

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - UFRGS
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO - FABICO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

FILIPPE BORGES DA SILVA RAUPP

A SEGUNDA DIVISÃO DOS ESPORTES NOS JORNAIS

MONOGRAFIA DE CONCLUSÃO DE CURSO

PORTO ALEGRE, RS, BRASIL.

2015

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - UFRGS
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO - FABICO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

FILIPE BORGES DA SILVA RAUPP

A SEGUNDA DIVISÃO DOS ESPORTES NOS JORNAIS

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

ORIENTADORA: PROFA. DRA. SANDRA DE FATIMA BATISTA DE DEUS

PORTO ALEGRE, RS, BRASIL.

2015

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - UFRGS
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO - FABICO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

FILIFE BORGES DA SILVA RAUPP

A SEGUNDA DIVISÃO DOS ESPORTES NOS JORNAIS.

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

A Comissão, abaixo assinada, aprova a Filife Borges da Silva Raupp aos 29 dias do mês de junho de 2015.

Profa. Dra. Sandra de Fátima Batista de Deus

Ms. Vicente Fernandes Dutra Fonseca

Ms. Mariana Corsetti Oselame

**PORTO ALEGRE, RS, BRASIL
2015**

AGRADECIMENTOS

À minha querida orientadora, Sandra de Deus, a quem devo a organização deste trabalho. Por todo auxílio, dedicação e paciência que me prestou durante o semestre para que chegássemos ao final com sucesso.

Aos meus pais, a quem atribuo a minha formação, não só profissional, como pessoal. Pelo esforço que jamais mediram para os meus estudos, por todo o incentivo que sempre me deram, pelos incontáveis momentos em que me motivaram, pelo imenso amor que sempre me derramaram e pelos irmãos que me entregaram.

Estendo o agradecimento também aos meus familiares. Meus avôs e avós que tanto sonham com a minha formação. Mas, especialmente ao meu padrinho Everaldo, por me fazer gostar de História desde piá, o que me fez escolher o curso de Jornalismo.

À minha namorada que esteve ao meu lado, a partir do curso, mas que sempre me deu apoio e tranquilidade para seguir.

Aos meus amigos que me acompanham desde criança e aos outros tantos que a vida pôs no meu caminho e permanecem comigo até hoje.

Ao Futebol, esporte que aprendi a amar com meu pai e que me refugia e me acolhe por 17 anos.

De nuestros miedos nacen nuestros corajes y en nuestras dudas viven nuestras certezas. Los sueños anuncian otra realidad posible y los delirios otra razón. En los extravíos nos esperan hallazgos, porque es preciso perderse para volver a encontrarse.

Eduardo Galeano

RESUMO

O trabalho apresenta uma análise dos cadernos de esportes dos principais jornais do Rio Grande do Sul: *Zero Hora* e *Correio do Povo*. A fim de problematizar o pouco espaço que outros esportes, além do futebol, ganham nas editorias, realiza-se uma análise de conteúdo do que foi publicado sobre esportes durante o mês de abril de 2015. Como objeto de estudo, o futsal é comparado com o futebol de campo para exemplificar a diferença no tratamento dos dois esportes. Conclui-se que há dentro das editorias uma classificação de importância de cada esporte, onde o futebol é superior e os outros são publicados conforme certos critérios desenvolvidos também nesta análise. Formam-se assim, divisões dos esportes dentro do Jornalismo Esportivo que se pratica no Estado.

Palavras-Chave: Jornalismo Esportivo. Futsal. Futebol. *Zero Hora*. *Correio do Povo*.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Matérias do caderno de esportes	51
Gráfico 2: Notas do caderno de esportes	51
Gráfico 3: Colunas do caderno de esportes	51
Gráfico 4: Matérias do caderno de esportes	56
Gráfico 5: Notas do caderno de esportes	56

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Campeões da Liga Nacional de Futsal de 1996 a 2014	34
Quadro 2 - Divisão de notícias sobre esportes da <i>Zero Hora</i> em abril de 2015	50
Quadro 3 - Divisão de notícias sobre esportes do <i>Correio do Povo</i> em abril de 2015	55

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cobertura de futebol na internet	26
Figura 2 - Página inicial do blog do jornalista Juca Kfourri	28
Figura 3 - Página do Desempedidos no facebook.	28
Figura 4 - Alex Escobar e Léo Batista no programa Globo Esporte	29
Figura 5 - Quadro "Mais Esportes", da <i>Zero Hora</i>	53
Figura 6 - Matéria de futsal na <i>Zero Hora</i>	59

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	JORNALISMO: TEORIAS E ESPECIALIZAÇÃO	15
2.1	Teorias do Jornalismo	15
2.2	O esporte no jornalismo	18
2.3	Jornalismo Esportivo na WEB	24
2.4	Jornalismo Esportivo x Entretenimento.....	29
3	JORNALISMO ESPORTIVO E OUTROS ESPORTES: O CASO DO FUTSAL ...	31
3.1	Surgimento do esporte.....	31
3.2	O esporte dividido	32
3.3	Confederação Brasileira de Futebol de Salão	33
3.4	Liga Nacional de Futsal.....	34
4	ESPAÇOS DE ESPORTES NOS JORNAIS: <i>Correio do Povo</i> e <i>Zero Hora</i>.....	37
4.1	<i>Correio do Povo</i>	37
4.1.1	Breno Caldas	38
4.1.2	O Novo <i>Correio do Povo</i>	40
4.1.3	Editoria de esportes.....	40
4.2	<i>Zero Hora</i>	41
4.2.1	Histórico do jornal.....	41
4.2.2	A renovação e o jornal na internet.....	42
4.2.3	Editoria de esportes.....	43
5	PERCURSO METODOLÓGICO.....	45
6	OUTROS ESPORTES NOS JORNAIS <i>CORREIO DO POVO</i> E <i>ZERO HORA</i>.....	49
6.1	Caderno de esportes da <i>Zero Hora</i>	49
6.2	Caderno de esportes do <i>Correio do Povo</i>	55
6.3	O Futsal nos Jornais	58
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
	REFERÊNCIAS	63

1 INTRODUÇÃO

Esta monografia se propõe a problematizar a questão da **futebolização** do Jornalismo Esportivo brasileiro. A partir da análise dos jornais *Correio do Povo* e *Zero Hora*, pretende-se enumerar e perceber estatisticamente a diferença da cobertura do futebol para os outros esportes como o futsal, que apesar de ser amplamente praticado no país, não recebe o mesmo tratamento midiático. Entende-se que o futebol por ter grande importância econômica e do mercado publicitário, detém a maior atenção da imprensa esportiva do país.

