

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

**RAFAEL CAMPOS SILVA**



**FRED+10:  
ANÁLISE DE UM SUCESSO DO DESIMPEDIDOS**

**JUIZ DE FORA  
2018**

**RAFAEL CAMPOS SILVA**

**FRED+10: ANÁLISE DE UM SUCESSO DO DESIMPEDIDOS.**

**Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.**

**Orientador: Prof. MS Eduardo Sérgio Leão de Souza**

**JUIZ DE FORA  
2018**

**FRED+10: ANÁLISE DE UM SUCESSO DO DESIMPEDIDOS.**

**Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.**

**Orientador: Prof. MS Eduardo Sérgio Leão de Souza (FACOM/UFJF)**

**Aprovado (a) pela banca composta pelos seguintes membros:**

---

**Prof. MS Eduardo Sérgio Leão de Souza (FACOM/UFJF) - orientador**

---

**Prof. MS Cícero Costa Villela (FACOM/UFJF) - convidado(a)**

---

**Prof. MS Wendell Guiducci (FACOM/UFJF) – convidado(a)**

**Conceito obtido: ( ) aprovado(a) ( ) reprovado(a).**

**Observação da banca:** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

**Juiz de Fora, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2018.**

Agradeço a Deus por toda proteção e saúde durante toda minha caminhada acadêmica.

Aos meus pais, Vandeleia e João Batista, e minha irmã, Fernanda, pelo amor incondicional e puxões de orelha, que me possibilitam ser uma pessoa melhor a cada dia.

A todos que me brindam diariamente com gestos de apoio e amor, em especial, à minha namorada, Victória, e aos meus amigos, Diogo, Isabella e Maria Fernanda, fundamentais nesse processo de conclusão de curso.

Ao meu orientador, Eduardo Leão, pela paciência e confiança para conclusão desse trabalho.

## RESUMO

A análise deste trabalho aborda o quadro **Fred+10** do canal de humor esportivo Desimpedidos, no YouTube. O material busca entender a forma com que conquistaram sucesso de milhões de visualizações, tornando-se referência do entretenimento do esporte nacional. Mostraremos como o futebol se disseminou, principalmente no Brasil, afim de embasar a fidelidade do público com o Desimpedidos, além de destacar paralelamente fatores, que tornam o humor comum ao ser humano e fundamental nos meios de comunicação brasileiros. Utilizando da linguagem do torcedor, sem priorizar a informação, o Desimpedidos passa dos seis milhões de inscritos e, diferente de outros canais do YouTube, teve seu sucesso planejado. Objeto de estudo deste trabalho, o quadro com maior número de visualizações do canal é o **Fred+10**, há três anos no ar, publicando vídeos semanais, apresentado por Fred, nome de destaque no atual cenário da mídia esportiva nacional. Utilizaremos este conteúdo como base, analisando dois grupos de vídeos lançados em diferentes épocas, tendo como estudo de caso a produção audiovisual, estrutura, linguagem, entre outros aspectos do conteúdo.

Palavras-chave: **Fred+10**. Desimpedidos. YouTube. Internet. Futebol. Humor

## ABSTRACT

This work seeks to analyze the "**Fred + 10**" project on the YouTube sports channel "Desimpedidos". It seeks to understand how this channel has achieved the current success and millions of viewers, becoming a reference to the Brazilian sports entertainment. It will be shown how soccer has spread, mainly in Brazil, in order to base the public's loyalty with the purpose of, besides highlighting in parallel, the factors that make humor common and fundamental to the human being and to the media communication in general. Using the fan language, without focusing on the news itself, the Desimpedidos surpassed the six millions subscribers mark, and unlike other YouTube channels, its success was planned. **Fred + 10**, the main focus of this work, has three years of exhibition, with a frequency of weekly videos, presented by Fred, a prominent name in the national scene of the sports media in Brazil. This work will serve as a base, analyzing two groups of videos released at different times, having as case study an audiovisual production, structure, language, among other aspects of the content.

Keywords: Fred+10. Desimpedidos. YouTube. Internet. Soccer. Humor

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Apresentação - TOP 10 DIBRES DO RONALDINHO	42
Figura 2 – Apresentação - TOP 10 GOLS NO FINAL	43
Figura 3 – Mãozinha - TOP 10 GOLS NO FINAL	44
Figura 4 – Apresentação - TOP 10 AS MELHORES DEFESAS	46
Figura 5 – Apresentação - TOP 10 FINAIS DE COPA DO BRASIL	47
Figura 6 – Plateia - TOP 10 FINAIS DE COPA DO BRASIL	48
Figura 7 – Apresentação - TOP 10 MAIORES TOMBOS DO FUTEBOL	50
Figura 8 – Plateia - TOP 10 MAIORES TOMBOS DO FUTEBOL	51
Figura 9 – Apresentação - TOP 10 PROVOCAÇÕES QUE DERAM TRETA!	52
Figura 10 – Plateia - TOP 10 PROVOCAÇÕES QUE DERAM TRETA!	54

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. FUTEBOL.....	10
<b>2.1 BREVE HISTÓRIA DO FUTEBOL .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 FUTEBOL NO BRASIL .....</b>	<b>12</b>
3. HUMOR.....	16
<b>3.1. HUMOR NO BRASIL.....</b>	<b>17</b>
<b>3.2 HUMOR NO JORNALISMO ESPORTIVO.....</b>	<b>20</b>
4. INTERNET .....	22
<b>4.1 REDES SOCIAIS .....</b>	<b>22</b>
<b>4.2. YOUTUBE .....</b>	<b>23</b>
<b>4.3 CRIADORES DE CONTEÚDO.....</b>	<b>24</b>
5. DESIMPEDIDOS.....	25
<b>5.1. HISTÓRIA DO CANAL.....</b>	<b>25</b>
<b>5.2. FRED.....</b>	<b>31</b>
<b>5.3. DADOS E ESTATÍSTICAS DO CANAL .....</b>	<b>35</b>
<b>5.4. LINGUAGEM.....</b>	<b>36</b>
<b>5.5. PÚBLICO-ALVO .....</b>	<b>37</b>
6. FRED+10.....	39
<b>6.1. EPISÓDIOS ANALISADOS .....</b>	<b>40</b>
<b>6.1.1. Top 10 Dibres do Ronaldinho - FRED +10.....</b>	<b>41</b>
<b>6.1.2. Top 10 Gols no Final.....</b>	<b>43</b>
<b>6.1.3. Top 10 As Melhores Defesas .....</b>	<b>45</b>
<b>6.1.4. Top 10 - Finais de Copa do Brasil .....</b>	<b>47</b>
<b>6.1.5 Top 10 Maiores Tombos do Futebol .....</b>	<b>49</b>
<b>6.1.6 Top 10 Provocações que Deram Treta!.....</b>	<b>51</b>
<b>6.2. ANÁLISE AUDIOVISUAL .....</b>	<b>54</b>
<b>6.2.1 Duração.....</b>	<b>55</b>
<b>6.2.3. Cenário.....</b>	<b>56</b>
<b>6.2.4. Diálogo .....</b>	<b>56</b>
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	58
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	61

## 1 INTRODUÇÃO

O tema escolhido para este trabalho é a análise audiovisual do quadro **Fred+10**, sucesso de milhões de visualizações na internet, exibido no YouTube através do canal de humor esportivo, Desimpedidos.

Veicular conteúdos sobre futebol e alcançar grande número de audiência não é novidade no Brasil, principalmente, pela disseminação no esporte no país. Existe ainda a aplicação do humor neste ramo, comum em programas de televisão. A análise deste material busca entender o sucesso conquistado na internet, utilizando como objeto de estudo vídeos, de diferentes fases do canal, para entender se houve mudanças em três anos de exibição do quadro e, no caso de alterações, quais foram para sustentar o público durante este período, analisando com base em elementos da comunicação.

Tal quadro é desenvolvido como os comentários de uma lista de dez itens, seja lances ou acontecimentos do futebol, de temas ligados ao esporte. A pesquisa está voltada a linguagem adotada, estrutura, elementos audiovisuais e engajamento. Procura-se entender o viés de criação tanto do quadro, quanto do canal, visto que no YouTube os usuários têm liberdade para criar seu conteúdo, divulgando para todo o mundo da internet.

A tendência é observar uma melhora estrutural entre os vídeos iniciais do quadro, de março de 2015, e os mais recentes, de outubro de 2018, com melhor qualidade, por exemplo, no cenário e figurino, justificada pelo crescimento iminente do Desimpedidos, em número de inscritos e relevância na plataforma. Poderemos observar melhor desenvoltura dos personagens, principalmente para o apresentador Fred, presente nos três anos de quadro.

O objetivo da pesquisa é observar possíveis mudanças a partir da análise audiovisual do **Fred+10**. Entre essas alterações devem ser avaliadas a partir da estrutura, em comparação tanto entre os seis vídeos analisados do quadro, quanto com os demais conteúdos apresentados pelo canal. Deve-se notar o discurso aplicado, figurino, cenário, elementos audiovisuais, como cortes de câmera e edição, além da produção em geral e dinâmica.

Justifica-se a pesquisa pela notabilidade conquistada pelo Desimpedidos no YouTube, já que são mais de 6,7 milhões de inscritos, qualificando como o maior canal de futebol do Brasil, ressaltado por se tratar do esporte mais popular do país. Nesses cinco anos do canal, o **Fred+10** se destaca como quadro de maior número de visualizações, mais de 11 milhões,



passando de 188 vídeos, em três anos de exibição. Outro fator de relevância é o crescimento do jornalismo como entretenimento, especialmente com o humor esportivo disseminado.

O material tem como base bibliográficas para respaldar e nortear o conteúdo, a partir de autores que aplicam sua área de conhecimento nos temas abordados durante o trabalho. Além disso, foram utilizadas entrevistas, as quais, entre fundadores, produtores e apresentadores, discorrem sobre a trajetória do Desimpedidos e, principalmente, sobre o **Fred+10**.

Os resultados pretendidos com o estudo são traçados a partir de temas diretamente ligados ao quadro analisado e o conteúdo de seus vídeos. No percurso da pesquisa mostra-se a como o futebol se difundiu no mundo e, essencialmente, no Brasil. Mostra-se o surgimento do humor e aplicação no cotidiano, além de sua presença no meio de comunicação brasileiro. A internet ganha destaque com as redes sociais e a história do YouTube, plataforma fundamental no processo. No campo de pesquisa a história do Desimpedidos e do apresentador Fred são primordiais para levar ao objetivo de estudo: quadro **Fred+10**.

## 2. FUTEBOL

Para nos aprofundarmos no que é dito sobre o futebol nos dias de hoje, precisamos ir além e buscar a história deste esporte. Sim, existem diversos registros da prática desta atividade antes de sua conhecida “criação” na Inglaterra.

### 2.1. BREVE HISTÓRIA DO FUTEBOL

O futebol atual tem uma complexidade considerável, principalmente, visto pelas táticas e sistema de jogo avançadas, mas o fato é que sua prática é simples ao ponto de ser aplicado com a utilização de vários objetos que representem a bola e o gol. Desta forma, fica mais fácil visualizar como o esporte se desenvolveu nos tempos mais primórdios.

Segundo Vieira e Freitas (2006), os registros mais antigos atingem a marca de quatro mil anos, na China Antiga. O esporte era chamado de tsu-chu, onde “tsu” significa “lançar com o pé”, enquanto “chu” aproxima-se da tradução de “bola recheada feita de couro”. A disputa ocorria entre soldados, após combates e aconteciam de uma maneira nada convencional: utilizando o crânio dos inimigos que morreram nas batalhas.

Durante a dinastia do imperador chinês Huang-ti, uma das grandes diversões dos soldados era chutar os crânios dos inimigos derrotados. O objetivo? Fazer com que passassem entre dois bambus fincados no chão, separados por uma distância de 40 cm. Na falta de inimigos, ou talvez em busca de uma trajetória menos acidentada pelo terreno, os crânios aos poucos foram sendo substituídos por bolas de couro. O esporte, chamado de tsu-chu, teria sido inventado por Yang-Tsé, integrante da guarda do imperador, em 2197 a.C. (VIEIRA, FREITAS, 2006, p.12)

De acordo com Vieira e Freitas (2006), outros registros também mostram como a prática é antiga entre nossos antecedentes. Civilizações na América do Norte, há cerca de 1300 a.C., utilizavam esferas de borracha para o jogo. No Japão, a versão do esporte era chamada de “Kemari”. Entre suas peculiaridades, cada equipe possuía oito atletas, o campo tinha o formato quadrado e era delimitado por árvores, além de mulheres não poderem participar do evento praticado por integrantes da corte imperial.

No Ocidente, mais precisamente na Grécia, era exercido o Epyskiros. As equipes eram distribuídas com cerca de quinze soldados gregos em cada uma delas, utilizando bolas produzidas com bexiga de boi, segundo Borsari (1989).

No ocidente os gregos, no ano de 776 a.C. já conheciam um jogo de bola, o “epyskiros”, que integrava o programa da educação atlética da juventude helênica. Consistia em disputar, com os pés, a posse de uma bexiga cheia de ar, por duas equipes de quinze jogadores. (BORSARI, 1989, p.11).

Por volta de 200 a.C., em Roma, a prática tinha o nome de Harpastum, que consiste em “jogo da bola pequena”, de acordo com Vieira e Freitas (2006). Assim, como no Epyskiros, usavam bolas de bexiga de boi, chamadas de “follis” e a disputa acontecia em campos retangulares. O que chamava a atenção nesta versão é que o objetivo do jogo era ultrapassar a última linha do adversário, mais semelhante com rugby do que com o futebol moderno.

Segundo Voser, Guimarães e Ribeiro (2010), o esporte não era a maior preocupação dos romanos, comparado a ciência, a filosofia e a arte, mas registros comprovam a atenção dada ao Harpastum. Além disso, algumas características mostravam como era a disputa do esporte.

Não se tem certeza do emprego dos pés nesse jogo. Mas sabe-se quanto à disposição dos jogadores em campo de jogo. Os defensores (jogadores mais lentos) eram chamados de “lócus stadium”, os jogadores de meio-campo eram chamados de “medicurrens”, tinham funções neutras e atuavam pelas duas equipes, os jogadores com funções ofensivas eram denominados de “área pilae praetervolantis et supriactae”. (VOSER, GUIMARÃES, RIBEIRO, 2010, p.19).

Na Europa o futebol foi denominado de diversas formas, em diferentes países. “Soule” ou “Shoule” na França, “Calcio”, como costuma ser chamado até hoje na Itália e o mais citado quando se trata da adaptação do futebol moderno: “Foot-ball”, praticado na Inglaterra.

Mesmo antes de atingir um padrão que mais se assemelha ao futebol atual o esporte virou febre entre os estudantes ingleses, segundo Vieira e Freitas (2006). Bolas de couro representavam cabeças de inimigos expulsos em combates e os times contavam com centenas de participantes, que atuavam pelas vielas das cidades, em distâncias que passavam de um quilômetro.

