hóquei sobre o gelo no Brasil. Vale também ressaltar que o fato de os canais televisivos das Organizações Globo (TV Globo, na televisão aberta, e canais Sportv, na fechada) não cobrirem as modalidades estudadas influencia na cobertura do Globoesporte.com, que teria potencial para ser muito mais ampla, levando-se em consideração o poder desse conglomerado de comunicação.

Por último, o site Lancenet, originado a partir do jornal “O Lance!”, apresenta a menor cobertura dentre os portais estudados. Ele conta apenas com um dos elementos analisados, que é a coluna do jornalista André Kfourri. Fora isso, disponibiliza algumas notícias sobre as quatro grandes ligas, principalmente NFL e NBA, mas não em abas exclusivas, e sim na seção geral de esportes chamada “Minuto”.

Como complemento ao estudo feito sobre a cobertura dos esportes norte-americanos na internet nacional, cabe ressaltar o portal digital Extratime<sup>52</sup> (sinônimo de “*overtime*”, que significa “prorrogação”), exclusivamente destinado a cobrir as principais modalidades dos EUA. O site conta com abas principais que levam a notícias das quatro grandes ligas (NFL, NBA, MLB e NHL) e da NASCAR, principal categoria estadunidense de automobilismo. Ele também reúne uma equipe de diversos colunistas especialistas em beisebol, basquete, hóquei sobre o gelo e futebol americano. Além disso, apresenta abas secundárias associadas à versão universitária desses quatro esportes e à prática deles no Brasil. O site ainda informa a programação semanal completa das transmissões de eventos dos esportes norte-americanos na televisão brasileira, com destaque para os canais ESPN e a TV Esporte Interativo. Por fim, o Extratime complementa seu conteúdo com curiosidades, guias e repostagens históricas, todos relacionados aos esportes dos Estados Unidos.

---

<sup>51</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/NFLEsporteInterativo> (último acesso em 11 de novembro de 2014).

<sup>52</sup> Disponível em: <http://extratime.uol.com.br/> (último acesso em 11 de novembro de 2014).

## 4.2. Realidade brasileira e esportes norte-americanos

O segundo eixo pelo qual se pode analisar a presença dos esportes norte-americanos no Brasil é através da prática dessas quatro modalidades em território nacional. Prática essa que vem crescendo e se tornando mais comum nos últimos anos, cada vez mais passando a fazer parte do cotidiano dos brasileiros fãs desses esportes.

Uma das principais razões para esse crescimento é justamente a cobertura que a mídia brasileira faz das quatro grandes ligas norte-americanas, fator analisado no tópico anterior deste trabalho. O narrador da TV Esporte Intertivo, Luis Felipe Freitas, retrata como essa cobertura exerce o papel de plataforma fomentadora desses esportes no Brasil:

Não tenho qualquer dúvida de que as transmissões dos esportes norte-americanos foram “molas propulsoras” para a prática dessas modalidades no país. Os brasileiros conheceram esses esportes através das transmissões. O basquete não conta, pois o Brasil é bicampeão mundial no masculino, campeão mundial no feminino e já tem uma tradição no esporte. Sobre a evolução das modalidades, o futebol americano me parece ser o que está mais à frente. Hoje temos algumas ligas fortes, mas acho que ainda não temos uma exposição desejada<sup>53</sup>.

Como indicado por Freitas, a prática do basquete é a que ocorre há mais tempo e com maior frequência, já que esse esporte sempre teve tradição, estando tradicionalmente inserido na cultura esportiva da sociedade brasileira, formando jogadores de qualidade em diversos clubes do país, e obtendo resultados internacionais expressivos com sua seleção. Em contrapartida, dentre as quatro modalidades estudadas, a do hóquei sobre o gelo é a de menor história no Brasil. Mesmo assim, apesar de ser muito pouco desenvolvido no país e de enfrentar diversas dificuldades financeiras, físicas e climáticas, o hóquei está em processo de expansão, incentivado pelo sucesso recente dos dois últimos Jogos Olímpicos de Inverno, sediados em Vancouver, no Canadá, em 2010, e em Sóchi, na Rússia, em 2014.