O futebol é o esporte mais difundido no País desde o início do século XX. Sua cobertura passou a ser muito importante do ponto de vista comercial dos jornais. Antigamente, com uma abordagem mais voltada para o literário, os grandes atletas foram ganhando o status de mitos, de heróis nacionais, a partir de suas atuações nos gramados. Não demorou muito para o esporte se tornar paixão nacional.

No entanto, com o passar do tempo os jornais foram deixando a desejar nos assuntos referentes a outros esportes, tendo em vista o potencial de público que o futebol atraía. Esportes como basquete, vôlei, remo, entre outros, já tiveram seus nomes melhor divulgados pela mídia nacional. O quadro que se percebe atualmente, voltando mais especificamente para a mídia tradicional gaúcha, é de jornais que realizam suas coberturas de maneira completa somente quando o assunto é o futebol. Aos demais, restam espaços para pequenas matérias ou notas, exceto em casos específicos que serão desdobrados ao longo do trabalho que podem adquirir um melhor tratamento.

É natural que os jornais, tenham maior interesse em publicar o que mais atraia o público. O questionamento que se faz é: até que ponto o público realmente não lê sobre outros esportes porque não lhe agrada ou porque não lhe é apresentado? De qualquer forma, o cenário que temos atualmente é este e não será fácil de alterá-lo. A mídia publica o que está em alta, o alto rendimento, o alto nível. Se for outro esporte, que seja em nível de mundial, olimpíada, decisões nacionais importantes. Caso contrário, não será digno de matéria.

Os dois veículos estudados deixam claros os seus critérios editoriais. Será possível ver ao longo da análise que se pretende fazer dos jornais durante todo o mês de abril, o que interessa ou não para ser publicado do ponto de vista editorial de cada um deles. Cada veículo têm suas especificidades, contudo de modo geral,

assemelham-se entre si. A *Zero Hora* tem a vantagem de possuir mais espaço no caderno de esportes e com isso consegue abordar de maneira um pouco mais ampla que o *Correio do Povo*.

Na monografia montar-se-á um quadro para que se possa comparar os jornais e enumerar também, dentro dos próprios jornais, quantas vezes aparecem cada um dos esportes, bem como quais são os esportes preferenciais de cada editoria. Além disso, o estudo deverá apontar de que forma foram feitas as coberturas, o que fez com que esses esportes fossem publicados, além do futebol.

No primeiro capítulo será refletido sobre jornalismo de forma mais abrangente e de forma mais específica o Jornalismo Esportivo. É importante indicar ao leitor teorias básicas do jornalismo para melhor compreensão da análise que virá na sequência. Noções teóricas fundamentais como critérios de **noticiabilidade**, função do jornalista, trato com a fonte, seleção das informações, entre outros, são regras gerais que se atribuem também à editoria de esportes. Quanto ao Jornalismo Esportivo, há um pouco da sua história no Brasil, como surgiu, de que maneira foi tomando os jornais do país, como eram as crônicas esportivas, bem como quando o futebol passou a aderir às páginas e, conseqüentemente a preferência do leitor brasileiro.

Por meio de leitura de teóricos tanto de comunicação quanto de especialistas da área do esporte nos meios de comunicação, será possível discorrer e definir alguns conceitos importantes para o trabalho. Particularidades do jornalista de esportes também precisam ser compreendidas, conhecimentos que tornam o profissional preparado para trabalhar no ramo e que vão além de um conhecimento geral de esportes ou de uma paixão inata pelo assunto. No final, destaca-se um espaço para falar da presença da internet no Jornalismo Esportivo e quais alterações que esse fenômeno ocasionou nas editorias. Algumas imagens também serão utilizadas para exemplificar o que está sendo escrito.

No segundo capítulo, apresenta-se ao leitor um pouco da história do futsal, esporte que será tomado mais adiante como objeto que justifica o estudo. Como surgiu o esporte no país, as primeiras federações estaduais, as disputas internacionais pelo seu controle, entre outros assuntos deverão ser abordados neste capítulo. Importante o leitor tomar conhecimento do quanto o esporte conta adeptos no País e a quantidade de público que se interessa por sua cobertura que é, de fato, escassa na mídia tradicional.

O futsal será escolhido como objeto de estudo. O fato que motiva esta escolha é a notória diferença que se pode perceber de divulgação e de tratamento midiático entre o futebol praticado nos campos e a sua modalidade desenvolvida nas quadras. O capítulo 2 também explicará como funciona a Liga Nacional de Futsal, quais times que participam da competição, regulamento, histórico dos campeões, entre outras informações. O desempenho dos gaúchos desde que o campeonato foi criado será levado em consideração. A Liga Nacional é principal torneio de clubes do País, e teve seu início no mês em que foi feito o estudo.

O terceiro capítulo utiliza-se para apresentar os dois jornais analisados: *Zero Hora* e *Correio do Povo*. Será contada a história dos jornais que são os principais informativos impressos do Rio Grande do Sul. O *Correio do Povo*, o mais antigo deles, que fez com que mudasse a maneira de se praticar o jornalismo no nosso estado. Um jornal com pensamento empresarial, sem função estritamente política, ou religiosa, o pioneiro na ideia de difundir um *jornalismo isento, imparcial*, esse foi o discurso que fez com que o diário da família Caldas Júnior se tornasse rapidamente o mais lido pelos gaúchos.

Mais tarde, o surgimento do jornal da Rede Brasil Sul de Comunicação, mais uma vez inovou o jornalismo e tomou a ponta, alguns anos depois, no número de leitores. Os dois, apesar do surgimento de muitos veículos concorrentes impressos e *online*s, são até hoje referência e seus cadernos esportivos forneceram o material necessário para a análise. De certa forma, podemos a partir de *Zero Hora* e *Correio do Povo* resumir e entender o jornalismo esportivo feito no Rio Grande do Sul. Cada um conta com as suas particularidades distintas, porém com um pensamento empresarial e de mercado semelhantes.

O quarto capítulo trata de explicar o percurso metodológico. A partir da leitura de BARDIN (1977), será possível adotar como metodologia a análise de conteúdo. Este é o método que melhor se enquadra na intenção de estudar os jornais já citados e suas coberturas. No capítulo será esclarecido o processo da pesquisa e de que forma chegamos a conclusão de quais jornais pesquisar, de que maneira classificar, enumerar, apresenta como foi o caminho percorrido pelo estudo. Entrevistas também serão utilizadas para acrescentar ao trabalho de análise do conteúdo.