O combate entre os jogadores foi ficando mais violento, levando a proibição do esporte no século XIV, com direito a penitência na igreja a quem persistisse como praticante.

Além da violência, o esporte passou por um novo percalço em meados do século XIX: o uso das mãos. Voser, Guimarães e Ribeiro (2010) relatou o impasse, que desprendia das regras do futebol e aproximava da prática do rúgbi, famoso na Inglaterra. Jogadores chegavam a tomar a bola com as mãos e correr pelo campo, descaracterizando o “Foot-ball”.

Vieira e Freitas (2006) apontam que as participações das escolas foram primordiais para o crescimento do esporte, mas também geraram o dilema do uso das mãos por se dividirem em dois grupos de regras do uso exclusivo ou não dos pés. Apenas décadas depois futebol e rúgbi foram separados de uma vez por todas por regras e ligas independentes.

Cada vez mais o futebol foi disseminado na Inglaterra, conquistando a população e levando os torcedores a acompanhar a prática. Com o passar do tempo algumas necessidades foram notadas, o que gerou uniformidade e a criação de regras para o esporte, que se consolidava cada vez mais.

Apesar da popularidade crescente, a unificação das normas não foi das mais fáceis, durando anos para um consenso. De acordo com Vieira e Freitas (2006), em 1863 foi fundada a Football Association, um grande passo para a padronização das regras de jogo em âmbito mundial.

Em 1863, a Universidade de Cambridge publicou suas próprias regras, determinando o nascimento formal do futebol. Advogado e fã de esportes, Ebenezer Cobb Morley reuniu clubes onde a modalidade era praticada e criou a Associação Inglesa, amealhando aqueles que se propunham a jogar segundo os preceitos estipulados em Cambridge. Um dos clubes, o Blackheath, discordou das regras e preferiu juntar-se à corrente que consolidaria o rúgbi. (ROSSI, MENDES, 2014, p. 11)

Voser, Guimarães e Ribeiro (2010) aponta que em 30 de novembro de 1872 ocorreu a primeira partida entre seleções. A anfitriã do Football Association, Inglaterra, empatou por 0 a 0 com a Escócia, que junto ao País de Gales e a Irlanda fizeram parte dos primeiros relatos de competições internacionais, deixando torcedores apaixonados pelo futebol.

Nessa altura, a “Foot-Ball Association”, toma conta de toda a Grã-Bretanha, onde torcedores lotam estádios em prestígio aos seus times e ídolos, em competições que empolgam e servem de modelo para todo o mundo. (VOSER, GUIMARÃES, RIBEIRO, 2010, p.22)

Muitos autores apontam a prática primitiva do futebol muito antes da chegada do esporte na Inglaterra. O melhor desenvolvimento de regras e normas formulado pelos ingleses fez com que o país fosse considerado o principal nome da criação do futebol, principalmente, considerando a prática moderna do esporte.

## **2.2. FUTEBOL NO BRASIL**

“País do futebol” é a alcunha dada ao Brasil pela popularização do esporte por toda a nação. O termo ressalta a ligação do torcedor com o futebol, que vai além das quatro linhas, ultrapassando a razão e sobrepondo o sentimento de uma simples prática esportiva, é amor.

O brasileiro respira futebol e muito se deve pelas grandes conquistas da seleção, pentacampeã mundial, são cinco conquistas em Copas do Mundo, feito que ninguém mais atingiu. A seleção verde e amarela encantou o mundo em diversas oportunidades, marcando história.

O futebol expressa a sociedade, pois o jogo está na sociedade tanto quanto a sociedade está no jogo. Ambos se expressam mutuamente, principalmente no que se refere à subjetividade das relações estabelecidas dentro do contexto de uma partida de futebol, as transgressões às regras, à ordem e à desordem, o envolvimento da torcida com seu time de coração, chorar ou se alegrar, brigar ou festejar. (RINALDI, 2000, p.143)

Além disso, o enorme sucesso dos craques nascidos no país por todo o planeta reforça o tato dos brasileiros com o esporte. Para muitos, Pelé foi o maior jogador de futebol de todos os tempos, o que ressalta ainda a ligação do brasileiro com o esporte, que é, de longe, o mais popular do país.

Mas como o futebol chegou ao Brasil? A principal explicação está totalmente ligada a Inglaterra, mais precisamente a Charles Miller. Para a maioria dos autores o britânico trouxe o esporte para o território brasileiro, no final do século XIX. Porém, alguns relatos apontam registros que antecedem a participação do inglês.

No Brasil, o futebol chegou por intermédio de marinheiros ingleses, holandeses e franceses, na segunda metade do século passado. Eles jogavam em nossas praias, na parada dos navios. Iam embora e levavam as bolas. Para os nossos brasileiros só restava admirar o esporte, sem saber que esse seria o nosso esporte nacional, que anos depois seríamos campeões do mundo. Fala-se também que funcionários da São Paulo Railway, de Jundiaí, teriam aprendido a jogar em 1882. Também se comenta que os funcionários da Leopoldina Railway, do Rio, no mesmo ano, também teriam experimentado o futebol. Comenta-se o sensacional que foi o jogo de marinheiros ingleses, em 1874, nas praias do Rio, exatamente onde é o Hotel Glória. (DUARTE, 1997, p. 5).

Também é dito que os índios brasileiros se divertiam com o esporte durante o ciclo da borracha, utilizando o material para fazer esferas, usadas para bolas. A questão é que Charles Miller deu o pontapé inicial para o futebol moderno no país canarinho. Descendente de ingleses e escoceses trouxe de Londres elementos primordiais para a propagação da modalidade no território brasileiro.

Dentro de uma das malas, havia duas bolas de couro (da marca Shoot), uma agulha, uma bomba de ar, dois jogos de uniformes de times ingleses e um livro de regras. Na mais aceita das versões, por ser a única confirmada oficialmente, acontecia ali, naquele trivial desembarque, o pontapé inicial na história do melhor futebol do mundo. (VIEIRA, FREITAS, 2006, p. 21)

Apesar da descendência e tempo vivendo na Inglaterra, Charles Miller nasceu no Brasil, em 1874. Paulista de mãe brasileira e pai inglês, deixou seu país natal aos dez anos com o objetivo de estudar. Junto aos ingleses conheceu com clareza regras e fundamentos do futebol e tratou de disseminar seu conhecimento.

De volta ao Brasil, retornou munido de bolas de couro e uniformes para que pudesse ser praticado um futebol mais organizado na região do Brás, em São Paulo, onde residiu em sua infância.

Vieira e Freitas (2006) relatam que em abril de 1895 foi disputada a primeira partida de futebol no Brasil. Os jogadores consistiam em funcionários de empresas inglesas, que trabalhavam em São Paulo. Na oportunidade, dezoito espectadores presenciaram a vitória do São Paulo Railway, com a atuação de Charles Miller sobre a Companhia de Gás por 4 a 2.

Miller começou um processo de catequização. Aos sábados, reunia amigos e colegas de trabalho para ensinar o beabá do esporte: chutes, cobrança de lateral, passes, dribles, marcação. Os melhores da peneira de Charles Miller eram chamados para o time da São Paulo Railway – os pernas de pau continuavam na escolinha, até aprender ou reconhecer sua ruindade e desistir. (ROSSI, MENDES, 2014, p. 12)

Pouco depois o esporte já caminhava para a profissionalização com o surgimento de clubes e a criação de campeonatos por todo o Brasil.

O Sport Club Rio Grande (Rio Grande, RS) é considerado oficialmente pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF), o clube mais antigo fundado para o futebol, em 24/6/1900, 48 dias antes da fundação da Associação Atlética Ponte Preta (Campinas, SP), em 11/8/1900. O Fluminense Futebol Clube, mais antigo do Rio, surge em 1902. (FRISSELI, MANTOVANI, 1999, p.7).

Já a primeira competição de futebol disputada em território brasileiro aconteceu em 1902. Organizado pela liga paulista, contava com cinco clubes participantes: São Paulo Athletic (campeão do torneio), Paulistano, Germânia, Mackenzie e Internacional.

Neste período São Paulo e Rio de Janeiro eram metrópoles e tinham grande importância em diversas frentes no país. As principais novidades do Brasil passavam por elas e no futebol não foi diferente. Pouco mais de uma década depois, em 1914, jogadores das duas cidades formaram a primeira Seleção Brasileira, que entrou em campo pela primeira vez em um amistoso, no qual enfrentou a equipe inglesa do Exeter City.

Em 1914, a visita ao Brasil de uma equipe inglesa, o Exeter City, inspirou a formação de um combinado com os melhores jogadores do Rio e de São Paulo para enfrentá-lo. Era a estreia da seleção brasileira, que usando um uniforme todo branco, venceu por 2 a 0, gols de Oswaldo Gomes e Osman, o amistoso disputado no dia 21 de julho, no estádio das Laranjeiras. No mesmo ano foi fundada a Federação Brasileira de Sports, que em 1916 passou a ser 26 chamada Confederação Brasileira de Desportos (CBD). Só em 1979, a CBD virou Confederação Brasileira de Futebol (CBF). Ainda em 1914, o futebol brasileiro conquistou seu primeiro título internacional, a Copa Roca. Na vitória sobre a Argentina por 1 a 0 em Buenos Aires, com a mesma equipe que enfrentara o Exeter City, Rubens Salles fez o primeiro gol oficial da seleção. Cinco anos

depois, usando agora camisas brancas e calções azuis, a seleção nacional levantou a taça da Copa América, disputada no estádio das Laranjeiras, no Rio, vencendo na decisão o Uruguai por 1 a 0. O gol, um voleio espetacular, foi marcado por Arthur Friedenreich, considerado o primeiro grande craque brasileiro. Filho de pai alemão e mãe negra, Friedenreich teria marcado 1239 gols, façanha só superada por Pelé. O artilheiro era destaque do Paulistano, primeira equipe do país a excursionar pela Europa, em 1925, e que daria origem anos depois ao atual São Paulo Futebol Clube. (VIEIRA, FREITAS, 2006, p.25-26).

Uma pesquisa feita pelo IBGE, em 2013, divulgada pelo Ministério do Esporte aponta o futebol, disparado, como o esporte mais praticado pelos brasileiros com 42,7% dos entrevistados. O número é ainda maior quando perguntados qual foi a primeira modalidade praticada: 59,8% para o futebol.

E não é apenas na prática do esporte, o futebol está no dia a dia do brasileiro. Estádios lotados, grandes números de audiência televisivas reforçam a importância da modalidade disseminada por Charles Miller no Brasil.

Difícil imaginar, hoje, o Brasil sem o futebol. Igualmente difícil seria estabelecer uma única razão para a enorme projeção que este esporte conquistou em solo nacional. São os jogos profissionais que arrebatam milhões, mas também os “varzeanos”, “soçaites”, “babas”, “peladas”, “rachas”, “bate-bolas” ou “futs” espalhados por todo o país. (TOLEDO, 2000, p.67 e 68)

### 3. HUMOR

Neste capítulo vamos trazer à tona o significado do humor, sua aplicação e o surgimento no Brasil. Além disso a maneira como o entretenimento tem tomado conta do cenário esportivo brasileiro, principalmente, ligado ao tom humorístico do Desimpedidos para abraçar o tema.

A partir do século XVIII a palavra humor passou a ser utilizada com a ideia contemporânea de engraçado, traço do divertido. Sua derivação parte do vocábulo humor, vindo do latim com significado de fluido ou líquido. Na antiguidade o bem-estar consistia de equilibrar os fluidos corporais, que seriam quatro: o sangue, a bÍlis amarela e negra e a fleuma. A personalidade e o bem-estar estariam diretamente associadas ao fato desses fluidos estarem equilibrados em nossos corpos. Com o passar do tempo, os costumes humanos foram tomando adaptações, criando novos caminhos, e, com isso, o humor também seguia novos rumos, através de tendências socioculturais.

A proliferação do termo, no entanto, não acontece de forma tão natural. A ligação a palavra humor acontecia mais diretamente com estado emocional e não na relação cômica. Carroll (2014) aponta que a utilização do humor negro, por exemplo, tratava-se do humor seco, frio, associado à bÍlis negra.

As termologias mais comuns para englobar o “engraçado” eram o riso e a comédia. No princípio do século XIX, Stendhal (2008) não se refere ao humor em seu ensaio sobre riso e comédia.

Para que uma mensagem seja considerada humorística é necessário que sejam compreensíveis de forma bilateral provocando riso tanto para o emissor, quanto para o receptor.

Para Jerónimo (2015) o humor é fundamental para a existência humana, indivíduos de diferentes culturas e faixas etárias respondem a esse estímulo, com a capacidade de se divertir com qualquer evento.

Considerando as investigações históricas, antropológicas e linguísticas do passado, configura-se a possibilidade de afirmar que não existem sociedades onde não existam piadas, partidas, palermices ou ditos espirituosos. No actual momento da civilização ocidental, ainda menos se poderá imaginar uma sociedade total e irremediavelmente séria, na qual as pessoas apenas se confrontem com a realidade sem filtros de interpretação humorística. Mesmo se algum dia uma sociedade assim chegasse a existir, muito provavelmente não funcionaria. (JERÓNIMO, 2015)



A forma ampla do universo humorístico torna possível que tudo possa ser um objeto do humor. Rimos em diversas plataformas, seja de coisas boas, de realizações felizes ou até de futilidades, ilusões e de nós mesmos.

O humor pode ser verbal ou não verbal; pode constituir uma experiência subjetiva ou cumprir propósitos comunicativos; versar a realidade ou reportar-se ao imaginário; pode cativar ou agredir; surgir espontaneamente ou ser usado como técnica de interação pessoal ou profissional; pode consistir numa simples piada trocada entre amigos ou elevar-se à sofisticação de uma peça de Shakespeare. Nos nossos dias, o humor encontra também inúmeros meios de expressão – que ultrapassam as formas literárias clássicas da comédia, da farsa e da canção de escárnio, ou ainda os panfletos satíricos ou as pantominas dos bobos e dos saltimbancos – e que vão desde as sitcoms televisivas aos filmes cômicos, aos cartoons na imprensa diária ou semanal e às gags que circulam na internet. (ERMIDA, 2002 p.65)

Nos dias atuais o humor segue duas principais vertentes, de estado de espírito e do ato de fazer rir. O humor é uma ferramenta linguística, de grande diversificação, que torna o ser humano mais agradável perante seus semelhantes, além de ser uma forma apurada de prevenir a angústia.

### 3.1. HUMOR NO BRASIL

Assim começou a se desenhar o cenário do humor no Brasil, no início do século XX. Esse desenvolvimento é conhecido como o período Belle Époque<sup>1</sup>, em uma época de alterações de estado culturais, científico e tecnológico.

“[...] a Belle Époque representou um momento de crise e desarticulação desses dois sistemas de valores da dimensão cômica: a distinção entre o “bom” e o “mau” riso e a teoria da superioridade e do distanciamento. [...] representou um momento de crise e desarticulação dessas definições clássicas do humor” (SALIBA, 2002, p.21).