Por outro lado, beisebol e futebol americano têm seus processos de expansão e desenvolvimento mais acelerados, a ponto de as seleções brasileiras de ambos os esportes terem obtido resultados expressivos em competições internacionais em anos recentes. Hoje em dia, não é difícil encontrar jovens praticando essas duas modalidades em parques, campos e praias de todo o país.

---

<sup>53</sup> Em entrevista concedida por email ao autor no dia 8 de novembro de 2014.

Em relação à prática do futebol americano, há muitos torneios organizados por todo o território nacional. Dois deles podem ser citados como exemplo: o Carioca Bowl, que tem seu nome inspirado no Super Bowl, grande final da NFL, e o Torneio Touchdown, que foi nomeado a partir da principal pontuação do esporte. O Carioca Bowl, um dos campeonatos mais antigos, é realizado nas praias do estado do Rio de Janeiro desde o ano 2000, e, a partir de 2010, começou a promover também partidas da modalidade feminina do esporte<sup>54</sup>. Já o Torneio Touchdown é a principal competição de futebol americano do Brasil atualmente. Organizado desde 2009, ele reúne 20 equipes que jogam sob as mesmas regras da liga profissional e com o equipamento esportivo completo<sup>55</sup>.

O esporte fez tanto sucesso nos anos recentes que os grandes clubes de futebol da bola redonda investiram no futebol da bola oval, incentivando a criação das seguintes equipes: Vasco da Gama Patriotas, Flamengo FA, Fluminense Imperadores, Botafogo Reptiles, Palmeiras Locomotives, Corinthians Steamrollers, Santos Tsunami e Lusa Lions, entre outras. Todos esses times disputam torneios de futebol americano e têm ligações com os clubes que lhes dão nome. Já houve até confrontos de grande rivalidade, como Vasco da Gama Patriotas contra Flamengo FA, e o duelo entre Palmeiras Locomotives e Corinthians Steamrollers.

O aumento da prática desses quatro esportes no país gera muitas consequências positivas. Dentre elas, pode-se destacar o intercâmbio de conhecimento e treinamento esportivos entre atletas brasileiros e estadunidenses, e o desenvolvimento de esportistas profissionais nascidos e formados no Brasil, que em muitas ocasiões recebem a oportunidade de estabelecer suas carreiras nos EUA.

Atualmente, considerando-se as temporadas iniciadas no ano de 2014, são dez os atletas nascidos no Brasil que representam o país nas principais ligas esportivas dos Estados Unidos<sup>56</sup>. Dentre as quatro, a NBA é a liga mais verde e amarela, com sete jogadores brasileiros de basquete atuantes: Leandrinho Barbosa, do time do Golden State Warriors; Anderson Varejão, que atua ao lado do astro LeBron James no Cleveland Cavaliers; Nenê Hilário, do Washington Wizards; Tiago Splitter, do San Antonio Spurs; Vítor Faverani, do Boston Celtics; e Lucas “Bebê” Nogueira e Bruno Caboclo, que jogam juntos no Toronto Raptors. No beisebol, dois brasileiros chegaram à elite mundial do

---

<sup>54</sup> Disponível em: <http://fefarj.com.br/carioca-bowl/> (último acesso em 20 de novembro de 2014).

<sup>55</sup> Disponível em: <http://www.torneiotouchdown.com.br/> (último acesso em 20 de novembro de 2014).