Por fim, o quinto capítulo será o da análise. Nesta parte classifica-se os conteúdos dos jornais *Correio do Povo* e *Zero Hora* de três maneiras: matéria, nota

e coluna. Contabilizará quais esportes apareceram nos jornais e de que maneira foram trabalhados pelas editorias. A análise permite numerar os esportes e classificar suas importâncias nos respectivos veículos diários. Dando ênfase para o futsal, que pretende-se usar como objeto, pode-se entender porque ele tão pouco foi divulgado e, nos momentos em que apareceu, qual foi sua abordagem e o critério de **noticiabilidade** ao qual se enquadrava para merecer um espaço na editoria. Não só o futsal, outros esportes, também poderão ser classificados e compreendidos, tais como: vôlei, basquete, ciclismo, atletismo, tênis, automobilismo, turfe, entre outros.

Ainda neste capítulo de análise, duas entrevistas deverão compor para justificar o estudo. Para a reflexão do presente trabalho pretende-se conversar com o editor-chefe do esporte da *Zero Hora*, o jornalista Diego Araújo e com responsável pelo mesmo setor no jornal *Correio do Povo*, o jornalista Hiltor Mombach. As entrevistas serão esclarecedoras para confirmar o que a análise do conteúdo dos jornais irá apresentar. Além de justificar a análise, as entrevistas serão essenciais para aproximar o leitor e fazer com que ele perceba com maior clareza algumas regras básicas que as editorias adotam em suas respectivas redações.

Uma constatação que se pretende confirmar com o estudo: O futebol sempre será destacado. Qualquer acontecimento dentro do futebol de campo vai ter espaço nos jornais impressos, principalmente e especificamente no caso do Rio Grande do Sul, quando diz respeito à dupla formada pelos clubes de maior torcida no Estado – Grêmio e Internacional. O futebol é o único esporte e Internacional e Grêmio são os únicos clubes (no caso dos jornais tomados no estudo), que merecem atenção diária, cobertura no local, sendo preciso viajar ou não. As empresas não medem esforços físicos ou financeiros para se fazer presentes e manter o público sempre a par do que acontece no cotidiano destes clubes.

No entanto, o que precisa acontecer nos outros esportes para que sejam abordados? O que faz do futsal, por exemplo, menos importante? O que acontece com o vôlei, com o surfe, entre outros esportes que em alguns momentos ganham um pouco mais de espaço e em outros não têm nem seus nomes citados?

Esse cenário do Jornalismo Esportivo atualmente existente no nosso estado é que serão abordados ao longo do estudo que tem o futsal como objeto para análise. Estas e outras questões em torno do assunto poderão ser trabalhadas e respondidas. A intenção é esclarecer ao leitor quais são os fatores que montaram esse quadro que se vê atualmente no Jornalismo Esportivo Brasileiro, bem como a

saída pra que se possa reverter esta situação e fazer com que as editorias atuem de maneira mais abrangente e mais especializada, da mesma forma como se observa em outros setores do jornalismo.

2 JORNALISMO: TEORIAS E ESPECIALIZAÇÃO

2.1 Teorias do Jornalismo

O Jornalismo Esportivo como prática social é uma atividade que exige do seu profissional uma série de deveres e de responsabilidade com o seu público. Regras primárias do trabalho do jornalista não podem ser deixadas de lado especialmente na suas particularidades, no entanto, devemos primeiramente salientar aquilo que é comum a todos.

O leitor/ouvinte/espectador, no papel de consumidor de notícias, mantém em relação ao jornalismo uma atitude de confiança, similar à dos outros *sistemas peritos*, que pode ser dividida em três momentos: 1) confiança quanto à veracidade das informações relatadas; 2) confiança quanto à justeza na seleção e hierarquização dos elementos importantes ao relato; 3) confiança quanto à justeza na seleção e hierarquização das notícias diante do estoque de "fatos" disponíveis. (MIGUEL, 1999, p.199)

Cabe então ao jornalista o dever de selecionar, hierarquizar e propagar a informação. O que tem ou não valor-notícia. O papel de *gatekeeper* - o jornalista é quem "agarra" a notícia e sabe como trabalhar com ela, selecionando, conferindo-as seus respectivos graus de importância e fazendo chegar ao receptor. Nelson Traquina (2002) estabelece alguns desses valores que o jornalista deve levar em consideração para determinar a importância de um fato. Segundo o autor, os fatores não são imutáveis, eles vão variar de acordo com o contexto histórico em que se encontram, localização, cultura da sociedade em que se insere ou simplesmente por uma estratégia empresarial do jornal, revista, do meio, enfim, em que o profissional trabalha.

A política editorial influencia a disposição dos recursos da organização e a própria existência de espaços específicos dentro do produto jornalístico através da sua política de suplementos e sobretudo de rubricas. A criação de espaços regulares, como suplementos e rubricas/seções, tem consequências diretas sobre o produto jornalístico de uma empresa, porque a existência de espaços específicos sobre certos assuntos ou temas estimula mais notícias sobre esses assuntos ou temas, dada a necessidade do seu preenchimento. (TRAQUINA, 2002, p. 201 e 202).

Um exemplo claro que ocorre aqui no Rio Grande do Sul de estratégia empresarial para valor-notícia, é o que podemos seguidamente observar no jornal *Zero Hora* e nos produtos do Grupo RBS como um todo: a presença de um gaúcho em algum acontecimento de propagação nacional ou internacional é sempre tomada

com grande destaque. De modo geral, de acordo com TRAQUINA (2002), podemos listar alguns critérios que são comuns à maioria dos meios jornalísticos.

Fatores como:

- **Morte:** a morte sempre atrai a presença de jornalistas, quanto mais impactante for o ocorrido, seja pelo falecimento de um famoso, ou por um certo nível de brutalidade, maior será o valor da notícia;
- **Notabilidade:** qualidade de ser visível, de ser tangível.
- **Quantidade:** notícias que dizem respeito a grandes quantidades de pessoas são sempre tratadas de maneira particular pelos jornalistas;
- **Inversão:** o que foge ao comum, ao cotidiano. O clássico exemplo do "homem que morde o cão" ser notícia, do contrário, é irrelevante.
- **Insólito:** é um ato improvável, TRAQUINA (2002) dá o exemplo do ladrão que entrega o carro roubado ao dono.
- **Notoriedade:** notícias de celebridades, ou locais muito famosos.