Uma das principais obras que tratam o humor no início do século XX, foi “O Riso”, de Bergson. Saliba (2002) elucida o quão as produções cinematográficas da época levavam o humor, capturado inconscientemente pela população. O real passa a ser manipulado e o psicológico trabalha interligado ao imaginário, quebrando o tempo cronológico, como clássico filme “Tempos Modernos”, de Charles Chaplin.

O cômico nascia, assim, para Bergson, deste processo psicológico de inversão e sobreposição de dimensões espácio-temporais, desta rigidez quase mecânica de nossos sentidos e da nossa inteligência,

<sup>1</sup> Vertente sul-americana do movimento francês Belle Époque na Europa (1871-1914) baseado no Impressionismo e a Art Nouveau. Foi um período de cultura cosmopolita, de mudanças artístico, cultural, tecnológico e político do Brasil de 1870 a 1931, em fins do Império até fins da República Velha. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Belle\\_%C3%89poque\\_brasileira](https://pt.wikipedia.org/wiki/Belle_%C3%89poque_brasileira). Acesso em 14 dezembro 2018.

pela qual continuamos a ver o que não mais está a vista, ouvir o que já não soa, dizer o que não convém, enfim, adaptar-se a certa situação passada e imaginária quando nós deveríamos ajustar à realidade atual. (SALIBA, 2002, p.22)

Avanços tecnológicos auxiliaram na disseminação do humor no Brasil. Antes de elite, através de jornais por tirinhas e ilustrações em críticas sociais e políticas, tomou conta do rádio e ampliou seu raio de atuação. No início dos anos de 1930 as produções cômicas difundiram por meio radiofônico, pela diminuição do preço dos aparelhos e a inserção de publicidade nas grades de programação.

[...] quando o rádio procura uma linguagem própria, rápida, concisa e colada no dia-a-dia, suscetível de registrar e efêmero do cotidiano, ele vai encontrar aquilo que as criações humorísticas já haviam, de certa forma, elaborado em estreita ligação com o teatro musicado, o teatro de revista, as primeiras gravações fonográficas, e até mesmo as primeiras produções cinematográficas: a mistura lingüística, a incorporação anárquica de ditos e refrões conhecidos por ampla maioria da população, a concisão, a rapidez, a habilidade dos trocadilhos e jogos de palavras, a facilidade na criação de versos prontamente adaptáveis à música, aos ritmos rápidos da dança e aos anúncios publicitários. (SALIBA, 2002, p.228)

A referência para o início dos programas de humor no rádio brasileiro aconteceu com a criação do “Manezinho e Quintanilha”, em 1931, na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Na mesma época, os programas de variedade ganharam espaço no meio, com música, humor e concursos. Este formato ajudou a disseminar a linguagem, propriamente praticada na mídia radiofônica.

A década de 40 é conhecida como a “Era de Ouro” do rádio brasileiro. Neste período, destaca-se o programa “PRK-30”, criado pelos humoristas Borges e Barbosa, em 1944, na Rádio Mayrink Veiga. Os apresentadores interpretavam vários personagens em sátiras de outros programas como esportivos, novelas e noticiários.

(...) Apurada tecnicidade oculta-se por trás da aparente folia caótica: o léxico do programa chega a constituir um dialeto próprio, um discurso oral saturado de maneirismos vocais e traços fonológicos surpreendentes pelo mais radical desrespeito às enunciações lingüísticas – seja por simples vulgarismo, seja por formas híbridas, seja pela deturpação do vernáculo e da sintaxe. (...) (PERDIGÃO, 2003: 126).

Em 1946, o PRK-30 chegou ao auge, transferindo-se para a maior emissora da época: a Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Na estação outros programas fizeram sucesso como “Tancredo e Trancado”, de Giuseppe Ghiaroni, e “Edifício Balança mas não cai”, de Max Nunes e Haroldo Barbosa.

O sucesso dos programas chamou a atenção das emissoras de televisão, que adaptou programas radiofônicos para as telinhas e trouxeram grandes nomes de prestígio. Grande exemplo foi a chegada do “Balança Mas Não Cai”, da Rádio Nacional para a TV Globo em 1968.

Ainda antes, em 1957, outro sucesso do rádio ganhou espaço na televisão. A “Escolinha do Professor Raimundo”, da TV Rio, trazia o humor ambientado na sala de aula, formato que também fez sucesso no meio radiofônico décadas antes, em “Cenas Escolares” e “Piadas do Manduca” do fim dos anos 40.

A “Escolinha” ainda passou pelas TVs Excelsior e Tupi até chegar à Rede Globo, no começo da década de 70. Chico Anysio, um dos grandes nomes do programa, foi fundamental para a difusão do humor na televisão. Criou o “Chico City”, onde interpretava diversos personagens regionalizados do Nordeste. Posteriormente, o humorista manteve o formato no “Chico Anysio Show”.

Outros programas foram grandes sucesso na telinha como “Os Trapalhões”, das décadas de 70 e 80, marcado pelas presenças de Renato Aragão, Dedé, Mussum e Zacarias. Jô Soares também marcou época com “Satiricon”, “Faça humor, não faça guerra”, “Planeta dos Homens” e “Viva o Gordo”.

“A Praça da Alegria”, criado por Manoel da Nóbrega em 1957, escancara o êxito dos programas humorísticos na televisão brasileira. Produzido por várias emissoras, ainda hoje é veiculado pelo SBT, com o nome de “A Praça é Nossa”, dirigido e apresentado por Carlos Alberto da Nóbrega, filho do idealizador do programa, que mantém o formato de diversos personagens passando em uma praça, onde, no centro, encontra-se o apresentador e condutor da exibição.

Atualmente podemos perceber, também, a influência do humor na internet. Principalmente no YouTube, apresentadores publicam vídeos com milhões de visualizações, seja por sátiras do dia-a-dia, visto por Whindersson Nunes e Júlio Cocielo, ou com comédias *stand up*, do grupo “4 amigos”. Chama a atenção transmissões radiofônicas fazendo sucesso no ciber mundo, observado pelo “Programa Pânico”, da Rádio Jovem Pan, que também já fez sucesso na televisão.

### 3.2. HUMOR NO JORNALISMO ESPORTIVO

Em meio à popularização do entretenimento no jornalismo esportivo brasileiro, surgiu o canal Desimpedidos, em junho de 2013. Maior referência do esporte no YouTube do Brasil, estão totalmente ligados ao humor, principalmente, usufruindo da liberdade da plataforma em relação a televisão.

O humor aplicado no jornalismo esportivo funciona como ferramenta de entreter o espectador durante a transmissão das informações. O futebol, principal assunto do Desimpedidos, envolve a paixão dos torcedores, gerando provocações, críticas, entre outras aberturas que interagem facilmente com uma linguagem bem-humorada.

O jornalista Tiago Leifert, da Globo, ficou marcado com um dos principais nomes a levantar a bandeira do entretenimento no esporte televisivo. Com destaque na apresentação do Globo Esporte São Paulo, era caracterizado pela linguagem mais leve que a rotineira nos telejornais.

Quando estreou, em 14 de agosto de 1978, o Globo Esporte comandado por Léo Batista estava mais para um “telejornal de esportes” do que para um programa de entretenimento. Era apresentado da tradicional bancada, com textos lidos no teleprompter. Três décadas e incontáveis revoluções tecnológicas depois, especialmente a versão apresentada em São Paulo, por Tiago Leifert, o Globo Esporte é, antes de tudo, um programa de televisão. A bancada deu lugar à mobilidade do apresentador e a linguagem engessada pelo teleprompter foi substituída pelo improviso e o (suposto) bom humor, sem roteiro. (OSELAME, 2010, p. 64)

Além de Tiago Leifert, outros nomes ganharam destaque pela forma humorada de informar na televisão. Na própria Globo, Tadeu Schmidt reformulou a narrativa dos gols da rodada do Campeonato Brasileiro de futebol transmitidos no Fantástico, utilizando bonecos com linguagem popular e regional para representar cada equipe. Em outras emissoras nota-se a presença de Denílson, na Band, Alê Oliveira, no Esporte Interativo, como expoentes do humor nos comentários esportivo.

O humor esportivo surge como forma de elevar a busca de público, aumentando o alvo em questão. A nova dinâmica em matérias, aproximação da linguagem coloquial evidenciam a busca por atingir maior parte da população.

Quando os jornais, primeiro, e o rádio e a televisão depois, descobriram o esporte enquanto conteúdo houve uma alteração em sua dimensão lúdica e localizada em uma sociedade: o esporte passou a ser notícia. Mas não uma notícia como outra qualquer. O reconhecimento de suas particularidades levou à setorização e, conseqüentemente, à descoberta de formas condizentes de tratar essa nova matéria-prima que emergia da sociedade com força e potencial de interessar a todos os públicos. (SOUZA, 2010, p. 1)

Algumas características são notáveis para a aplicação do humor no jornalismo esportivo. Além da linguagem, já dita aqui, edição da imagem, textos, figurinos e até as trilhas sonoras indicando o bom-humor são preponderantes como ferramentas de alterar o tom da notícia.

No cinema é nítido como as trilhas dos filmes ajudam a dar o clima de suspense, de romance ou de comédia. É exatamente isso que procuramos ao adicionar música a uma matéria. No entanto, esse recurso é pouco utilizado no dia-a-dia: seja por falta de tempo para edições mais elaboradas; porque a maioria dos assuntos não comporta trilha sonora ou por economia, já que é preciso pagar direitos autorais aos músicos. (BISTANE E BACELLAR, 2006, p. 27)

## 4. INTERNET

A história da criação e do desenvolvimento da Internet é a história de uma aventura humana extraordinária. Ela põe em relevo a capacidade que tem as pessoas de transcender metas institucionais, superar barreiras burocráticas e subverter valores estabelecidos no processo de inaugurar um mundo novo. Reforça também a ideia de que no processo de que a cooperação e a liberdade de informação podem ser mais propícias à inovação do que a competição e os direitos de propriedade. (CASTELLS, 2003, pág. 13)

Em escala mundial, trata-se do maior conglomerado de redes de comunicação. Vários dispositivos estão conectados, formando uma teia de linguagem direta, responsável pela disseminação da informação em massa. Nesse ambiente está presente o YouTube, ferramenta de publicação de vídeos do Desimpedidos para seu público.

### 4.1. REDES SOCIAIS

Para Filho (2014) o diferencial das redes sociais são os laços, que vão da amizade até prospecção de negócios. No mundo contemporâneo é cada vez mais comum a utilização dessa ferramenta, tanto para diversão quanto para trabalho, englobando diversos nichos, com fácil acesso para toda a população, através da internet e dispositivos eletrônicos. Por meio dela os usuários se conectam, independentemente do local onde possam estar.

Por definição, uma rede social pode ser comparada a uma praça, um clube ou um bar, esse é o espaço no qual, as pessoas trocam informações sobre as novidades cotidianas de sua vida, mostram as fotos dos filhos, comentam os vídeos caseiros uns dos outros, compartilham suas músicas preferidas e até descobrem novas oportunidades de trabalho. Exatamente como pode ser na vida social, a diferença é que não há contato pessoal. Tudo é on-line. (VICENTE, 2014, p. 22)

A comunicação é um ambiente comum para o ser humano e o uso da tecnologia disponível a cada época da humanidade é o arco que possibilita essa interação. Na internet as pessoas estão em rede por meio da possibilidade de serem sujeito, agindo e reconstruindo o meio.

Enquanto os atores representam os nós (ou nodos) da rede em questão, as conexões de uma rede social podem ser percebidas de diversas maneiras. Em termos gerais, as conexões em uma rede são construídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores. (RECUERO, 2009, p.29)

Para Raquel Recuero (2009) os internautas usufruem das plataformas digitais como forma de expressão diretamente ligadas ao diálogo das relações sociais, que mantêm conectadas e abrange o mundo individual a uma pluralidade

## 4.2. YOUTUBE

O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos na internet. Seu slogan é: Broadcast Yourself, do inglês, uma ideia de se auto divulgar ou se tornar um comunicador. O objetivo, a partir de então, é que os membros da comunidade criem conteúdos próprios e interajam, a fim de alimentar a plataforma.

A tradução do termo, também em inglês, é simples: you - você, tube - tubo, expressão relacionada a televisão. Esse seria o espírito do YouTube: você na TV. A plataforma grátis possibilita qualquer usuário de lançar na comunidade seus vídeos para o público, viabilizando um sucesso, muitas vezes inesperado.

O YouTube surgiu nos Estados Unidos, mais especificamente, na Califórnia, tendo como fundadores Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, funcionários da empresa PayPal. Ohil Meyer (2007) relata que a ativação do domínio<sup>2</sup> do site aconteceu no dia 15 de fevereiro de 2005, mas seu lançamento aconteceu meses depois, em novembro, após reformulações na rede.

O sucesso foi meteórico para a plataforma, que foi eleita pela revista americana Times a melhor invenção do ano (G1, 2006). Ainda no mesmo período, em novembro de 2006, foi anunciada a venda do YouTube para a empresa Google, pela bagatela de 1,65 bilhão de dólares em ações.

Quatro anos mais tarde, uma revolução viria para incentivar ainda mais o surgimento dos criadores de conteúdo, mediante ao lançamento do TrueView.

Isso fez com que eles (criadores de conteúdo) ganhassem uma parte da receita de qualquer anúncio tocado nos vídeos. A corrida do ouro começou. Investir tempo em um canal no Youtube se tornou mais popular, tanto quanto as pessoas que queriam fazer parte do movimento. Ganhar dinheiro por fazer qualquer tipo de vídeos e os carregar na internet não parecia ser uma má ideia. Uma nova era de empreendedorismo começou a crescer (HOLMBOM, 2015, p. 3)

Outra novidade expressiva para o YouTube foram as transmissões ao vivo, o Livestream (Live Streaming ou transmissão ao vivo de dados). A ferramenta surgiu em 2011, proporcionando maior dinâmica ao site e possibilidade de coberturas midiáticas de grande dimensão.

---

<sup>2</sup> Domínio é um nome que serve para localizar e identificar conjuntos de computadores na Internet. O nome de domínio foi concebido com o objetivo de facilitar a memorização dos endereços de computadores na Internet. Sem ele, teríamos que memorizar uma sequência grande de números. Disponível em: <https://brasilwork.com.br/duvidas/o-que-e-dominio/>  
Acesso: 26 nov. 2018

Em 2012, a abertura dos Jogos Olímpicos foi transmitida ao vivo no Youtube. A exibição contou com mais de 231 milhões de visualizações e visitantes de 64 países (TECMUNDO, 2012).