<sup>56</sup> Disponível em: [www.nba.com/](http://www.nba.com/); [www.mlb.com/](http://www.mlb.com/); [www.nfl.com/](http://www.nfl.com/) (últimos acessos em 18 de novembro de 2014).

esporte e fazem parte da MLB: André Rienzo, do Chicago White Sox, e Yan Gomes, do Cleveland Indians, que ganhou destaque internacional na última temporada ao receber o prêmio *Silver Slugger*<sup>57</sup> (dado ao *catcher*<sup>58</sup> com melhor produção ofensiva da Liga Americana, uma das duas conferências em que se divide a MLB). Como a NHL ainda não conta com nenhum esportista de hóquei sobre o gelo nascido no Brasil, o último caso vem da NFL, que em 2014 viu pela primeira vez na história um brasileiro participar de uma partida profissional de futebol americano. Foi Cairo Santos, que é atleta do Kansas City Chiefs, equipe na qual atua como *kicker*<sup>59</sup> ou “chutador”, em tradução livre.

A NBA é a liga que tem a maior história de relacionamento com o Brasil, e isso não se dá só pelo número de atletas, mas também pelos NBA Global Games<sup>60</sup> (“jogos globais da NBA”), eventos esportivos organizados pela liga que promovem partidas das suas equipes por todo o mundo. No caso brasileiro, essa promoção está fortemente vinculada à cidade do Rio de Janeiro. Os dois principais clubes esportivos cariocas, Vasco da Gama e Flamengo, já enfrentaram equipes da NBA. O time de basquete do Vasco jogou contra o San Antonio Spurs em Milão, na Itália, no ano de 1999, enquanto o Flamengo recentemente realizou uma turnê pelos Estados Unidos, enfrentando as equipes do Phoenix Suns, Orlando Magic e Memphis Grizzlies, em outubro de 2014.

O projeto NBA Global Games também foi responsável por levar as equipes da liga para a cidade do Rio de Janeiro, em duas partidas de bastante relevância. Em outubro de 2013, ocorreu o confronto entre Chicago Bulls, time pelo qual atou o astro Michael Jordan, e Washington Wizards, equipe do brasileiro Nenê Hilário. Já em outubro de 2014, houve o duelo entre Cleveland Cavaliers, do brasileiro Anderson Varejão, e Miami Heat. Esse jogo atraiu o interesse da mídia esportiva de todo o planeta por marcar a reestreia do astro LeBron James por sua primeira equipe, o Cavaliers, e ainda contra o time que ele havia acabado de deixar, o Heat.

Este capítulo buscou retratar a situação atual dos esportes norte-americanos no Brasil. Em função de todas as análises apresentadas, tanto sobre a cobertura midiática brasileira quanto sobre a prática desses esportes em território nacional, é possível

---

<sup>57</sup> Disponível em <http://extratime.uol.com.br/yan-gomes-ganha-o-silver-slugger-como-catcher-com-melhor-producao-ofensiva-da-liga-americana/> (último acesso em 18 de novembro de 2014).

<sup>58</sup> Uma das posições do beisebol.

<sup>59</sup> Uma das posições do futebol americano.

<sup>60</sup> Todas as informações citadas neste parágrafo estão disponíveis em: <http://www.nba.com/global/games2013/all-time-international-game-list.html> (último acesso em 20 de novembro de 2014).



confirmar que futebol americano, basquete, beisebol e hóquei sobre o gelo (e por consequência NFL, NBA, MLB e NHL) vêm ganhando cada vez mais espaço entre o público de esportes do Brasil. As perspectivas são de sucesso para o futuro dessas quatro modalidades, e de suas respectivas ligas, no país.

## 5. Conclusão

Este trabalho teve como objetivo principal entender a relação entre esportes norte-americanos e a comunicação esportiva brasileira. Para isso, se realizou uma análise da cobertura desses esportes feita pela mídia nacional, com foco nos meios de comunicação que se destacam nesse quesito, que são a televisão e a internet. Além disso, através da apresentação e da descrição das características do conglomerado midiático ESPN, que engloba os canais de TV e o portal (esse último em parceria com o UOL), do canal de televisão e do site (em parceria com o Yahoo!) da TV Esporte Interativo, e dos portais digitais Globoesporte.com e Lancenet, buscou interpretar se a tendência de crescimento da influência das quatro grandes ligas americanas por todo o mundo também se aplica no Brasil.