Entre outros fatores que dispensam comentários como: a falha, o inesperado, mega-acontecimentos, escândalos, proximidade. RODRIGUES (1988) define o que ele chama de "*acontecimento*":

Tudo aquilo irrompe na superfície lisa da história de entre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais. Pela sua natureza, o acontecimento situa-se, portanto, algures na escala das probabilidades de ocorrência, sendo tanto mais imprevisível quanto menos provável for a sua realização. É por isso em função da maior ou menor previsibilidade que um fato adquire o estatuto de acontecimento pertinente do ponto de vista jornalístico. (RODRIGUES, 1988, p.27).

Determinar o que é notícia, sempre mantendo o compromisso com a veracidade, é um atributo do profissional. O trato com a fonte, a responsabilidade com a sociedade. Muitas vezes a relação entre o jornalista e a fonte se dá por uma troca de interesses de ambas as partes. Tanto é importante para o jornalista divulgar a notícia, quanto para a fonte. É preciso ter cuidado para não se deixar ser ludibriado. Por isso a importância da verificação, de ouvir "os dois lados", pesquisar. Não se pode tirar conclusões tendo em vista apenas um viés da informação. Não se pode esquecer que a fonte também é audiência, temos compromisso com ela. Cabe também ao leitor se perguntar ao ler uma determinada notícia. De onde vem esta informação? Pode ou não ser fruto de algum interesse? *"A notícia é uma interpretação de um fato, mas a interpretação da notícia se faz melhor se nos*

perguntarmos a quem beneficia ou prejudica, como pista para averiguar quem pode ser a verdadeira fonte" (GOMIS, 2004, p.106).

O jornalista é, portanto, uma espécie de "negociador" dentro deste campo de interesses que envolve fonte, empresa, público. Traçando um paralelo com o Jornalismo Esportivo, é muito importante essa função de mediador, sobretudo, num setor de futebol, por exemplo, onde há muitos interesses e muito poder econômico envolvidos. *"Fontes , meios e público dependem um do outro e cooperam um com o outro, mas sempre com uma certa dose de desconfiança em suas relações. Cada um busca o seu interesse. (GOMIS, 2004, p. 107).* Fonte de confiança é aquela já conhecida pelo jornalista, já tendo atestado isto em momentos anteriores. Apenas com a experiência profissional é que se pode estabelecer boas fontes. *"Para poder acreditar na fonte é preciso que esta prove a sua credibilidade. As melhores fontes são aquelas que já demonstraram a sua credibilidade e nas quais o jornalista pode ter confiança" (TRAQUINA, 1993, p. 172).*

Todas as práticas citadas até aqui (verificação, apuração, conhecimento da fonte, entre outras), existem em função do compromisso principal do profissional de jornalismo: a verdade. O jornalista é um homem político e presta um serviço de interesse e com importante função social. Em sua carreira, ele constrói uma credibilidade ao ponto que o público pode não mais questioná-lo e toma como verdade tudo o que é passado nos meios de comunicação. Conhecer essa importância é que faz o bom profissional. *"A noção do espaço público permite situar não só a responsabilidade social e política dos media, mas também a dos jornalistas que neles trabalham" (CORNU, 1999 p. 390).*

Para concluir essa questão sobre a verdade no jornalismo, CORNU (1999), explica que só é informação se for verdade. Fora da verdade não é notícia, muito menos jornalismo. *1) Os media estão obrigados à verdade, 2) a verdade é o critério normativo e crítico da informação e 3) a informação verdadeira é a forma legítima da comunicação (CORNU, 1999. p.394. Citando HÖFFE).*

Os meios de comunicação, como instituições, não podem furtar-se à exigência da verdade sem pôr em causa a sua própria razão de ser. Uma notícia que não seja orientada para a verdade - nem que essa verdade seja parcial e provisória, e consciente de o ser - não será informação. Pertence a outra categoria, que releva da estratégia (...) ou da pura e simples trifulhice. (CORNU, 1999 p. 394).

2.2 O esporte no jornalismo

O esporte, antes chamado de jogo, acompanha a evolução humana desde os seus primórdios. Com a capacidade de reunir em uma mesma discussão e colocar no mesmo nível de conhecimento desde o analfabeto até o mais nobre intelectual. Sem distinções. O esporte é paixão, é inato ao ser humano. O seu potencial para reunir adeptos atravessa religiões, fronteiras, divisões políticas. ALCOBA (2005) usa o exemplo de que se tiver 22 pessoas em um campo, de países diferentes, culturas diferentes, sem se conhecerem de maneira alguma. Basta entregar-lhes uma bola e um árbitro que todos conseguirão, de alguma maneira, dialogar. A natureza do esporte está ligada com a competição, quem pratica esporte está sempre competindo, senão contra um adversário, estará desafiando a si próprio.

Ni siquiera la política genera tal cifra de comentarios y conceptos diversos, expresados por personas cuya educación cultural va desde el analfabeto al intelectual, con posturas radicales y bajo um aspecto que define la popularidad del deporte, en el hecho de que um analfabeto se convierte em sabio, superando em conocimiento de um determinado deporte al intelectual más ilustrado, quien, a su vez, ve reducida su sapiencia a la propia de um teórico analfabeto. (ALCOBA, 2005 p. 11)

O esporte parece tão simples e natural que faz pensar que qualquer um entende e pode discuti-lo. ALCOBA (2005), vai defini-lo: "*Deporte es la actividad física, individual o colectiva, practicada em forma competitiva*". Ou seja, esporte é competição. Muitas pessoas são contra justamente por esta característica que estimula intensas disputas e por vezes até violentas. No entanto, quem pensa assim é por desconhecimento do esporte. Fato é que ele atrai milhões de pessoas no mundo inteiro por toda a história da humanidade. Não há como determinar um momento de auge do esporte. Ele está sempre em constante expansão e suas milhares de modalidades contentam seres humanos de diferentes portes físicos ou capacidade intelectual.

Se desde o princípio o esporte atraía milhares de praticantes e espectadores, rapidamente conquistaram também a atenção dos meios. Primeiro o jornal impresso, posteriormente o rádio, a televisão. Enfim, hoje está nas mais diversas plataformas midiáticas e é estrategicamente essencial para as empresas. (ALCOBA, 2005)

Os meios de comunicação têm grande importância para a expansão dos esportes. Gradualmente os jogos foram sendo incluídos na agenda do jornalismo na

medida que as empresas notavam o grande interesse público que podiam gerar. o Jornalismo Esportivo foi assim surgindo.