### 4.3 CRIADORES DE CONTEÚDO

Com o passar do tempo e o sucesso eminente, o YouTube se transformou em uma oportunidade de negócio. Criadores de conteúdo espalhados por todo o mundo cativam milhões de pessoas e concretizam cada vez mais a profissão de Youtuber. Para se ter ideia, nos Estados Unidos a plataforma online domina os públicos jovem e adulto, em relação às redes a cabo. Americanos entre 13 e 18 anos apontam que os cinco maiores influenciadores são Youtubers, segundo pesquisa feita pela Variety (2014).

Ao longo dos anos, surgem esses criadores de conteúdo audiovisual e o que eles fazem até ganhou sua própria terminologia. Qualquer criativo que investe muito tempo no Youtube é comumente chamado de Youtuber. O processo que Youtuber tem ao criar e carregar vídeos na plataforma é, para algumas pessoas, chamado de Youtubing. (HOLMBOM, 2015, p. 5)

Essa tendência segue no Brasil, na medida que a Revista Forbes (TEIZEN et al., 2016) constatou que em uma listagem de 30 brasileiros mais promissores, com menos de 30 anos, três eram criadores de conteúdo para o YouTube: Kéfera Buchmann, Felipe Castanhari e Nina Santana.

Se avaliarmos o sucesso do Youtubers brasileiros em números torna-se ainda mais claro. Hoje, o Canal Kondizilla, voltado a produções musicais, é o maior em números de inscritos no Brasil, totalizando mais de 41 milhões e ultrapassando 19 bilhões de visualizações. Abaixo, Whindersson Nunes possui mais de 31 milhões de inscritos, gravando conteúdos de diversos temas. Com temática semelhante, Felipe Neto é o terceiro maior canal de YouTube do Brasil, com 25 milhões de inscritos. Esses dados foram acessados no próprio YouTube, em 5 de novembro de 2018.



## **5. DESIMPEDIDOS**

Neste capítulo será feito um aprofundamento na base do objeto de estudo. Antes de abordar o quadro “Fred+10”, se faz necessário contextualizar a criação e o desenvolvimento do “Canal Desimpedidos”. Hoje, o sucesso no YouTube é evidente, somando-se mais de 6,5 milhões de inscritos na plataforma de vídeos.

### **5.1. HISTÓRIA DO CANAL**

A trajetória do canal foi bem planejada para que se chegasse a tais números. Diferentemente de muitos “youtubers” que chegaram de forma inesperada ao sucesso, o Desimpedidos partiu de um projeto pensado e estruturado para alcançar a fama e angariar fãs.

O canal, que mistura futebol e humor, surgiu em 2013, mais especificamente no dia 12 de junho daquele ano, através da produtora brasileira Network Brasil, conhecida como NWB. A empresa multiplataforma, responsável por criar conteúdo para o YouTube, foi fundamental no processo de planejamento do canal, que buscava preencher uma lacuna de representação dos torcedores de futebol com uma linguagem que aproximasse o público do esporte.

A criação do projeto e a fundação do canal “Desimpedidos” contou com a participação e colaboração de alguns sócios para a sua concretização, sendo eles: Kaká, Felipe Andreoli, André Barros, Antonio Tabet e Rafael Grostein. Alguns destes nomes são mais conhecidos e explicam o sucesso do canal. O ex-jogador Kaká, por exemplo, chegou para ser o embaixador do programa em função da facilidade de contato com grandes nomes do futebol mundial e sua influência neste meio. Outro nome, Felipe Andreoli, ficou conhecido por ser à época, apresentador do programa CQC, sucesso do canal de televisão Bandeirantes.

Além destes, se destaca o nome de Antonio Tabet, um dos criadores do Porta dos Fundos, canal com mais de 15 milhões de inscritos no YouTube. A ligação foi fundamental servindo como espelho para atingir excelentes números de exibição utilizando uma linguagem semelhante na busca da audiência.

A história do canal começou a ser escrita em 2013, na cobertura da Copa das Confederações sediada no Brasil. Na apresentação do canal estavam o próprio Antonio Tabet e Elcio Coronato, que passou por canais de televisão, como a MTV, antes de ser apresentador no Desimpedidos. O formato da cobertura da competição era parecido com uma estrutura de reportagens televisivas, voltado a entrevistas extrovertidas com o público nos arredores dos

estádios e bares. Este formato perdurou por um tempo, seguido a linha de reportagens de rua em dias de jogos do futebol brasileiro.

A gente abriu em 2013, um ano antes da Copa do Mundo, para ter um tempo de maturação, ter uma audiência consolidada para quando acontecesse a Copa a gente pudesse gerar projetos com marca, de televisão, o que fosse. Não sabíamos direito o que ia virar. (Rafael Grostein, 2016)<sup>3</sup>

O objetivo que norteava a atuação do “Desimpedidos” em seu surgimento era buscar um formato ideal, realizando testes para descobrir qual o “tom” do humor preferido pela audiência. Um dos fundadores do canal, Rafael Grostein, ressalta que a informação não era prioridade para os conteúdos, e sim, a linguagem do torcedor, diferente do que a televisão costuma fazer.

Tinha que achar nossa identidade para construir nossa audiência. A virada do Desimpedidos foi quando a gente percebeu que para falar de futebol tinha uma oportunidade muito grande que era adotar o tom de voz dos fãs e se voltar para a audiência. (Rafael Grostein, 2016)

Afim de encontrar conteúdos de sucesso, jogadores como Kaká e Lucas Moura fizeram diários em vídeo, onde exibiam seu dia a dia. Ou ainda, ex-atletas como Vampeta e Amaral gravaram quadros contando casos de sua vida profissional no futebol. Na programação também surgiram esquetes em que o foco principal era “tirar sarro” dos clubes do futebol brasileiro e de seus torcedores.

O primeiro grande sucesso do canal foi o quadro “Gols da Zueira”, que mostrava os gols da rodada do Campeonato Brasileiro de futebol de uma maneira irreverente. Os comentários eram feitos através da voz do Google Tradutor e não media esforços para fazer todo o tipo de consideração engraçada dos principais lances da competição nacional. Este quadro, entre algumas interrupções, foi o carro chefe do canal em alguns momentos e teve sua última exibição em outubro de 2017.

Por sua vez, o quadro mais antigo do Desimpedidos é o “Desinformados”, contando com mais de 200 edições. Este quadro consiste em um resumo semanal do mundo esportivo de forma geral, ou até mesmo de comentários sobre os próprios vídeos da programação do canal.

Em 2013, a formação original contou com o youtuber conhecido como “Mil Grau”, que surgiu com a edição do quadro “Gols da Zueira”, além de Elcio Coronato. Atualmente, o

---

<sup>3</sup> GROSTEIN, Rafael. Em entrevista ao canal Quem Somos Nós?. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JpNodmQNJ4>  
Acesso em 20 de nov. 2018

quadro segue com exibição semanal, aos sábados, mas com revezamento entre os apresentadores do canal em seu comando.

No começo de 2014, outro fundador do Desimpedidos se aventurou como apresentador no canal. Felipe Andreoli iniciou o quadro “Desandreoli” em janeiro daquele ano, com a proposta de apresentar listas voltadas a determinados temas do futebol.

Pouco mais de um ano depois do início da exibição do quadro, o apresentador e sócio do canal, Felipe Andreoli, deixou de participar ativamente no canal para se dedicar a outros projetos profissionais. A vaga deixada pelo apresentador não seria preenchida por um substituto conhecido na internet, muito menos da televisão, mas por um dos inscritos no canal, desconhecido da audiência. Trata-se de Bruno Carneiro Nunes, atualmente conhecido como “Fred”, que após passar por um processo seletivo se tornou o novo apresentador do “Desimpedidos”, assumindo o comando do programa criado por Andreoli e mantendo a fórmula de “top 10”, dando vida ao “Fred+10”.

Também no início de 2014, uma piada interna da produtora NWB serviu para solucionar um problema momentâneo do Desimpedidos. Na falta de um apresentador para o “Desinformados”, um produtor de conteúdo do canal personificou um “editor boliviano” e, aos poucos, ganhou notoriedade no programa. Hoje, “Bolívia”, como ficou conhecido o produtor, é o apresentador mais antigo do canal Desimpedidos, sempre utilizando sua característica máscara. No princípio, sua presença consistia em pequenas participações, quase sem fala. Todavia, com o passar do tempo e dos vídeos, conquistou seu espaço e passou a contar com uma jornada dupla de apresentação e produção.

Pouco mais de quatro meses após sua aparição inesperada, o “editor boliviano” ganhou um quadro próprio, chamado de “Bolívia Talk Show”, quadro este que segue até os dias atuais na programação fixa do canal. Há mais de quatro anos no ar, o programa possui mais de 4,4 milhões de visualizações em mais de 130 vídeos de entrevistas semanais com jogadores e personalidades do futebol e do esporte como Romário, Neymar e Ronaldinho Gaúcho. Sua primeira edição aconteceu em julho de 2014, durante a Copa do Mundo sediada no Brasil, com a presença do ex-futebolista americano, Jimmy Conrad.

Durante a Copa do Mundo de 2014 o conteúdo do canal não podia ser voltado para outro assunto que não fosse este evento. Além de uma edição do “Desandreoli” com o tema relacionado à história das Copas, uma paródia de uma propaganda da Nike, sucesso durante o torneio de seleções, o Desimpedidos fez vídeos ao vivo em estúdio, dos momentos anteriores

e posteriores aos jogos e intervalos das partidas da Seleção Brasileira, até a traumática eliminação para a seleção da Alemanha na semifinal da competição.

Em entrevista ao canal “Quem somos nós? ”, no YouTube, o produtor de conteúdo e apresentador, Bolívia, exemplificou como o público do Desimpedidos se envolve com o conteúdo, mostrando uma maior troca de contato do que com a televisão.

A gente consegue muitas coisas no canal através de missões que damos para os fãs. Por exemplo, vamos invadir as redes sociais do Ibrahimovic e convencer de ele vir para o Brasil durante a Copa do Mundo. A gente fez isso, os caras foram lá, invadiram, alagaram as redes sociais do “Ibra” e no dia seguinte ele respondeu falando que viria para o Brasil. (Bolívia, 2016)<sup>4</sup>

Conforme dito anteriormente, a saída do apresentador e sócio do canal, Felipe Andreoli no ano de 2015, marcou o canal e trouxe mudanças significativas para o Desimpedidos. O novo integrante, Bruno, passou a ter a alcunha de Fred, apelido dado por Bolívia, motivado pela suposta semelhança entre o apresentador e o ex-atacante do Fluminense e da seleção brasileira. Logo em sua chegada, o novo apresentador estrelou o vídeo “CR7 da vida real”, uma caricatura que fazia referência a características do jogador português Cristiano Ronaldo, eleito melhor jogador de futebol por cinco vezes. O vídeo ganhou o mundo e hoje possui mais de cinco milhões de visualizações no YouTube.

Logo em sequência surgiu o “Fred+10”, quadro que é objeto de estudo do presente trabalho. Atualmente são mais de 17 milhões de visualizações nos mais de 180 vídeos de “top 10” dos mais variados temas relacionados ao esporte, sobretudo o futebol.

Foi um cara que veio da audiência, que a gente decidiu não pegar outro “medalhão” como o Andreoli, um cara que já sabe o que está fazendo. Um cara que veio da audiência, que é talentoso, que tem a linguagem que a gente fala como todo mundo e a gente deu a oportunidade, o Fred entrou, teve que mandar um vídeo, a gente escolheu o dele por ver que era diferente. Ele pegou esse mesmo formato do Andreoli e fez o dele. (Bolívia, 2016)

Além do início de um dos principais quadros da história do canal, outras novidades fomentaram o sucesso do Desimpedidos. Em 2015 ganharam espaço na televisão ao serem entrevistados no canal de TV por assinatura ESPN e no canal de TV aberta SBT. O ano contou também com a criação da “Live de Terça”, quadro que tratava ao vivo e com bom humor notícias esportivas.

---

<sup>4</sup> BOLÍVIA. Em entrevista ao canal Quem Somos Nós?. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JpNodmQNJ4>  
Acesso em 20 de nov. 2018

O período ainda ficou marcado pelo início de coberturas internacionais do canal. A primeira aventura do Desimpedidos longe do Brasil ocorreu na França para cobrir a Seleção Brasileira em um amistoso. Esse episódio ficou marcado pela falta de apoio do cenário do futebol nacional, quando perderam a credencial de imprensa da CBF (Confederação Brasileira de Futebol) para a partida da Seleção, em função de uma piada em que brincaram a respeito da facilidade de se conseguir uma liberação para atuar como membro da imprensa no jogo. Na Europa também houve a cobertura da final da Liga dos Campeões da Europa, maior torneio de futebol do velho continente. Outro grande evento internacional foi a Copa América no Chile, em que Fred e Bolívia puderam levar um inscrito para participar da viagem e de vídeos em uma ação promovida por um patrocinador do canal.

Ainda no final de 2015, o canal chegou à marca de um milhão de inscritos no Youtube, deixando boas expectativas para o ano seguinte. Em 2016, as presenças de Fred e Bolívia tomaram proporções ainda maiores no cenário da internet, aumentando a importância destes no canal. Foram eles os únicos apresentadores do canal no ano de 2016.

Neste ano, o canal mostrou uma estrutura mais coesa de programação, onde contava basicamente com os quadros “Gols da Zueira”, “Live de Terça”, “Fred+10”, “Bolívia Talk Show”, “Desinformados” e o “Desafio do Fred”. Este último, novo quadro que contava com desafios de habilidade entre o apresentador, que completava um ano de canal e sedimentava cada vez mais seu espaço, e jogadores ou ex-atletas de futebol.

Para o apresentador Fred, o ano de 2016 foi um período de afirmação no Desimpedidos. Além de contar com dois quadros na grade de programação do canal, Fred+10 e Desafio do Fred, participou de grandes coberturas esportivas por todo o mundo. Apresentou sozinho a reportagem de cobertura da “Florida Cup”, torneio internacional de futebol nos Estados Unidos, além de fazer dupla com Bolívia nos vídeos de cobertura da final da Liga dos Campeões e das Olimpíadas 2016, sediada no Brasil.

A marca de dois milhões de inscritos no YouTube foi atingida no mesmo ano. Além de comemorar esse fato, fecharam contrato com a Fox Sports, canal de esporte da TV fechada, para uma temporada de doze episódios de um programa que foi denominado “Desimpedidos na Fox”. O programa foi exibido com um formato adaptado da internet para a televisão, com cerca de 40 minutos. Exibido às sextas-feiras, às 22h, com reprises. Apresentação de Fred e Bolívia, além da presença de um convidado especial, seja jogador de futebol ou ex-atleta. Durante o programa haviam alguns quadros como o “Rachão”, “Fred+5” (adaptação do Fred+10 do YouTube), “De costas com o Bolívia”, entre outros.

Fred contou em entrevista ao canal “No Ar com André Henning”, no YouTube, que não houve dificuldade na adaptação para a televisão pelo fato de o processo de execução ser todo do Desimpedidos, passando para a Fox Sports apenas a finalização do conteúdo para ser exibido.