Tomando-se esses objetivos como base, foi realizado um estudo sobre os quatro principais esportes dos Estados Unidos (basquete, beisebol, hóquei sobre o gelo e futebol americano), cujas ligas profissionais representam casos de sucesso de modelo de gerenciamento esportivo. Foi feita também uma descrição desse modelo dominante na América do Norte, que tem sido difundido mundo afora e que exerce papel fundamental no processo de espetacularização dos eventos esportivos e de suas respectivas transmissões, processo esse que tem os EUA como maiores fomentadores.

Desta maneira, a partir dos estudos e análises realizados e das evidências e dados fornecidos durante os capítulos anteriores, torna-se possível responder as questões perguntadas na introdução deste trabalho, concluindo que o Brasil está sim incluído no processo de crescimento das influências dos esportes norte-americanos e do modelo de gerenciamento que rege as suas ligas profissionais. Também fica evidente que o caso brasileiro é, inclusive, um dos de maior destaque dentro desse processo, já que o país apresenta potencial para se tornar um dos grandes palcos de eventos desses esportes fora da América do Norte.

Três grandes exemplos disso são os casos de sucesso do desenvolvimento recente do beisebol e do futebol americano no país, do interesse cada vez maior pela NFL por parte do público nacional, e dos jogos da NBA disputados há pouco tempo no Rio de Janeiro. Essas duas últimas conjunturas também contribuem para a identificação de que, dentre os quatro principais esportes norte-americanos, o basquete e o futebol americano são os mais populares atualmente no Brasil. O primeiro por ser uma modalidade tradicionalmente

inserida na cultura esportiva nacional e pela grande influência que a NBA exerce sobre o público brasileiro, e o segundo por ter sido fortemente divulgado em nosso território nos últimos anos, tanto pelos veículos midiáticos quanto pela própria NFL.

Outra conclusão que pode ser extraída deste estudo é que a cobertura que a mídia brasileira faz da NFL, MLB, NHL e NBA também está em processo de crescimento, Apesar disso, exceção feita ao grupo ESPN, esta cobertura ainda pode ser considerada incipiente, principalmente quando se trata das coberturas de rádios e jornais, que são praticamente nulas, e de canais de TV aberta, que é relevante apenas na TV Esporte Interativo. O interesse pelas quatro grandes ligas é cada vez maior no Brasil, e, mesmo assim, em muitas ocasiões os veículos nacionais não conseguem gerar conteúdo suficiente para acompanhar a demanda do público, que precisa buscar informações em fontes estadunidenses.

Porém, as perspectivas para o futuro dessas coberturas são de crescimento e de melhoria. A entrada da televisão aberta e dos meios de rádio e mídia impressa na cobertura das quatro grandes ligas é uma possibilidade para os próximos anos, e o retorno positivo, tanto financeiro quanto de imagem, que esses esportes geram para os veículos de comunicação responsáveis por transmitir seus eventos podem servir como motivação para a ampliação e o desenvolvimento dessas coberturas.

Outra perspectiva que pode ser pensada para o futuro é o aumento da prática das modalidades norte-americanas em território nacional. Nesse movimento não podem ser incluídos o basquete, por ser um esporte que já está há décadas inserido na cultura esportiva brasileira, e o hóquei sobre o gelo, cujo desenvolvimento no Brasil ainda é muito modesto e cuja prática enfrenta diversas dificuldades físicas e climáticas.

Por outro lado, o aumento da prática do beisebol e do futebol americano, apesar de recente, é bastante relevante para o assentamento da cultura dos esportes norte-americanos no país, e a existência de ligas brasileiras amadoras e semiprofissionais desses dois esportes mostra que sua profissionalização pode não estar assim tão distante dos atletas brasileiros. Essa ideia de perspectiva de crescimento é compartilhada por Luis Felipe Freitas, narrador dos jogos da NFL na TV Esporte Interativo:

Imagino que, em um futuro próximo, teremos muitos brasileiros se divertindo com os esportes norte-americanos. Tenho a convicção de que, cada vez mais,

teremos muitas pessoas apaixonadas por essas modalidades e torço para que tenhamos uma base forte de torcedores e praticantes<sup>61</sup>.