ALCOBA (2005) conta que no princípio não havia quem escrevesse especificamente sobre esportes. Qualquer jornalista era destinado para cobrir. Todavia, ao passo que foi ganhando importância dentro dos jornais, se viu a necessidade de criação desta editoria, bem como de cobertura especializada. Os primeiros "jornalistas" de esporte, no final do século XIX e início do XX, eram ex-atletas que contavam suas antigas experiências. O que chama atenção neste caso, é que se passaram mais de cem anos e ainda não se tem, ou é escasso - pelo menos no Brasil -, jornalistas com grande especialização e o auxílio de ex-atletas é recorrente nos veículos de comunicação.

O Jornalismo Esportivo sempre foi visto com um certo preconceito pelas demais editorias. No início do século XX, ainda nos primórdios do futebol trazido pela Inglaterra, se dizia que o esporte não iria se fixar no país. Até mesmo o remo, que era muito praticado por aqui, não ganhava destaque nos impressos brasileiros. Em um período de instalação de um novo regime de governo - República - e até mesmo de uma certa instabilidade deste regime, o que mais interessava o público ao qual se propunham os jornais era os assuntos políticos.

No entanto, não demorou muito para, especialmente no Rio de Janeiro, o futebol ganhar o gosto dos leitores e passar ter destaque nos diários. O jornalismo esportivo tem algo que eu considero uma particularidade. Ele trabalha também com o sentimento do leitor, com sua paixão seja por esporte de maneira geral, seja por futebol ou por um clube especificamente. A editoria de esportes tem sobre si uma carga, uma cobrança, que muitas vezes não se observa nos setores de economia, polícia, entre outros. Contraditório a isso está que muitas vezes o primeiro emprego do jornalista é no setor de esportes. Como se fora esse um ambiente de menos compromisso, mais fácil de cumprir as pautas.

Voltando a traçar uma linha histórica do Jornalismo Esportivo no Brasil, Paulo Vinícius Coelho (2003), o PVC, conta que pouco se acreditava que as notícias esportivas fossem capazes de tornarem-se manchetes.

Duvidar foi o esporte preferido até mesmo de gente experiente, que vivia de escrever para os cadernos especializados, já no meio do século XX. João Saldanha fez uma previsão no final dos anos 60, quando um aventureiro resolveu lançar não um caderno, mas uma revista inteiramente dedicada ao futebol. *Placar* nunca saíria dos primeiros números, imaginava Saldanha,

que prestou inestimáveis serviços ao esporte brasileiro. (COELHO, 2003, p. 8)

A partir da década de 1920, o futebol que já se tornara esporte nacional, adquire mais espaço nos jornais tradicionais. O Brasil que há essa altura já era bicampeão sulamericano e tinha o futebol como *carro-chefe* da editoria de esportes, faltando alguns anos ainda para a primeira Copa do Mundo.

Antonio Alcoba (2005), também vai destacar a mudança de pensamento das empresas em relação à cobertura de esportes que ocorreu não só no Brasil, mas a nível mundial.

Conocida la importancia del deporte en todos los âmbitos de la sociedade y el atractivo que tiene entre la población mundial, la prensa decidió incorporar a sus páginas la actividad deportiva, por ser un género específico que vendía periódicos e interesaba a la publicidade. El deporte no era como algunos pensaban uma actividad banal, sino algo de lo que ya no puede prescindir el ser humano y, en consecuencia, los medios impresos. (ALCOBA, 2005, p. 154 e 155)

O futebol se tornava a "paixão nacional". A partir da década de 1940, os irmãos Mário Filho e Nelson Rodrigues, colunistas do *Jornal dos Sports*, deram maior visibilidade para o esporte na medida em que suas crônicas dos jogos, que eram mais obras poéticas, literárias, do que jornalísticas foram ganhando o público.

Em suas colunas, os irmãos descreviam os jogos sempre de forma a magnificar e romantizar o espetáculo. Muitas vezes aumentando a dificuldade em que os gols eram marcados, exaltando a qualidade técnica de cada atleta e fazendo com que o público se sentisse cada vez mais atraído, cada vez mais idolatrando seus jogadores e querendo ir aos estádios acompanhar as partidas.

Como nos trechos a seguir, Nelson Rodrigues exalta, na primeira, o futebol brasileiro como um todo após a vitória da Copa do Mundo da Suécia em 1958. E, na segunda, a figura do Pelé como o "Rei do Futebol":

Futebol é paixão¹

"E, por isso, eu lhes digo que A primeira missa, de Portinari, é inexata. Aqueles índios de biquine, o umbigo à mostra, não deviam estar na tela, ou por outra: — podiam estar, mas de calções, chuteiras e camisa amarela." Amigos, falemos ainda do Brasil. O triunfo, na Suécia, em 58, foi para nós tão importante como a Primeira Missa. Começava o Brasil. Nós nos inaugurávamos. Tudo o que ficava para trás era o pré-Brasil. E basta comparar. Até 58, o brasileiro não ganhava nem cuspe à distância. O sujeito dormia enrolado na derrota como num cobertor. Ninguém acreditava no Brasil, nem o Brasil acreditava em si mesmo.

E, por isso, eu lhes digo que A Primeira Missa, de Portinari, é inexata. Aqueles índios de biquine, o umbigo à mostra, não deviam estar na tela, ou por outra: — podiam estar, mas de calções, chuteiras e camisa amarela. Lapsos de Portinari não pôr o Feola, sem boné e contrito, com aqueles pernões monumentais e aquela barriga tão plástica. O principal

papel do escrete de 58 foi o de profeta do grande Brasil." (...) (Futebol é paixão. Documento online)