Nós não sentimos tanta diferença, porque o projeto da Fox a gente entregava o programa completamente “envelopado”. A gente gravava no nosso estúdio, com as nossas câmeras, com os nossos profissionais, com nossos próprios roteiros, nossos editores faziam o programa, eles mandavam para a Fox para ser aprovado ou não, dependendo do teor das brincadeiras. (FRED, 2018)<sup>5</sup>

Em 2016 ficou evidente a sobrecarga de vídeos para os apresentadores Fred e Bolívia, únicos na função durante o período. Pensando nisso, mudanças no quadro de apresentadores ocorreram no ano seguinte.

A primeira mudança aconteceu através de uma contratação de um dos estagiários do canal para assumir a função de apresentador. Assim como Fred, Henrique Pedrotti, estagiário contratado, ganhou um apelido em suas primeiras aparições, ainda como coadjuvante, em seu período de estágio. “Chicungunha” ou “Chico”, fez sua primeira aparição conduzindo um vídeo para o canal. O vídeo foi encarado como um grande desafio para o estreante, uma vez que ele foi para a Espanha cobrir uma partida do Barcelona e entrevistar, de forma exclusiva, o craque brasileiro Neymar, em uma ação promovida por um patrocinador do canal.

Em março de 2017, Chico conquistou ainda mais espaço no Desimpedidos, com a oportunidade de apresentar um novo quadro, chamado de “Olha a picada”. O foco dos vídeos era analisar as redes sociais dos jogadores, como se fosse um “programa de fofocas” conhecidos nos canais de televisão. Pouco mais de um ano depois o quadro teve seu fim, após quase 60 edições.

Mas Chico não foi o único contratado do Desimpedidos em 2017. Uma das maiores novidades do ano no canal foi o processo seletivo, que se tornou uma série de vídeos, denominado “Muleke da base”, onde foi dada a oportunidade a interessados de todo o Brasil a se candidatarem a vaga de novo apresentador do canal. Após algumas etapas de seleção, “Tony Pezão” foi selecionado para fazer parte do elenco fixo do canal. Na mesma época, Alê Xavier, única mulher finalista do “Muleke da Base”, também foi chamada para integrar o

---

<sup>5</sup> FRED. Em entrevista concedida a André Henning. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=iTG5J8tuUMM&t=>  
Acesso em 23 de nov. 2018

canal como apresentadora. Ambos não ganharam quadros próprios, mas, além de participações em vídeos e coberturas, criavam conteúdo em outras redes sociais da empresa.

O Desimpedidos aumentava seus conteúdos, mas manteve quadros consagrados do canal. A “Live” (agora nas segundas-feiras), “Gols da Zueira”, “Fred+10”, “Bolívia Talk Show”, “Desinformados” e “Desafio do Fred” seguiram na programação. Além do “Olha a picada”, citado acima, e de uma nova empreitada do apresentador Fred, com videoblogs mostrando o cotidiano de atletas ou até coberturas de partidas de futebol, com o nome de “Toppen viagens”.

A presença de famosos youtubers em vídeos do canal Desimpedidos era comum e agregaram em número de visualizações. Pensando nisso, foi criada a “Supercopa Desimpedidos”, torneio de futebol *society* envolvendo vários nomes conhecidos do YouTube brasileiro, como Whindersson Nunes, Julio Cocielo, Cauê Moura e Felipe Castanhari. Foram duas edições da competição, sendo a primeira em 2017 e a segunda no ano seguinte.

Novo ano, mais vídeos. Para 2018 a quantidade de conteúdo para o YouTube quase duplicou. Isso porque foi criado o “Desimpenews”, quadro que consiste em notícias do mundo do futebol apresentada por uma animação virtual criada pelo canal. O personagem “Didicão”, é o único quadro diário do canal.

Outros dois novos quadros foram criados para integrar a programação. Com o fim do “Olha a picada”, Chicungunha passou a apresentar o “Segundão”, às segundas-feiras. Além dele, às sextas, surgiu o “Debate e assopra”, apresentado por Bolívia com a participação do personagem “Livro”, que somava algumas aparições como plateia do Fred+10, e do humorista Rudy Landucci.

A principal cobertura do Desimpedidos em 2018 foi da Copa do Mundo, diretamente da Rússia, país sede. O canal esteve no país durante todo o período de competição, acompanhando partidas da maior competição de seleções do mundo. Em território Russo, inicialmente estavam Fred e Bolívia, que deu lugar a Chicungunha na fase mata-mata. Puderam fazer vídeos dos jogos do Brasil, incluindo a eliminação, além da grande final da Copa.

## **5.2. FRED**

Bruno Carneiro Nunes, mais conhecido como Fred, é apresentador do Desimpedidos. Ganhou o apelido assim que entrou no canal, segundo os colegas de empresa, pela aparência

semelhante à do atacante Fred, ex-jogador da seleção brasileira, atualmente no Cruzeiro. O responsável pela apresentação do Fred+10 é peça fundamental nesse trabalho, por idealizar e conduzir o quadro, e contaremos um pouco de sua trajetória.

Em entrevista ao canal do YouTube, “Futebol nas Quatro Linhas” o apresentador apontou as diferenças do “Bruno” para o “Fred”, apesar de destacar a leveza como leva o trabalho, o que aproxima as personas.

O Bruno não tem muita diferença do Fred. O Bruno gosta de ir ao estádio, de jogar futebol, mas é um pouco mais sério. Às vezes, o Fred tem que estar mais animado e o Bruno não. As pessoas não sabem, acham que é só apresentar os vídeos, mas não, chegam propostas de clientes e marcas, que eu escrevo, faço projetos para o meu programa, produzo os desafios para enviar para clientes. Tem a parte séria da coisa. (Fred, 2016)<sup>6</sup>

Sua ligação com o esporte vem de berço. A paixão do pai pelo futebol contagiou Fred e acendeu a chama de sonhar com um futuro como jogador profissional, como muitos brasileiros idealizam. Passou por várias escolinhas de futebol na adolescência e falhou em cerca de oito testes em clubes, incluindo grandes de São Paulo, no trajeto que culminou na desistência desse objetivo.

A certeza da infância de seguir carreira no esporte mais popular do Brasil virou frustração por volta dos 22 anos, quando viu que já era tarde para tornar possível, seguindo apenas na várzea e campeonatos alternativos.

Quando participou do programa “Barba, Cabelo & Comédia”, Fred contou ao comediante “Dihh Lopes” que a ficha demorou a cair e aceitar o fim do sonho de se tornar jogador, mesmo com uma idade tão avançada.

Estava na faculdade de jornalismo, trabalhava em uma seguradora de automóveis, mas, às vezes, inventava uma dor de barriga para fazer algum teste, mandava vídeos para alguns caras (envolvidos com futebol). Ainda tinha esperança. É uma coisa difícil de aceitar, que não vai ser jogador. Até falava com minha namorada da época, que abriria uma clínica de psicólogo para jogadores frustrados. (Fred, 2018)<sup>7</sup>

O posto atual de uma das referências no entretenimento esportivo tem relação direta com uma experiência ligada ao humor. Fred se aventurou, durante um ano, fazendo shows de *stand up*, nas noites paulistanas. Tomou gosto pela coisa, tanto na escrita das piadas, quanto

<sup>6</sup> FRED. Em entrevista ao canal F4L. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=9GhMo8P\\_BME&t=](https://www.youtube.com/watch?v=9GhMo8P_BME&t=)  
Acesso em 07 de nov. 2018

<sup>7</sup> FRED. Em entrevista concedida à Dihh Lopes. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fldySZV0HEc>  
Acesso em 06 de nov. 2018



no ato de subir no palco para divertir a plateia, sem saber dizer, com convicção, porque não deu certo na função. Além disso, frequentou aulas de teatro, para melhorar suas atuações nos palcos, chegando até a fazer alguns trabalhos em figuração, como na novela “Chiquititas”, no SBT.

Falava com os professores (de teatro), que queria me especializar em stand up. Em “Shakespeare” todos faziam os exercícios em grupos para fazer suas peças, enquanto eu fazia sozinho, justamente, para ter noção de stand up. Conheci pessoas que faziam figuração em novelas e filmes, e comecei a fazer. (Fred, 2018)

Buscando se encontrar, os caminhos apontavam inúmeras direções, somado à necessidade de ajudar financeiramente em casa. Ainda dividindo as atenções para a carreira no futebol, empregos de diversos segmentos foram as opções encontradas por Fred. Trabalho em padaria, em uma seguradora de automóveis, como gandula de tênis, auxiliar em padaria, repórter de trânsito, vendedor de doces caseiros, passeador de cachorros, professor de informática e *web designer*, foram algumas das atividades do jovem para buscar seu espaço e uma condição financeira melhor.

O sonho de se tornar jogador ficava cada vez mais distante e Fred decidiu ingressar na faculdade de jornalismo para manter o vínculo com o futebol e avançar nos estudos. Durante a graduação na Universidade Paulista (UNIP), pôde estagiar na Agência RádioWeb, como repórter de notícias em geral, ainda distante do esporte. Venceu duas vezes o Prêmio Abecip de Jornalismo e uma do Prêmio Abracopel.

Ainda sem se encontrar, o YouTube surgiu como uma saída para Fred mostrar seu trabalho como jornalista esportivo. Resgatou um blog, que surgiu em um trabalho de faculdade com o amigo Rafael Souto, adaptando para à plataforma de vídeos. No “Futebol nas Quatro Linhas”, Fred era apresentador e entrevistou nomes importantes do futebol como o ex-jogadores Neto e Velloso.

Em 2015, o Desimpedidos abriu uma vaga de novo apresentador, para substituir Felipe Andreoli, que estava indo para a Globo. A intenção dos proprietários do canal era contratar alguém da audiência, não uma cara já conhecida, como era o antecessor. Foi então que surgiu a maior oportunidade da vida de Fred, no período em que ganhou o novo nome, vendo Bruno Carneiro Nunes ficar em segundo plano. Enviou seu vídeo de candidatura e chamou a atenção da produção do programa, sendo citado em vídeos do canal como única opção possível para a vaga.

Quando fiquei sabendo que, de fato, me tornaria apresentador (do Desimpedidos) e faria a tatuagem da “zueira” eu pulava na rua como nos desenhos animados mesmo.

Entrei na igreja, sai, comecei a pular, gritava de alegria. Ligava para minha mãe, ela não entendia nada, falava com meus amigos. Porque eu sabia desde o processo seletivo que poderia mudar minha vida. (Fred 2016)

Para ingressar no canal, um desafio: tatuar “zueira” no braço. O jovem não pensou duas vezes, cumpriu com êxito e passou a integrar o time Desimpedidos, ao lado de Bolívia e Mil Grau. Sua principal função era cobrir a lacuna do antigo quadro, “Desandreoli”, uma lista de dez itens de temas relacionados ao futebol. A partir de então, Fred comandou o Fred+10, com a mesma temática anterior.

Ainda no início, Fred estrelou um dos principais vídeos da história do Desimpedidos, que fez sucesso em vários países e hoje passa dos cinco milhões de visualizações. Com uma ideia que surgiu em seu vídeo de inscrição para o canal, produziram o “CR7 da vida real”, quando o novo apresentador simulou os trejeitos do craque português Cristiano Ronaldo em campo nas ruas de São Paulo, como sua obsessão por telões, a forma como comemorava os gols e alguns lances que marcaram a carreira do jogador.

Meu chefe me pediu na época para eu fazer um relatório de quais veículos tinha saído o vídeo e achei que tinham sido um ou dois. Quando digitei “CR7 in real life”, foram vinte abas de google, absurdo. Venezuela, México, Portugal. (Fred 2016)

O sonho de viver de futebol passou a ser real para Fred e a amizade com os jogadores fora das gravações é prova disso. Muito se deve pelo segundo quadro do apresentador no canal, o “Desafio do Fred”, que o coloca em disputas de habilidade com grandes nomes do esporte. Há mais de três anos no Desimpedidos, viveu grandes experiências em grandes coberturas nacionais e internacionais, como a Copa das Confederações e Copa do Mundo na Rússia, finais de Liga dos Campeões da Europa, Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, entre outros. A satisfação de conquistar seus objetivos fica evidente quando seu lado humano aflora ao cair em lágrimas durante as gravações.

O sucesso sonhado na infância aconteceu na vida de Bruno, que como Fred é extremamente conhecido nas redes sociais, possuindo mais de três milhões de seguidores no Instagram. Outro grande objetivo para o apresentador era conhecer Cristiano Ronaldo, idolatria que ficou clara tanto no vídeo “CR7 da vida real”, quanto em inúmeras outras gravações, onde cita o ídolo com muito carinho. Em fevereiro de 2018, através de uma ação de um patrocinador, Fred entrevistou o craque português, batendo a marca de 15 milhões de visualizações, no momento mais especial de sua carreira, que o levou a tatuar o autógrafo do jogador no próprio corpo.

### 5.3. DADOS E ESTATÍSTICAS DO CANAL

Inscrito no YouTube desde 12 de junho de 2012, o Desimpedidos possui mais de 6,7 milhões de inscritos. Em mais de cinco anos de canal ultrapassaram a marca de 1,8 mil vídeos postados e mais de 1,3 bilhão de visualizações.

O apresentador, Fred, revelou em entrevista a André Henning, que a taxa de retenção do Desimpedidos é de uma média de 70% nos vídeos, que seria a porcentagem do tempo estimado que a audiência assiste os vídeos do canal.

Entre os vídeos mais vistos do canal estão alguns de diferentes formatos, como pode ser notado abaixo, na tabela dos dez mais vistos do canal:

<b>Vídeo</b>	<b>Data</b>	<b>Visualizações</b>
Cristiano Ronaldo e Fred, o grande encontro	25/02/2018	15.591.904
Cristiano Ronaldo x Messi - Batalha de Rap	04/06/2015	13.948.164
Desafio do travessão com Neymar	31/07/2016	12.121.772
Galinha trombadinha	14/05/2015	11.861.911
Gabriel Jesus é o melhor finalizador do mundo?	17/09/2017	9.166.073
Travessão impossível com Marcelo Twelve	16/07/2017	9.063.806
Chapada no ângulo com Philippe Coutinho	06/05/2018	8.406.630
Neymar humilhou o Fred de novo?	24/07/2017	6.601.241
Desimpedidos X Youtubers	01/09/2015	6.140.648
Desafio de habilidades com Falcão	24/04/2016	6.075.297

Fonte: YouTube

Seguindo a estratégia de programação visto nas emissoras de televisão, com o objetivo de fidelizar seu público, o Desimpedidos dispõe, atualmente, da seguinte grade:

- Segunda-feira – Segundão
- Terça-feira – Eps Superclássico
- Quarta-feira – Fred +10
- Quinta-feira – Bolívia Talk Show

- Sexta-feira – Debate e Assopra
- Sábado – Desinformados
- Domingo - Desafio/especiais
- Desimpenews (de segunda a sexta)

Da programação atual, o Fred+10 é o quadro fixo com maior número de visualizações, conforme podemos observar na tabela a seguir:

<b>Quadro</b>	<b>Vídeos</b>	<b>Visualizações</b>
Fred+10	188	11.963.277
Desafio do Fred	71	6.085.302
Bolívia Talk Show	131	3.939.723
Desinformados	252	2.861.415
Desimpenews	225	384.306
Debate e Assopra	27	30.068
Segundão	27	13.697
Eps Superclássico	4	7.798

Fonte: YouTube

## 5.4. LINGUAGEM

Com o passar do tempo e a popularização das informações, a internet se tornou cada vez mais importante como ferramenta de comunicação. Os internautas têm a capacidade de disseminar informações em grande escala, com liberdade para passar adiante suas ideias. Por exemplo, no YouTube, os usuários alimentam a rede social com seu próprio conteúdo, através de vídeos. O controle da informação era diretamente ligado à televisão, rádio, jornais, antes do *boom* da internet.