Assim como a história dos esportes norte-americanos no Brasil, os próprios estudos sobre a trajetória dessas modalidades em nosso território e sobre a maneira como são cobertas pela mídia nacional são recentes e ainda pouco desenvolvidos. Sendo assim, se torna essencial levantar questões e ideias que possam ser discutidas pela comunidade científica em trabalhos futuros e com as quais este trabalho procurou contribuir. Para que os objetivos e temas apresentados aqui sejam ampliados, pode-se sugerir que linhas complementares de pesquisa acadêmica sejam estudadas, que novos questionamentos sejam levantados e respondidos, e que diferentes abordagens sobre o tema sejam tomadas.

Nesse sentido, se faz importante indicar novas ideias para o futuro, tais quais: fazer uma comparação entre as coberturas midiáticas de futebol americano, beisebol, hóquei sobre o gelo e basquete feitas em território nacional e a cobertura do futebol da bola redonda, que é a de maior destaque no país; realizar uma análise mais aprofundada sobre o futebol americano, mostrando como o modelo atual de gerenciamento desse esporte se estabeleceu nos Estados Unidos e como ele está sendo importado pelo Brasil; ou ainda, comparar as características, o papel e o modelo da mídia esportiva brasileira com os mesmos aspectos da mídia esportiva estadunidense.

Outra pesquisa acadêmica que se sugere ser feita para o aprofundamento do tema é sobre a percepção e a função do modelo do esporte como espetáculo, através das características diferenciadas que ele apresenta. Pode-se explorar, por exemplo, a maneira como esse “novo modelo esportivo” busca atrair cada vez mais público e maiores investimentos, possivelmente até comparando-o a outras formas de espetáculo, como as apresentações musicais ou de teatro. E uma última sugestão apresentada é a realização de um estudo mais detalhado sobre a importação brasileira dos esportes norte-americanos, que busque explicar se essa importação também ocorre em relação ao modelo de cobertura esportiva da mídia estadunidense. Ou seja, se o modelo de transmissão dos veículos do Brasil é inspirado, copiado ou indiferente ao dos veículos dos Estados Unidos.

Por fim, torna-se necessário também identificar até quando as tendências apresentadas neste trabalho estarão em vigor. Tanto o movimento de expansão das influências dos esportes norte-americanos e de seu modelo de gerenciamento, quanto o

---

<sup>61</sup> Em entrevista concedida por email ao autor no dia 8 de novembro de 2014.

processo de espetacularização do esporte, são características relevantes do âmbito esportivo na sociedade do início do século XXI. Porém, novas tendências podem surgir e se fortalecer, cooperando com elas ou até tomando os seus lugares.

Portanto, este trabalho espera ter contribuído da melhor maneira possível para o futuro dos esportes norte-americanos em território brasileiro, chamando atenção para o tema, promovendo o seu estudo por parte dos profissionais em comunicação do país, e incentivando que o assunto seja discutido nos anos a seguir.

## 6. Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor W, HORKHEIMER, Max. “A indústria cultural: o Esclarecimento como mistificação das massas”. *In: Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Edition, 1995.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. “A indústria cultural: o Iluminismo como mistificação das massas”. *In: Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Terra e Paz, 2002.

AGUIAR, Leonel; RODRIGUES, Carla (org.). **Jornalismo On-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2009.

BEAHM, Roger L. **Why Super Bowl is a distinctly American cultural event**. 2014 (Disponível em: <http://www.foxnews.com> - último acesso em 7 de novembro de 2014).

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal: Um Estudo da Cobertura dos 500 anos do Descobrimento do Brasil**. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005. 2ª edição.

BENJAMIN, G Rader. **Baseball: A History of America's Game**. University of Illinois Press, 2008.

BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”. *In: Obras escolhidas Volume 1: Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1987. 3ª edição.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CAMPOS, Anderson Gurgel. **O jogador de futebol no esporte espetáculo**. Trabalho apresentado no Intercom de Caxias Do Sul – Univerddidade de Santo Amaro, 2010.

EVENS, Tom; IOSIFIDIS, Petros; SMITH, Paul. **The political economy of television sports rights**. Palgrave Macmillan, 2013.

GUTTMANN, A. “From Ritual to Record: the nature of modern sports”. *In: Sports spectators*. New York, University of Columbia Press, 1978.

HELAL, Ronaldo. **Campos dos Sonhos: Esporte e Identidade Cultural**. Trabalho selecionado para o Encontro Anual da Compós, 2012.

KIRSCH, G. **The creation of American Team Sports: baseball & cricket**. Chicago, University of Illinois Press, 1989.

LEVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1997.

MALULY, Luciano Vcitor Barros. **Jornalismo Esportivo – Desafios e propostas**. Trabalho apresentado no Intercom de Caxias Do Sul – Universidade de São Paulo, 2010.

PINE II, Joseph B; GILMORE, James H. **O espetáculo dos negócios**. Rio de Janeiro, Campus, 2ª edição, 2000.

ROSS, M. “Football and Baseball in America”. *In: Sport & Society: an anthology*. Boston, Bown and Company, 1973.

SANTOS, Roberto Elísio dos; ROSSETTI, Regina (org.). **Humor e riso na cultura midiática: variações e permanências**. São Paulo: Paulinas, 2012. 1ª edição.

STAUDOCHAR, Paul D; MANGAN, J A. **The Business of Professional Sports**. University of Illinois Press, 1991.

THOMPSON, J B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, Vozes, 1998.

TURKLE, Sherry. **A vida no ecrã: a identidade na era da internet**. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

Listagem de websites:

ESPN Brasil: [espn.uol.com.br](http://espn.uol.com.br)

ESPORTE INTERATIVO: [esporteinterativo.com.br](http://esporteinterativo.com.br)

YAHOO! ESPORTES: [esportes.yahoo.com](http://esportes.yahoo.com)

GLOBOESPORTE.COM: [globoesporte.globo.com](http://globoesporte.globo.com)

LANCE! NET: [lancenet.com.br](http://lancenet.com.br)

NATIONAL FOOTBALL LEAGUE: [nfl.com](http://nfl.com)

NATIONAL BASKETBALL ASSOCIATION: [nba.com](http://nba.com)

MAJOR LEAGUE BASEBALL: [mlb.com](http://mlb.com)

NATIONAL HOCKEY LEAGUE: [nhl.com](http://nhl.com)

NATIONAL COLLEGIATE ATHLETIC ASSOCIATION: [ncaa.com](http://ncaa.com)

FORBES: [forbes.com](http://forbes.com)

THE NEW YORK TIMES: [nytimes.com](http://nytimes.com)

THE WALL STREET JOURNAL: [blogs.wsj.com](http://blogs.wsj.com)

FOOTBALL DATABASE: [footballdb.com](http://footballdb.com)

ESPN: [espn.go.com](http://espn.go.com)

FOX NEWS: [foxnews.com](http://foxnews.com)

FOX BUSINESS: [foxbusiness.com](http://foxbusiness.com)

EXTRATIME: [extratime.uol.com.br](http://extratime.uol.com.br)

BAND SPORTS: [bandsports.band.uol.com.br](http://bandsports.band.uol.com.br)



SPACE: [space.amocinema.com/sports](http://space.amocinema.com/sports)

FOX SPORTS: [foxsports.com.br/tv](http://foxsports.com.br/tv)

TORNEIO TOUCHDOWN: [torneiotouchdown.com.br](http://torneiotouchdown.com.br)

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA: [observatoriodaimprensa.com.br](http://observatoriodaimprensa.com.br)

FEDERAÇÃO DE FUTEBOL AMERICANO DO RIO DE JANEIRO: [fefarj.com.br](http://fefarj.com.br)