25 de Março de 1958

"Depois do jogo América x Santos, seria uma crime não fazer de Pelé o meu personagem da semana. Grande figura, que o meu confrade Albert Laurence chama de "o Domingos da Guia do ataque". Examinei a ficha de Pelé e tomei um susto: — dezessete anos! Há certas idades que são aberrantes, inverossímeis. Uma delas é a de Pelé. Eu, com mais de quarenta, custo a crer que alguém possa ter dezessete anos, jamais. Pois bem: — verdadeiro garoto, o meu personagem anda em campo com uma dessas autoridades irresistíveis e fatais. Dir-se-ia um rei, não sei se Lear, se imperador Jones, se etíope. Racionalmente perfeito, do seu peito parecem pender mantos invisíveis. Em suma: — Ponham-no em qualquer rancho e sua majestade dinástica há de ofuscar toda a corte em derredor"(...) O que nós chamamos de realeza é, acima de todo, um estado de alma. E Pelé leva sobre os demais jogadores uma vantagem considerável: — a de se sentir rei, da cabeça aos pés. Quando ele apanha a bola e dribla um adversário, é como quem enxota, quem escorraça um plebeu ignaro e piolhento. E o meu personagem tem uma tal sensação de superioridade que não faz cerimônias. Já lhe perguntaram: — "Quem é o maior meia do mundo?". Ele respondeu, com a ênfase das certezas eternas: — "Eu". Insistiram: — "Qual é o maior ponta do mundo?". E Pelé: — "Eu". Em outro qualquer, esse desplante faria rir ou sorrir. Mas o fabuloso craque põe no que diz uma tal carga de convicção, que ninguém reage e todos passam a admitir que ele seja, realmente, o maior de todas as posições. Nas pontas, nas meias e no centro, há de ser o mesmo, isto é, o incomparável Pelé"(...) (A primeira crônica do Nelson Rodrigues sobre Pelé, documento online)

Segundo COELHO (2003), neste período de um jornalismo esportivo literário, os ídolos eram mais exaltados, eram elevados a categorias superiores aos demais jogadores. O autor compara a jogadores como Romário e Ronaldo que também foram os principais responsáveis pelos títulos das Copas de 1994 e 2002, respectivamente, no entanto por viverem em uma época de jornalismo mais concreto, realista, não tiveram o status de heróis epopeicos como muitos tinham nos tempos de Pelé, Garrincha, Jairzinho, etc.

O Rio de Janeiro tornou-se o palco deste jornalismo romântico, os clássicos entre os quatro grandes times da cidade: Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco ganharam status de espetáculos pelas palavras dos cronistas. Com o tempo, o romance foi dando lugar ao jornalismo puramente dito. A particularidade da editoria de esportes é que em função de lidar com uma paixão nacional, ela seja, talvez uma das poucas, senão a única editoria que permite aliar notícia com um certo aspecto da literatura.

A noção de realidade que o jornalismo esportivo carrega nos tempos atuais torna a cobertura esportiva tão brilhante quanto qualquer outra no

jornalismo. O ponto-chave é que, muitas vezes, tal cobertura exige mais do que noção de realidade (...) Esse tipo de cobertura sempre misturou emoção e realidade em proporções muitas vezes equivalentes. É possível fazer uma brilhante matéria de economia falando de futebol. (COELHO, 2003. p.22)

As empresas de comunicação custaram a perceber a importância da editoria de esporte e incentivar a especialização de seus profissionais como faziam com outras editorias: política, economia, educação, etc.

La argumentación de los seudointelectuales del periodismo era la ya expuesta: según ellos, todo el mundo entiende de deporte, en tanto que sólo una minoría es capaz de comprender el embrollo em que gobernantes, políticos y periodistas politólogos convierten la política por los enfrentamientos que la realidad social impone. Se situaba al deporte y a los periodistas deportivos en la postura de materia e informadores de escassa relevancia. Com esa mentalidad, el trabajo de los periodistas deportivos se llevó a efecto con humildad al aparecer los periodistas de las otras ramas como intocables. Eran especialistas de algo primordial para la buena marcha del Estado. El deporte, sin embargo, no. Se lo catalogó gratuitamente como assunto vulgar. (ALCOBA, 2005. p.65)

Com o tempo, as empresas foram percebendo que a editoria de esportes também precisava ser tratada com maior atenção e que cobrir esporte era mais complexo do que pensavam. Não bastava falar, por exemplo, apenas quanto foi um determinado jogo. Era preciso também comentar, debater, apresentar opiniões. Igual como se fazia em política ou economia. Dentro desta organização, os periódicos passaram a separar o setor de esportes, colocado em geral na parte final de cada edição e com número de páginas pré-determinadas.

O jornalista esportivo precisa de melhor especialização. Geralmente atraído pela paixão por esporte, o profissional desta área não busca um conhecimento mais amplo, que vá além de sua modalidade preferida. O que acaba ocorrendo é os jornalistas darem lugar a ex-atletas na função de comentaristas. Infelizmente, apesar destes atletas muitas vezes não terem conhecimento algum da prática jornalística, têm uma melhor aceitação por parte do público que prefere a credibilidade que este comentarista passa por já ter sido praticante.

O jornalista esportivo é a melhor fonte para a matéria. Ele é quem assiste ao jogo e quem vai explicar para o público. Por isso a importância deste profissional ser um perito no assunto.

Si el periodista asistente en la competición donde se produce la noticia es un especialista en el deporte que presencia, la podrá juzgar com maior objectividad que un profano. No obstante, ello no significa que su objetividade sea total, debido a que, uma vez dada a conocer la noticia, el periodista ofrecerá su opinión y ésta siempre lleva uma carga de

subjetividade, que será menor conforme a la preparación que de la materia podesa el periodista. (ALCOBA, 2005. P.97)

Esportes como automobilismo, por exemplo, exigem do profissional que vá trabalhar em sua cobertura mais do que simplesmente conhecer as regras do campeonato, ou as principais equipes e seus respectivos pilotos. É preciso dotar de um conhecimento de motor, de pneus, do trabalho dos mecânicos, de como funciona os bastidores, a relação do piloto com os técnicos. Isso é importante até mesmo para na hora de narrar como foi uma corrida ou fazer uma entrevista com os pilotos. Saber explicar o porquê de um piloto ter abandonado a prova, ou porque tal carro rendeu mais com determinado pneu e em certa parte da pista. Pilotos como Nelson Piquet ficaram famosos por destratar os jornalistas ao perceber que estes profissionais não tinham noção do esporte que estavam cobrindo. Piquet reclamava que muitas perguntas eram mal formuladas, desnecessárias. Paulo Vinicius Coelho (2003), dá outro exemplo dizendo que o ex-tenista Gustavo Kurten era outro que se sentia incomodado com perguntas e repórteres despreparados.

No caso do futebol, acontece um fenômeno diferente, mas que culmina em um mesmo resultado. É a ideia de que “todo mundo entende de futebol”. O esporte parece ser de um conhecimento inato - especialmente do brasileiro -, o que também vai refletir em um mau jornalismo, pelo fato de o profissional se julgar um entendedor e dispensar grandes estudos e aperfeiçoamento. Isto explica porque também no futebol acontece de os mais conhecidos comentaristas serem ex-jogadores.