A linguagem serve como meio de interação social, expressando ações do dia-a-dia, como podemos ver nas redes sociais. Rousseau (1989), aponta que a linguagem teve seu início a partir do momento em que os homens começaram a se entender e multiplicar suas ideias.

[...] se estabeleceu entre eles uma comunicação mais íntima, procuraram sinais mais numerosos e uma língua mais extensa; multiplicaram as inflexões de voz e juntaram-

lhês gestos que, por sua natureza, são mais expressivos e cujo sentido depende menos de uma determinação anterior. (ROUSSEAU, 1989, p. 35).

Estudiosos destacam o sistema de linguagem, como meio de comunicação, diretamente ligado a emissor e receptor. Nesta tipologia pode-se observar variações, comparando a internet com televisão e jornais impressos. Nos meios de comunicação de massa, pode ser observado um grande número de receptores ligados a um emissor central. A informação, neste caso, torna-se amplificada, porém com pouca interatividade. Classificado por Pierre Lévy (2000) como o modelo “Um e Todos”.

No caso do modelo “Um e Um”, exemplificado em uma conversa entre pessoas, a comunicação proporciona uma interação entre os indivíduos, mas com efeito coletivo reduzido.

Na internet podemos observar o modelo “Todos e Todos”, o mais democrático deles. Qualquer das partes pode tomar posição tanto de emissor, quanto de receptor, onde pode se observar um novo tipo de interação.

Para Lévy (2009) o ciberespaço propõe uma nova perspectiva, evidenciando a democratização da informação. A tecnologia serve como componente para a rede de usuários e suas transmissões de ideia, permitindo diversas interfaces de interações dinâmicas e avançadas.

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. Consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração de acesso. (Lévy, 2009, *ibid.*, p.92)

A troca de informações do YouTube mostra claramente isso. A possibilidade de poder publicar um vídeo qualquer e levar suas ideias e interagir com qualquer usuário do mundo, evidencia a ideia.

## **5.5. PÚBLICO-ALVO**

Para o sucesso de qualquer projeto e/ou negócio é imprescindível identificar com clareza seu público-alvo para, assim, montar sua estrutura de ação. Esse é o ponto de partida para definir estratégias ideais para levar sua mensagem ou produto ao público. Como por exemplo qual linguagem será adotada para alavancar suas ideias.

O público que irá consumir seu produto tem pensamentos distintos uns dos outros. Alinhar essas ideias é fundamental para o sucesso de sua empreitada, buscando atender as necessidades do público-alvo.

Para Ogden (2002), as escolhas utilizadas como ferramentas de realizar a vontade do público são baseadas em fatores geográficos (entrevistas com jogadores de clubes de centros maiores, como o sudeste), considerações demográficas (delimitação de faixa etária), psicográficos, como consumo de produtos (como ações de patrocinadores de material esportivo) e comportamental (direcionado ao estilo de vida do usuário).

Tendo como público os internautas plugados em seus vídeos através do YouTube, o Desimpedidos traça uma estratégia comum no mundo da internet, de dar voz aos fãs, afim de aproximar a audiência do conteúdo. Prova disso são as participações através de sugestões, que segundo Rafael Grostein<sup>8</sup>, diretor comercial e um dos fundadores do canal, “faz parte do DNA” do Desimpedidos. Grostein completa ressaltando a vontade do público em “fazer parte da turma”, justificando o engajamento. (GROSTEIN, 2016)

---

<sup>8</sup> GROSTEIN, Rafael. Entrevista a coluna E+ do Estadão. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/gente,com-trajetoria-bem-planejada-desimpedidos-completa-tres-anos-com-tres-milhoes-de-curtidas,10000055984>  
Acesso em 26 de nov. 2018

## 6. FRED+10

No ar desde março de 2015, o quadro surgiu para substituir o “Desandreoli”, pela saída do apresentador e sócio do Desimpedidos, Felipe Andreoli. Para sua vaga o canal promoveu um concurso, no qual um membro da audiência fazia parte do elenco. Assim, Fred deu seus primeiros passos no Desimpedidos.

O formato seguiu como o quadro que antecedeu o Fred+10, apresentando uma lista de dez lances ligados a um tema do futebol mundial. Com uma linguagem bem-humorada, analisam as jogadas, sem maior preocupação com a informação.

Não me auto intitulo jornalista esportivo porque a gente não se preocupa tanto com a informação, chamo de entretenimento esportivo. A gente gosta de pegar a informação, pegar um fato que aconteceu e fazer com que a pessoa se divirta. Às vezes no meio jornalístico isso é um absurdo. (FRED, 2018)<sup>9</sup>

Entrevistado pelo próprio Desimpedidos, Fred conta a Bolívia, em seu Talk Show, como o colega, que também é produtor no canal, ajudou na criação do nome do quadro. A sugestão do novo apresentador era de nomear o quadro como “Fredibrou”, com o sufixo “Fred”, de sua nova alcunha, ligado a “dibrou”, relacionado a uma forma mais popular de dizer a palavra drible.

Achava que eu tinha “mitado” no nome, ia ser “Fredibrou” o nome, porque estava na época do “dibre” do Ronaldinho (Gaúcho) e o primeiro programa já estava definido que seria “dibres” do Ronaldinho. Falei que seria “Fredibrou” de “dibrar” e “brou” parceiro e todo mundo achou animal. Chegou o Bolívia falando que não gostou e sugeri “Fred+10”, falei que era mais ou menos, não querendo dar o braço a torcer, apesar de ter gostado. Deu um tempo e pensei “Fred+10 é muito melhor”. (FRED, 2018)<sup>10</sup>

Além de apresentador, Fred está presente na produção do quadro, desde seu início. No começo ainda mais, quando era responsável por todo o processo de criação, o que mudou a partir de 2016, quando “Chicungunha”, hoje também apresentador do canal, auxiliava como estagiário.

Tem o Chicungunha, que faz o post e apura os lances, manda para mim e eu que posiciono da primeira à décima posição. Às vezes o quinto não é mais legal que o sétimo, mas no programa encaixa melhor e eu coloco ali. Selecionamos os lances, o “Chico” pega as imagens do jogador que aparece na televisão, procura um link (da jogada) de melhor qualidade. Antes era eu quem fazia sozinho isso. (FRED, 2016)

---

<sup>9</sup> FRED. Em entrevista ao canal Sneakers BR. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=swKlhUlza38>  
Acesso em 18 de nov. 2018

<sup>10</sup> FRED. Em entrevista ao canal Desimpedidos. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8Qz0e3A5j0I>  
Acesso em 20 de nov. 2018

Mesmo sem total responsabilidade na criação dos programas, a opinião de Fred é frequente na produção. Além de apresentar proposta de inserção para patrocinadores, o apresentador opina antes da publicação dos vídeos.

Aprovo todos, instante por instante. Antes eu era um pouco mais minucioso porque estava sendo criada a linguagem do Fred+10, que é o principal programa que faço aqui no canal. Então, eu ia minuto por minuto, cortava frase por frase, palavra por palavra. Hoje o pessoal até reclama que, quando estou de férias, gosto de continuar aprovando meus vídeos. Mesmo de férias, meus vídeos estão rolando, porque já deixo todos eles gravados, mas gosto que passem sempre na minha mão para ficar com a minha cara e para ter um cuidado que tenho com a minha imagem. (FRED, 2018)

O Fred+10 já passou por diversas mudanças, como de cenário, de personagens, mas manteve sua essência, principalmente na linguagem e na apresentação do quadro, mantendo Fred como a cara do quadro.

Desafios, brincadeiras, programas de verão, entre outras, foram mudanças presentes nos mais de três anos de quadro. Fred não esconde a busca por melhorias nos vídeos, pedindo até a audiência, por meio de comentários, para auxiliá-lo na formulação. Em 2017, o apresentador revela em entrevista ao canal do YouTube “Jacaré Banguela”, do humorista Rodrigo Fernandes, que pensou em encerrar o quadro, mas foi impedido pelo sucesso de visualizações do mesmo.

No final do ano passado eu estava meio de saco cheio, não aguentava mais fazer, queria acabar com o quadro. Não deixaram, porque, geralmente, ele funcionava bastante. Meus chefes me perguntaram se não conseguiria reformular, pedi um auditório e me deram. Só que foi ruim para a audiência, eu gostava muito, mas por questão comercial tive que ceder e voltamos para o estúdio, mas estamos nos divertindo. (FRED, 2017)<sup>11</sup>

O quadro é o principal captador de visualizações do Desimpedidos, com mais de 11,9 milhões. Publicado semanalmente no canal, passa dos 188 vídeos, nesses três anos de exibição.

## **6.1. EPISÓDIOS ANALISADOS**

O objetivo deste item é analisar seis vídeos do quadro Fred+10. Destas publicações, serão as três primeiras, de março e abril 2015 e três de outubro de 2018.

---

<sup>11</sup> FRED. Em entrevista concedida a Rodrigo Fernandes. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xmQO-1YkOI>  
Acesso em 22 de nov. 2018



Busca-se entender o processo de produção e criação dos conteúdos do quadro e concluir se houve mudanças nesse período de evolução do canal, visto que o Fred+10 está há três anos no ar.

#### **6.1.1. Top 10 Dibres do Ronaldinho - FRED +10**

Descrição do vídeo: “Hoje é dia de estreia aqui no desimpedidos. Fred boiola pega a vaga deixada por Andreoli, e apresenta a lista dos melhores dibres do Ronaldinho, no Fred +10.” (Desimpedidos - YouTube, 2015)

Lances do programa:

- Chapéu no Pirlo
- Quase gol pelo Barça
- Humilhando Gerrard
- Elástico de cair sentado
- Aplaudido no Bernabeu
- Letra e elástico no Dunga
- Caneta no Douglas
- Chapéu na Venezuela
- Caneta contra Chievo
- Chapéu triplo Atl de Bilbao

Figura 1 – Apresentação - TOP 10 DIBRES DO RONALDINHO



Fonte: YouTube

Este foi o primeiro vídeo do Fred+10, publicado no dia 18 de março de 2015, com duração de 5 minutos e 48 segundos. Atualmente, o episódio que seleciona os dez maiores dribles do ex-jogador Ronaldinho Gaúcho possui mais de 1,9 milhões de visualizações.

Logo no começo, um trecho do vídeo “CR7 in Real Life”, estrelado pelo apresentador Fred. Logo depois corta para o cenário, uma sala, aparentemente pequena, com uma televisão para passar os lances do tema do programa e o fundo com camisas e adereços de alguns clubes de futebol do Brasil.

O apresentador está vestindo uma camisa da Seleção Brasileira e óculos escuros, sentado em uma cadeira de metal branca. Nota-se dois cortes de câmera, um deles centralizando Fred e o outro mais lateral em um ângulo superior. Na edição alternam imagens de apresentação e das jogadas.

A linguagem coloquial pode ser notada durante o vídeo e no próprio título, com o uso do termo “dibre”, forma mais popular de dizer a palavra “drible”, recurso usado pelos jogadores de futebol.

Fred finaliza o vídeo dançando a música “Vamos Beber” de Dennis Dj e João Lucas & Marcelo, com participação do jogador Ronaldinho Gaúcho.

### 6.1.2. Top 10 Gols no Final

Descrição do vídeo: “Hoje no Fred +10, o menino ousado e alegre do desimpedidos apresenta os melhores gols marcados no final da partida! Aquele gol marcado aos 47 do segundo tempo, quando o juiz já está olhando para o relógio pra acabar o jogo.” (Desimpedidos - YouTube, 2015)

Lances do programa:

- Euller x Flamengo - Copa do Brasil
- Washington x São Paulo - Libertadores 2008
- Petkovic x Vasco - Carioca 2001
- Agüero x QPR - Campeonato Inglês 2012
- Moisés x Cruz Azul - Mexicano 2013
- Adriano x Argentina - Copa América
- Iniesta x Holanda - Copa de 2010
- Anderson x Náutico - Batalha dos Aflitos
- Deeney x Leicester - 2ª divisão Inglesa
- Gotze x Argentina - Copa 2014

Figura 2 – Apresentação - TOP 10 GOLS NO FINAL



Fonte: YouTube

O segundo episódio do Fred+10, publicado no dia 8 de abril de 2015, com duração de 7 minutos e 45 segundos. Hoje são mais de 1,7 milhões de visualizações para o vídeo dos dez principais gols marcados nos últimos minutos do futebol mundial.

Assim como no primeiro vídeo a abertura é um trecho de “CR7 in Real Life”, publicado pelo Desimpedidos. Em seguida mostra o apresentador, eufórico, agradecendo ao público por terem aprovado a estreia do quadro. No cenário, observa-se uma maior organização na disposição das camisas de clubes do Brasil e dois tecidos (azul e verde) como fundo. Além disso, uma caricatura do apresentador Fred, colada abaixo da televisão.

Na sequência, Fred pede para “rodar a vinheta”, termo comum em programas de televisão para filmes de curta metragem que servem como abertura do conteúdo. Nota-se a presença de um segundo personagem no quadro, aparecendo apenas como uma mão, indicando não existir a vinheta exigida pelo apresentador. A “mãozinha” volta a aparecer em uma piada na nona posição, onde substituem a imagem do ex-atacante do Fluminense Washington, por uma foto do cantor “Compadre Washington”, do grupo de axé “É o Tchan!”. Outra aparição aconteceu fazendo sinal positivo para a existência do funk “É o Pet”, música em homenagem ao meio-campista Petkovic, ex-jogador do Flamengo. Na próxima cena, após a confirmação da canção, Fred dança por alguns segundos.

Figura 3 – Mãozinha - TOP 10 GOLS NO FINAL



Fonte: YouTube

A estrutura do vídeo é semelhante ao anterior, mantendo dois cortes de câmera, linguagem coloquial e figurino esportivo do apresentador, porém desta vez com uma camisa

malha casual e não de prática esportiva. Outro detalhe estrutural é a personalização das artes gráficas de cada posição com a imagem de Fred no fundo.