Ainda assim, há casos piores, de esportes bem menos valorizados pela mídia do que futebol ou o automobilismo. Esportes olímpicos em geral: atletismo, ginástica, basquete, vôlei, entre outros, nos quais são bem mais raros encontrar jornalistas especializados. Nestes casos, a cobertura pode ser feita até mesmo pelos chamados repórteres de “variedades”.

Ainda se tem um pensamento de que Jornalismo Esportivo é Jornalismo de “futebol”. É para onde se destinam as maiores coberturas, os principais especialistas. É de se entender essa postura dos jornais, uma vez que é o esporte em que se encontram as maiores cotas publicitárias, maior número de espectadores, visibilidade dentro e fora do país. E, como cita ALCOBA (2005), jornalismo é um negócio.

El diário desportivo, no se olvide, es o forma parte de un negocio periodístico, cuya principal función, como la de cualquier empresa periodística, no es lo que espuriamente se disse tener informada a la

opinión pública, sino obtener beneficios, ganhar dinero y cuanto más, mejor. Partiendo de esta premissa, se puede empezar a comprender sus motivaciones informativas. (ALCOBA, 2005, p. 98)

Acontece um processo de "**futebolização** do Jornalismo Esportivo", tudo que se fala na editoria gira em torno do esporte. É complicado que o quadro se mude, haja visto toda a divulgação e o incentivo financeiro que possui o futebol.

Não existe jornalista de esportes. Existe o jornalista, aquele se dedica a transmitir informações de maneira geral, o especialista em generalidades. Que se torna muitas vezes melhor quando é, de fato, conhecedor do assunto específico. Quando vira jornalista de basquete, vôlei, de futebol, de automobilismo, por vezes de tênis. Nunca de esportes. O problema é que o mercado só permite a criação de jornalistas de futebol, de automobilismo, por vezes de tênis. O que vale dizer que não há jornalistas de basquete, de vôlei, de atletismo, de judô etc. O que explica o aparecimento de atletas como comentaristas sempre que é preciso aprofundar-se em grande competição. O mercado não contempla quem quer aventurar-se nessas áreas específicas. Esse aventureiro poderá ter muito sucesso. Mas vai ter de brigar muito por mais por isso. (COELHO, 2003. p.37)

2.3 Jornalismo Esportivo na WEB

Com a chegada da internet e consigo toda essa revolução digital, convergência dos meios, novas plataformas, assim como o jornalismo de modo geral, o esportivo também vem tentando se adequar às novas tendências. A principal característica da internet dentro do jornalismo é a sua velocidade de comunicação. Se ela comunica melhor, há controvérsias, no entanto, quanto à velocidade em que a informação passa a estar disponível para o receptor, realmente vem modificando a forma de trabalho nas redações. Em um primeiro momento, conforme Paulo Vinicius Coelho (2003), muitos profissionais migraram para esta nova plataforma. Promessas de grandes salários, atraíram muitos jornalistas mas que terminaram fazendo uma má escolha. A tendência do jornalismo de internet acabou sendo por adotar novos profissionais, recém formados e mais "baratos" para essas novas redações que se organizavam no país. Além dessas redações recém formadas, exclusivamente *online*, os tradicionais "jornalões" também migraram para a web, meio sem saber o que estavam fazendo, no início, a única certeza das empresas era de que de alguma maneira o novo meio precisava ser explorado.

As páginas de esporte da internet desafiam e sugerem uma renovação para os tradicionais jornais impressos. A entrevista coletiva dada por um atleta depois do treino, por exemplo, que antes era repercutida e discutida somente no outro dia no

impresso - claro que comparando apenas a mídia escrita, o rádio e a TV já haviam dado essa maior velocidade para a informação -, hoje já se vê matérias no minuto seguinte à entrevista. Isto pode ser por vezes, revertido contra o jornalismo. Essa ânsia do furo, de publicar na frente da concorrência, acaba gerando matérias muitas vezes sem verificação, ou somente mal escritas. A tendência na internet é que a matéria por completo vá se formando na medida que novas informações vão surgindo, vai atualizando. *"A lógica da informação on-line é lançar uma informação em estado bruto (ou, às vezes até aproximativo) e, depois, corrigi-la, modificá-la ou enriquecê-la incessantemente, a cada hora, a cada instante"* (RAMONET, 2012. p.17).

É a mesma lógica, por exemplo, em uma cobertura de jogo de futebol. A reportagem da internet começa já antes do jogo, transmitindo opinião de internautas que às vezes podem ser manifestadas via *twitter*, *facebook* ou diretamente nos sites que em geral disponibilizam chats, ou alguma maneira de interatividade. No decorrer do jogo, acontece o "minuto a minuto", onde a cada lance importante, cada jogada, faltas perigosas, cartões, substituições, o site vai mantendo o internauta atualizado. Ao final do jogo, em poucos minutos já está no ar a crônica da partida, os gols disponíveis em vídeo e a medida que vão acontecendo as entrevistas, da mesma forma vão sendo incluídas na cobertura. A linguagem é sempre em poucas palavras no "minuto a minuto", como se fora tuítes. Além disso, intercalam fotos, vídeos, hiperlinks, gifs, entre outros recursos exclusivos do meio. Enquanto isso no impresso, está sendo tudo montado e chega nas mãos do leitor apenas no outro dia pela manhã, já com o jogo consumado, entrevista coletiva, análise tática dos comentaristas, crônicas do jogo.

Na figura 1, podemos observar a página do *globoesporte.com*, cobrindo ao vivo a partida entre Vitória e Asa, válida pela Copa do Brasil. Na mesma página temos o "lance a lance", a escalação das duas equipes, vídeos do jogo, links com redes sociais. Não aparece na foto, mas mais abaixo disso também temos informações gerais sobre a competição, como tabelas, datas, resultados parciais de outros jogos, cruzamentos futuros, prognósticos. É uma narrativa completamente reformulada.

Figura 1 - Cobertura de futebol na internet

The screenshot shows a live match page for Vitória (VIT) vs. Associação Atlética Santa Rita (ASA). The page layout includes a top navigation bar with 'globo.com', 'g1', 'globoesporte', 'gshow', 'famosos & etc', and 'videos'. Below this is a green header with 'MENU', 'ge', 'TEMPO REAL', and a search bar. The main content area is divided into several sections: 'VÍDEOS' with two video thumbnails and three 'AGUARDANDO VÍDEO' placeholders; 'COMPARTILHE ESTE JOGO' with social media sharing buttons for Facebook, Twitter, and Google+; 'LANÇAMENTO A LANÇAMENTO' with a vertical timeline of events, including a goal at 43 minutes by Marcos Antônio; and 'FICHA DE JOGO' (Match Sheet) on the right, listing player names and positions for both teams.