Ao final do vídeo, Fred utiliza uma estratégia para induzir o internauta a clicar no botão de "gostei". Tal método consistiu em criar uma cena onde ele e alguns figurantes simulam estar assistindo a um jogo de futebol, onde o "gol" seria selecionar a ferramenta "gostei".

### **6.1.3. Top 10 As Melhores Defesas**

Descrição do vídeo: “Hoje é dia de Fred +10 no desimpedidos, e hoje nosso menino ousado e alegre apresenta as melhores defesas!” (Desimpedidos - YouTube, 2015)

Lances do programa:

- Marcos Seleção Brasileira
- Gordon Banks Inglaterra
- Marcelo Grohe Grêmio
- Fernando Prass Vasco
- Angelo Campos Peru
- Cássio Corinthians
- Rogério Ceni SPFC
- Rodolfo Rodrigues Santos FC
- Higuita Colômbia
- Coupert Lyon

Figura 4 – Apresentação - TOP 10 AS MELHORES DEFESAS



Fonte: YouTube

O terceiro episódio do quadro Fred+10 foi publicado no dia 22 de abril de 2015 com o tema voltada para as dez maiores defesas de goleiros no mundo do futebol. Sua duração de 7 minutos e 40 segundos, atualmente atingindo mais de 1,5 milhões de visualizações.

Diferente dos dois vídeos anteriores, o apresentador surge dançando, na interpretação da música “Pop 100”, feito no cenário habitual do quadro. Em seguida, Fred, como no último episódio, brinca com um personagem externo sobre a aparição da vinheta de abertura, confirmado com um sinal de positivo pela “mãozinha”. Porém, para a surpresa do apresentador não se trata de um curta metragem feito em computação gráfica e sim dois papéis com os dizeres “Desimpedidos apresenta” e o nome do programa “Fred+10”, lido pelo narrador que segura as folhas.

Neste episódio a estrutura segue parecido com o último, principalmente no cenário, com a televisão posta à esquerda do apresentador e camisas de clubes brasileiros alinhadas ao fundo. Fred mantém a linguagem coloquial, usa camisa de futebol como figurino, além de luvas, em referência aos goleiros, tema do programa. São usados dois ângulos de câmera e edição aplicando os lances das posições do Top 10 para os espectadores.

Para finalizar o vídeo, Fred tenta indicar o botão de “gostei” para os internautas, assim como no episódio anterior do quadro. Desta vez o apresentador interpreta um goleiro defendendo um pênalti, onde a bola tem um desenho com o símbolo do “gostei” do YouTube.

#### 6.1.4. Top 10 - Finais de Copa do Brasil

Descrição do vídeo: “Final de Copa do Brasil, de um lado Corinthians vencedor que já contou com Ronaldo e Cruzeiro, maior campeão e que teve o Oráculo Alex em um de seus elencos. Hoje no Fred+10 a gente traz aquelas finais de Copa do Brasil embaçadas, que fizeram muita gente chorar e que deu muita alegria pra uma galera. Quer lembrar e zuar seu parça? Se liga, ta no ar o Fred+10!” (Desimpedidos - YouTube, 2018)

Lances do programa:

- Grêmio x Atlético MG 2016
- Criciúma x Grêmio 1991
- Flamengo x Vasco 2006
- Sport x Corinthians 2008
- Paulista x Fluminense 2005
- Flamengo x Cruzeiro 2003 e 2017
- Corinthians x Internacional 2009
- Juventude x Botafogo 1999
- Santo André x Flamengo 2004
- Palmeiras x Santos 2005

Figura 5 – Apresentação - TOP 10 FINAIS DE COPA DO BRASIL



Fonte: YouTube

O 185º vídeo do quadro Fred+10 foi postado no dia 17 de outubro de 2018, data marcada pela final da Copa do Brasil, tradicional competição de clubes brasileiros. O que explica o tema, voltado as dez maiores decisões do campeonato nacional. Com mais de 970 mil visualizações, soma 36 minutos e 55 segundos de duração.

Neste vídeo nota-se uma grande mudança em relação aos primeiros do quadro, citados acima. Principalmente no cenário, agora maior, montado com prateleiras e fundo personalizados, mas ainda com adereços esportivos e a televisão para passar os lances. O próprio apresentador mostra-se diferente em sua aparência, usando barba e com um novo corte de cabelo, porém, mantendo como figurino camisas de times de futebol.

Chama a atenção no formato atual uma grande participação de uma espécie de plateia, posicionados à frente do apresentador. Neste vídeos, alguns deles são nomes conhecidos da internet como o youtuber “Jukanalha”, Rafael Souto do canal “F4L”, além de “Phill” e “Felps” do canal “Que Jogada!”. Outros, presentes no vídeo, são figuras constantes das gravações de Fred+10 e funcionários da produtora do canal, a NWB. Mesmo trabalhando na gravação do quadro acabaram se tornando personagens dos vídeos como o “Chicugunha”, “Alê Xavier”, “Creck”, “Tchola”, “Paulo Seucu”, “Pichulito”, “Maluco do TI”.

O maior número de pessoas no estúdio fez com que aumentasse também os cortes de imagem, colocando em prática quatro câmeras em funcionamento, sendo duas voltadas para o apresentador, uma para a plateia e uma para o personagem “Chicugunha”, por ser um tipo de assistente de Fred, operando a sequência dos lances de Top 10.

Figura 6 – Plateia - TOP 10 FINAIS DE COPA DO BRASIL



Fonte: YouTube



Com linguagem coloquial, a interação entre plateia e apresentador é constante, principalmente, através de comentário das jogadas. Um contato entre os participantes acontece por uma brincadeira, onde quem fizer piadas ruins recebe cartão amarelo ou vermelho, em uma alusão as partidas de futebol e a punição aos jogadores que cometem faltas mais duras. No quadro aquele que é advertido com cartão vermelho recebe uma punição, que, neste episódio, foi um tapa nas costas, chamado pelos integrantes de “picanha”. No vídeo os convidados Rafael Souto e Felps levaram um tabefe do cinegrafista “Creck”.

#### **6.1.5. Top 10 Maiores Tombos do Futebol**

Descrição do vídeo: “Caiu na área é penalti, mas e fora dela, sem sentindo nenhum e que ajuda os parça a ficar te lembrando e te zuando a vida inteira? Hoje a gente traz um compilado apenas de quedas bizarras que ocorreram no futebol. De Mourinho à Van Gaal, do "pofexô" à Muller, ta no ar o Fred+10!.” (Desimpedidos - YouTube, 2018)

Lances do programa:

- Foi cruzar a bola e cruzou as pernas
- Dormiu no ponto e derrubou café
- Matando a responsabilidade no peito
- Sai da frente que atrás vem gente
- Simulando papel de idiota
- Pulando a cerca
- Aluninho derrubando professor
- O burro escorregando no galo
- O burro levando o jumento
- Mamado em cima do muro

Figura 7 – Apresentação - TOP 10 MAIORES TOMBOS DO FUTEBOL



Fonte: YouTube

Desta vez o Fred+10 elencou as dez piores quedas relacionadas ao futebol mundial, seja de jogadores, técnico, torcedores dentro e fora das quatro linhas. Foi o 186º programa, publicado em 24 de outubro de 2018 e sua duração é de 32 minutos e 19 segundos, somando mais de 980 mil visualizações.

O episódio segue o padrão do último vídeo do quadro, mantendo esquema de cenário, com a prateleira repleta de objetos esportivos no fundo, quatro ângulos de gravação direcionados para o apresentador, tanto fechado, quanto com o público de fundo, prestigiando os participantes e uma câmera voltada para o personagem “Chicungunha”. Ao lado de uma televisão para acompanhar os lances referentes ao tema do programa, Fred veste-se com um figurino esportivo para a apresentação do quadro.

Estão presentes no estúdio 11 pessoas, além do apresentador, o que dá dimensão do tamanho do cenário. Entre os personagens conhecidos de outros vídeos do Fred+10 e funcionários da empresa que produz o canal estão “Chicungunha”, “Pezão”, “Caveiro”, “Paulo Seucu”, “Pichulito”, “Tchola”, além de um cinegrafista, que não foi identificado. Como convidados e empregados da produtora NWB estavam “Léo Maconha” e “Tito” do canal de cultura canábica “Um Dois”, que também trabalham na elaboração do Desimpedidos, como editor e designer, respectivamente. Também estão presentes “Badra” e “Malu” do departamento comercial do empreendimento.

Figura 8 – Plateia - TOP 10 MAIORES TOMBOS DO FUTEBOL



Fonte: YouTube

O fato de todos no estúdio trabalharem na mesma empresa possibilita maior interação entre eles. Um exemplo disso é quando “Malu” chama “Caveiro” de “Natálio” e surge uma arte escrito “NWB - Piada interna”, aos 22 minutos e 40 segundos de vídeo. Entre as interações está a “picanha”, tapa nas costas do participante ao receber cartão vermelho, punição por piadas consideradas ruins ou premiação para quem teceu um bom comentário, possibilitando indicar o cartão para algum personagem. Neste episódio “Caveiro” desfere um golpe em “Badra”, que, por sua vez, recebeu cartões de “Paulo Seucu” e “Malu”.

#### 6.1.6. Top 10 Provocações que Deram Treta!

Descrição do vídeo: “Dia das bruxas e de terror a gente traz aquelas declarações e provocações que adversários fizeram um contra o outro. Tem clássicos brasileiros, o chororô do mago, as farpas contra dirigentes e tudo possível que possa tirar o adversário do sério. (Desimpedidos - YouTube, 2018)

Lances do programa:

- Bressan
- Máxi Pereira e Jesus Corona
- Luís Fabiano
- Palmeiras x Corinthians
- Atlético-MG x Cruzeiro

- Ricardo Oliveira
- Luan x Thiago Neves
- Rithely
- Romário
- Grenal

Figura 9 – Apresentação - TOP 10 PROVOCAÇÕES QUE DERAM TRETA!



Fonte: YouTube

Este é o 187º episódio do Fred+10 publicado no dia 31 de outubro de 2018, quando é comemorado o dia das bruxas em vários países, inclusive no Brasil. O vídeo já passa de 1,2 milhões de visualizações e tem 36 minutos e 33 segundos de duração. O programa é voltado a uma lista de provocações, que geraram discussões entre jogadores do futebol brasileiro.

Apesar do tema não estar diretamente ligado ao dia das bruxas o programa chama a atenção pelos personagens estarem fantasiados, prática comum nos Estados Unidos para celebrar a data. O figurino dos participantes é referente a memes<sup>12</sup> que fizeram sucesso no Brasil:

- Pichulito - grávida de Taubaté: mulher que ficou conhecida por utilizar uma barriga de silicone para sustentar falsa gravidez de quadrigêmeos em 2012.

<sup>12</sup> Conceitos ou acontecimentos, seja através de imagem ou vídeos, que se dissemina rapidamente na internet, com popularização em redes sociais.

- Jukanalha - repentista: pessoa que improvisa versos ou toca qualquer música à primeira vista.
- Creck - “morre diabo”: Assassino que ficou marcado por entrevista curiosa após matar sua própria mãe em 2010.
- Muca Muriçoca - maloqueiro: Integrante de uma gangue. Pessoa mal vista pela sociedade.
- Alê Xavier - psicopata do hexa: russo que ficou famoso nas redes sociais por sua aparência caricata ao torcer pelo Brasil durante a Copa do Mundo de 2018.
- Paulo SeuCu - padre do balão: Adelir Antônio, padre que ficou conhecido, em 2008, por ter desaparecido após tentativa frustrada de voar utilizando mil balões.
- Chichungunha - gato louco: participante do quadro “se vira nos 30” do programa Domingão do Faustão, na Globo, fez sucesso ao imitar um gato de forma peculiar em 2012.
- Caveiro - Vin Diesel brasileiro: em 2017 um sócia do ator americano Vin Diesel, caiu em uma pegadinha do extinto programa “Pânico na Band” ao achar que conheceria o ídolo.
- Fred - Cabo Daciolo: O figurino do apresentador era uma camisa de malha comum, sem fantasia, mas ele se retirou para trocar de roupa. Voltou como Cabo Daciolo, candidato à presidência do Brasil em 2018, com camisa e calça camufladas, em referência a ‘cabo’ (patente do exército) e com um livro representando uma bíblia, em alusão à religião do político.

Figura 10 – Plateia - TOP 10 PROVOCAÇÕES QUE DERAM TRETA!



Fonte: YouTube

Apesar das fantasias o cenário não conta com adereços do dia das bruxas, mantendo-se com a estruturação dos últimos programas. Assim como a linguagem sempre coloquial dos participantes, os quatro cortes de câmera presentes como opção na gravação.

Uma brincadeira, também em alusão ao dia das bruxas, surgiu com o nome de “doces ou travessuras”. Nela, os personagens continham cinco guloseimas nas mãos e deveriam selecionar uma quantidade e acertar o somatório de todos participantes. “Caveiro” ficou mais longe do êxito, o que o levou a receber uma punição, quando “Chicungunha” estourou um balão de festas em suas nádegas, utilizando sua parte frontal do corpo. O mesmo “castigo” foi disposto a “PauloSeuCu”.

## 6.2. ANÁLISE AUDIOVISUAL

Utilizaremos neste item os seis vídeos citados acima. A análise parte de elementos ligados à produção audiovisual do conteúdo exibido pelo programa.

O Desimpedidos como um todo em seu conteúdo, assim como no Fred+10, possui características do webjornalismo audiovisual. Em sua produção podemos notar traços do telejornalismo, como o enquadramento de planos médios. (KELLNER E FEITOSA, 2016)

### 6.2.1. Duração

Dentre os vídeos analisados existe uma grande diferença de duração, colocando e comparação os vídeos de 2018 e aqueles publicados três anos antes. Fazendo a média dos três vídeos de 2015, conclui-se que a média de duração é de 7 minutos e 5 segundos. Enquanto a média de duração dos três mais recentes é de 35 minutos e 36 segundos.

A grande diferença evidencia a mudança do quadro em relação à duração dos vídeos com o passar do tempo, de curtos para mais extensos.

Atualmente o Fred+10 apresenta vídeos com maior duração, assim como os demais conteúdos da grade de programação, que tem no mínimo quinze minutos, com exceção ao “Desimpnews”, quadro de curta duração, publicado de segunda a sexta.

Um dos fundadores do canal, Rafael Grostein ressaltou que a duração dos vídeos é uma preocupação do Desimpedidos para alcançar números melhores no YouTube.

A concorrência do YouTube com a TV é aberta. Hoje ele privilegia muito o “Whatch Time”, que é o tempo de exibição que você gera nos seus vídeos. Não adianta criar vídeos curtinhos, porque isso não vai fazer com que o YouTube te promova de uma forma ostensiva. Isso é um direcionamento estratégico que vai para a criação para pensar em alguma coisa que atenda a esse tipo de demanda. (Rafael Grostein, 2016)

### 6.2.2 Personagens

Dentre os vídeos analisados, apenas o primeiro “Top 10 dribres do Ronaldinho” não conta com personagens secundários ao apresentador Fred. Produtor de conteúdo e também apresentador do Desimpedidos, Bolívia disse, em entrevista ao canal “Quem somos nós?”, que Fred “deu vida para a galera que trabalha” na gravação do quadro, o que fica evidente na evolução dos conteúdos em análise.

“Top 10 gols no final” e “Top 10 as melhores defesas” contam com a participação de uma mão, além do apresentador. Ela “conversa” com Fred durante o quadro, primeiramente sem voz e no segundo vídeo usando a fala, sem mostrar outra parte do corpo.

Nos três vídeos de 2018 o formato é completamente diferente, com a inserção de vários personagens. A participação dos mesmos acontece como uma plateia, colocada à frente do apresentador, no estúdio de gravação. Em sua maioria o elenco é formado por funcionários da produtora NWB, seja na criação de conteúdo para redes sociais do canal, cinegrafia, operação de áudio ou produção do quadro. Além deles alguns nomes conhecidos do YouTube participam como convidados.

### 6.2.3. Cenário

No quesito cenário, a diferença entre os vídeos de 2015 e de 2018 analisados é gritante. Apesar de ambos serem gravados em ambientes fechados, usados como estúdio, a mudança estrutural chama a atenção.

Além do tamanho, bem maior nas gravações mais recentes, o estúdio utilizado atualmente conta com prateleiras e adesivos personalizados para colocação de adereços esportivos. Mantém-se a colocação de camisas de futebol, melhor distribuídas e organizadas em 2018 e apenas de uma marca de material esportivo, a adidas, uma das patrocinadoras do canal, diferente de 2015.

Apesar de alguns vídeos do Desimpedidos serem gravados em externa, como o “Desafio do Fred”, boa parte é feita no mesmo estúdio do Fred+10, caracterizado pela poluição visual, na mistura de cores, trazendo um tom de bom-humor. (KELLNER E FEITOSA, 2016)

### 6.2.4. Diálogo

Não só no Fred+10, mas em todo o Desimpedidos, a linguagem predominante é a coloquial, contendo até palavrões, além de gritos e risadas exageradas na interação entre os personagens. Baldi (2013) aponta que as palavras de baixo calão são usadas como ferramenta de “garantia do humor”.

O bom comediante, o bom quadro de comédia, ele não depende do palavrão, mas ele usa o palavrão para ressaltar seu ponto, para construir expectativa, para tornar mais recompensadora a punchline que sem uma palavra mais forte não teria o mesmo impacto. (Baldí, 2013)

O apresentador, Fred, ressalta que o uso do palavrão é aprovado pela audiência e se vê como um personagem durante as gravações, adotando um diálogo voltado para o público e a linguagem do YouTube.

Por conta da linguagem do YouTube eu tenho que ser um pouco mais explosivo, falar mais palavrão, porque o pessoal gosta muito. Quando estou no programa Fred+10, a gente causa algumas atrocidades, que não me orgulho muito, às vezes (risos). Assisto depois e penso “meu Deus, por que fiz isso?”, mas é como se tivesse com meus amigos em uma sala e ali eu extravaso. (FRED, 2018)

Rafael Grostein e Bolívia, respectivamente, um dos fundadores e o apresentador e produtor do Desimpedidos, analisaram algumas mudanças no tom das piadas, que ocorreram



com o tempo no canal. Em entrevista<sup>13</sup> ao canal “Quem somos nós?”, afirmam que no começo utilizava-se de uma linguagem mais agressiva, segundo Bolívia, usando de “palavrão de criança de dez anos mal-educada”. Para Grostein esse tipo de postura era considerado positivo, mas, atualmente, “não pega mais tão bem”. (GROSTEIN E BOLÍVIA)

---

<sup>13</sup> GROSTEIN, Rafael e BOLÍVIA. Em entrevista ao canal Quem Somos Nós?. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JpNodmQNJa4>  
Acesso em 20 de nov. 2018

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do seguinte estudo possibilitou analisar o quadro Fred+10 através de elementos audiovisuais e estruturais, nos quais foram compreendidos por meio de vídeos, que serviram como objeto de estudo. A avaliação permitiu observar a evolução do conteúdo exibido semanalmente, desde junho de 2015, no canal Desimpedidos, apresentado por Fred.

Verificou-se alguns aspectos que consolidaram o sucesso do Desimpedidos na internet, respaldando o quadro analisado. O planejamento bem estruturado do canal, partindo de produtora e fundo de investidores, possibilitou um plano de carreira consolidado, diferente de outros expoentes do YouTube. A presença do ex-jogador Kaká como um dos sócios foi um grande facilitador para abrir portas no cenário esportivo, por exemplo.

Conclui-se que, mesmo no YouTube, o planejamento estrutural e até investimento financeiro é importante para a qualidade do material, apesar da plataforma dar liberdade aos criadores para publicar conteúdo, muitas vezes amadores.

Além disso, a popularização do futebol é cada vez maior entre os brasileiros. Mostrou-se que o esporte é disparado como o mais relevante no Brasil, o que, por si só, gera um elevado número de audiência. Tendo visto que a aplicação do humor no tema tem grande campo no país, o YouTube se apresenta como plataforma ideal para possibilitar uma linguagem mais aproximada entre emissor e receptor, uma das chaves do êxito do Desimpedidos.

Um fator importante da avaliação foi a distância temporal entre os vídeos analisados. Os dois grupos de três conteúdos estudados têm diferença de mais de três anos entre suas publicações, sendo os primeiros de março de 2015 e os demais de outubro de 2018. Assim ficou claro a evolução e grandes alterações entre os dois períodos.

O formato geral do Fred+10 foi mantido com o passar dos anos, com a apresentação de Fred, comentando sua lista, sem priorizar a informação, além da linguagem coloquial. Ao que indica, elementos preservados pelo sucesso obtido e aceitação do público, visto que em entrevistas, que respaldam a pesquisa, de produtores de conteúdo e fundadores do canal a prática de fazer testes para encontrar a forma mais querida pela audiência.

O entorno do conteúdo foi completamente alterado, principalmente, pela mudança de patamar do Desimpedidos, em número de inscritos, notoriedade no cenário do futebol brasileiro e suporte financeiro, visto pela presença de cada vez mais patrocinadores. Avaliou-se que as principais mudanças foram positivas e voltadas para elementos audiovisuais e de produção.

Grande evolução nesse processo aconteceu no cenário de gravação, que passou de uma sala aparentemente improvisada, para um estúdio organizado e visualmente agradável. Apesar da ideia de usar materiais esportivos ter seguido como padrão, nota-se uma evolução por contar com objetos de um único fornecedor de produtos, patrocinador do canal, através de camisas, que compõe o cenário e figurino.

Na questão audiovisual, a edição se manteve semelhante em sua estrutura geral, contando com cortes dos lances para as imagens de estúdio e observou-se melhorias de transições e efeitos mais rebuscados nesse sentido. Com um cenário maior, as gravações passaram a contar com quatro câmeras, ao invés de duas, o que possibilita mais recursos de imagem e se mostrou favorável nos vídeos.

Uma das principais mudanças observadas no período analisado foi a inserção dos personagens no quadro, dado a participação de pessoas trabalhando na gravação do mesmo e convidados conhecidos, ou não, da internet. Esse item é um diferencial de outros conteúdos do YouTube e do formato tradicional da televisão. Desde os primeiros vídeos esse recurso se mostrou possível, mesmo que ainda tímido, até a presença e participação de mais de dez pessoas na gravação do Fred+10.

Outra alteração relevante foi a duração do quadro, passando de cerca de sete minutos para mais de 30 minutos. Observou-se que o aumento ocorreu pela necessidade do canal atender a uma premissa da plataforma em valorizar vídeos de maior duração. Além disso, o crescimento comparado no número de visualizações e a boa taxa de retenção dos conteúdos mostrou que mesmo com a mudança o público se manteve fiel.

A fama atingida pelo apresentador Fred também se mostrou favorável para o crescimento do quadro e também do canal. Principalmente o contato com jogadores e presença entre os jogadores brasileiros faz com que o personagem central do Fred+10 seja idolatrado pelos fãs não só pelo quadro, mas também pelo entorno, visto pelo massivo número de seguidores nas redes sociais.

As mudanças observadas foram bem empregadas e fizeram valer o sucesso do quadro. Apesar disso, notou-se a falta da participação do público, ainda mais em uma plataforma tão aberta como a internet, onde dar voz a audiência pode ser um gatilho importante para chegar a resultados exponenciais.

Durante a pesquisa observou-se a pequena quantidade de trabalhos relacionados ao tema, o que pode ser fator positivo para a comunidade acadêmica a partir do lançamento deste e entendimento de um sucesso eminente da internet, além do crescimento evidente da plataforma.

Logo, o êxito do quadro Fred+10, diretamente ligado ao sucesso do Desimpedidos, se deve aos diversos elementos analisados e abordados no decorrer deste trabalho, o que dá cada vez mais campo para o humor esportivo no jornalismo brasileiro e a disseminação do entretenimento no ramo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KELLNER, Vitor; FEITOSA, Sara. **Características da produção de Infotainment esportivo audiovisual no YouTube: estudo do canal Desimpedidos**. Universidade Federal do Pampa, Rio Grande do Sul.

PERDIGÃO, Paulo. **No ar: PRK-30! O mais famoso programa de humor da era do rádio**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

ERMIDA, Isabel. **Humor, linguagem e narrativa: para uma análise do discurso literário humorístico**. Tese de doutorado em Ciências da Linguagem, Universidade do Minho, Braga, 2002.

JERÓNIMO, Nuno Amaral. **Humor na Sociedade Contemporânea**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2015

OGDEN, James R. **Comunicação integrada de marketing: modelo prático para um plano criativo e inovador**. São Paulo: Pearson-Prentice Hall, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 2009.

ROUSSEAU, Jean –Jacques. **Discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1989

**FRED (Desimpedidos) #132 - NÃO FALE COM O MOTORISTA**. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xmQO-1YkOI>>. Acesso em: 22 nov. 2018.

**FRED: "O RONALDINHO É UMA ENTIDADE PARA MIM" - #BTS 85**. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8Qz0e3A5j0I>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

**SneakersBR Entrevista: Fred (Desimpedidos) - Oferecido Por adidas EQT**. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=swKlhUlza38>>. Acesso em: 18 nov. 2018.

**"MESSI OU NEYMAR? NEYMAR JÁ JOGUEI TRUCO JUNTO!" - NO AR COM FRED - #67**. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iTG5J8tuUMM&t=>>>. Acesso em: 23 nov. 2018.

**QUEM SOMOS NÓS? | Haters por Desimpedidos.** 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JpNodmQNJa4>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

**Resenha F4L com Fred, do Desimpedidos.** 2016. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=9GhMo8P\\_BME](https://www.youtube.com/watch?v=9GhMo8P_BME)>. Acesso em: 07 nov. 2018.

**Dihh Lopes - Barba, Cabelo & Comédia - Fred (Desimpedidos) - EP 02 - Temp 02.** 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=fIdySZV0HEc>>. Acesso em: 06 nov. 2018.

FILHO, Ciro. Dicionário da comunicação, Paulus, 2014.

BISTANE, Luciana, BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV ed.2.** São Paulo: Contexto, 2006.

OSELAME, Mariana Corsetti. **Padrão Globo de Jornalismo Esportivo.** Porto Alegre: PUC (RS), 2010.

SOUZA, Li-Chang Shuen Cristina Silva. **Cobertura esportiva na televisão: critérios de noticiabilidade na interface entre Jornalismo e Entretenimento.** Trabalho apresentado no 7º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, SBPJor, 2010.

SALIBA, Elias Thomé. **Raizes do Riso: A representação humorística na história brasileira, da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio.** São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

CAROLL, Noël [2014], **Humour – A Very Short Introduction.** Oxford: Oxford University Press.

STENDHAL (Marie-Henri Beyle) [2008], **Do Riso – Um Ensaio Filosófico Sobre Um Tema Difícil. Mem Martins: Europa-América.** (Ensaio publicado originalmente em francês entre 1813 e 1816)

MEYER, Michel. **A retórica. Revisão técnica de Lineide Salvador Mosca.** Tradução de Marly N. Peres. São Paulo: Ática, 2007.

G1, Globo.com. **Revista "Time" elege Youtube a melhor invenção do ano, 2006.**

HOLMBOM, Mattias. **The YouTuber: a qualitative study of popular content creators, 2015.** Disponível em: . Acesso em: 17 de outubro 2018.

VARIETY. Survey: **YouTube Stars More Popular Than Mainstream Celebs, 2014.** Disponível em: . Acesso em: 17 de outubro 2018.

TEIZEN, Beatrice et al. **30 jovens mais promissores do Brasil abaixo dos 30 anos.** Revista Forbes, publicada em 03 de março de 2016. Disponível em: <https://forbes.uol.com.br/fotos/2016/03/30-jovens-mais-promissores-do-brasil-abaixo-dos-30-anos/>. Acesso em: 17 de outubro 2018.

EFRAIM, Anita. **Com trajetória bem planejada, Desimpedidos completa três anos com três milhões de curtidas.** Estadão, publicado em 09 de junho de 2016. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/gente,com-trajetoria-bem-planejada-desimpedidos-completa-tres-anos-com-tres-milhoes-de-curtidas,10000055984>. Acesso em: 22 de outubro 2018

TECMUNDO. **Exibição da Olimpíada no YouTube teve 231 milhões de visualizações, 2012.** Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/youtube/28645-exibicao-da-olimpiada-no-youtube-teve-231-milhoes-de-visualizacoes.htm>. Acesso em: 17 de outubro 2018.

VICENTE, Eliane. Redes Sociais - **Ciberespaço: novas formas de interpretação das redes sociais, Viena, 2014.**

RECUERO, Raquel. Rede social. In: SPYER, Juliano (Org.). **Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede. São Paulo: NãoZero, 2009.** p. 25-26. Disponível em: . Acesso em: 10 de janeiro de 2013.

TOLEDO, Luiz Henrique. **No País do Futebol. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.**

FREITAS, Armando; VIEIRA, Silvia. **O que é futebol? Rio de Janeiro: Casa da Palavra: COB, 2006.**

FRISSELLI, A.; MANTOVANI, M. **Futebol: Teoria e Prática. São Paulo: Phorte Editora, 1999.**

DUARTE, O. **Futebol historias e regras.** São Paulo: Makron, 1997.

RINALDI, Wilson. **Futebol: manifestação cultural e ideologização.** Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2000.

VOSER, R. C; GUIMARÃES, M. G. V; RIBEIRO, E. R. **Futebol: História, Técnica e Treino de Goleiro.** Porto Alegre: Edipucrs, 2. ed., 2010.

BORSARI, J. R. **Futebol de campo.** São Paulo: E.p.u., 1989.