Fonte: globoesporte.com

A internet vai exigir também que o jornalista seja multimidiático, isto é, trabalhe com áudio, vídeo, escrita, enfim, nas mais diferentes formas de linguagem. Além disso, ele deve portar equipamentos que o permitam, tecnologicamente, fazer este tipo de trabalho. Na era digital, passa a ser equipamento de trabalho do jornalista um celular que possua acesso a internet, boa qualidade de vídeo e de foto, qualidade de gravação. Nesta lógica de uma matéria estar sendo publicada mesmo com a notícia em andamento, muitas vezes um pequeno vídeo de celular já dá início à cobertura que mais tarde vai sendo melhorada, complementada.

Outra característica trazida pela internet é a possibilidade de o internauta também se tornar uma espécie de "jornalista", no sentido de ser capaz de formar opinião e de conquistar o público da mesma forma que o profissional. RAMONET (2012) explica o que ele chama de "crise de identidade" no jornalismo que pode ser vista por dois pontos: diminui ainda mais a especialização de quem comenta esportes, de modo geral, mas por sua vez, permite que a informação esteja mais ao alcance de todos e dilua um pouco esse poder da mídia. O jornalista também se vê "obrigado" a buscar especialização, a ser diferenciado do internauta, que é agora um "jornalista em potencial".

Na nova sociedade de redes, cada cidadão torna-se um "jornalista" em potencial. Na frente da sua tela (de computador, de telefone ou de palmtop),

o internauta que domina os recursos da web 2.0 não se julga inferior ao jornalista profissional. Ele disputa com ele seu *status* privilegiado (...) Os imensos recursos da internet e das redes sociais representam, desse ponto de vista, uma esperança considerável: a de uma democratização da informação. (RAMONET, 2012, p.23)

Os blogs foram outro espaço da internet onde os jornalistas encontraram um bom lugar para trabalhar. Sem a limitação espacial do jornal, tanto para fotos quanto para quantidade de caracteres, os blogs deram mais liberdade para o trabalho do jornalista, e também, para a ascensão de amadores, criados na internet.

Muitos colunistas já famosos por seu trabalho no impresso, criaram seus blogs e carregaram consigo todo o velho público que já tinham na mídia tradicional. Além disso, conquistaram novos leitores, já nascidos e fazendo parte da geração do digital. Os jornalistas precisaram adaptar-se e acompanhar o surgimento tanto das novas mídias, quanto dos novos profissionais, já treinados para não terem especialidade em nenhum meio, mas conhecerem um pouco de cada, seja áudio, visual ou escrito.

Não se pode dizer que a internet prejudicou, de certa forma, os jornais (empresas). Os jornalistas, no entanto, só ganharam uma nova plataforma de trabalho, foram tirados da *zona de conforto* e se viram tendo que buscar adequar-se às novas mídias. "*Nós passamos da mídia de massas para a massa de mídias*" (RAMONET, 2012. p.27). Na web, qualquer cidadão pode tornar-se uma *micromídia* e passar a gerar conteúdo informativo como se fora as mídias tradicionais já fixadas no mercado.

Na figura 2, o blog do já consagrado jornalista esportivo, Juca Kfourri, manteve sua popularidade do impresso para o *online*. É um caso de profissional que precisou adaptar seu estilo ao novo meio.

Figura 2 - Página inicial do blog do jornalista Juca Kfouri



Fonte: blogdojuca.uol.com.br

Na figura 3, logo abaixo, temos um exemplo de uma página que surgiu da internet com um canal no YouTube, e perfis muito visitados nas redes sociais em geral, o "Desimpedidos" aliando humor com futebol é um dos exemplos bem sucedidos criados pela internet. A página do grupo no facebook possui 2 milhões de seguidores.

Figura 3 - Página do Desempedidos no facebook.



Fonte: [facebook.com](https://www.facebook.com)

2.4 Jornalismo Esportivo x Entretenimento

Por muito tempo o Jornalismo Esportivo brasileiro teve como pilar de sua forma de escrita o poético, o literário, com grandes nomes da crônica esportiva - como o já citado Nelson Rodrigues -, abusando da forma na narrativa por vezes superando o compromisso com a verdade e o substituindo pela fantasia, pelo mítico. Com o passar do tempo, já foi referido também, as coberturas passaram a ser mais duras, mais jornalísticas. Cumprindo normas básicas de seleção, hierarquização, apuração, verificação, entre outros. Hoje se pode dizer que a tendência no Jornalismo Esportivo brasileiro é mesclar esporte e entretenimento.

Os programas esportivos em geral de rádio e TV, bem como os textos dos jornais, passaram a adotar um formato menos engessado. Especialmente nos programas de TV, os apresentadores passaram a dialogar mais com seus convidados, caminham pelo estúdio, fazem piada, por vezes demasiadamente. De forma a confundir em alguns momentos notícia de humor. Essa é a forma que a grande mídia nacional como Globo e Bandeirantes, tem feito em sua linha editorial como um todo, com o esportivo não seria diferente. É perceptível como apresentadores mais tradicionais, tiveram que mudar suas posturas em frente às câmeras e se reinventaram a partir deste modo mais solto de fazer o programa.

Na figura 4 os apresentadores Alex Escobar e Léo Batista, da Rede Globo interagem de maneira descontraída no programa Globo Esporte, que antes tinha o formato padrão do jornalista sentado na bancada, fazendo apenas as chamadas para as matérias.

Figura 4 - Alex Escobar e Léo Batista no programa Globo Esporte



Fonte: divulgação.

Uma constatação importante feita neste estudo que traçou uma linha do tempo para o Jornalismo Esportivo brasileiro é que com o passar dos anos diversas mudanças aconteceram na editoria. No que se refere a linguagem, já foi referida a mudança de literária para a jornalística e posteriormente com uma forte tendência ao entretenimento. Quanto à narrativa, antes linear, baseada na escrita, ou até mesmo no rádio mas sempre a notícia era passada por completo, depois de apurada. Hoje temos uma narrativa que conta com uma mistura entre audiovisual, escrita, hiperlinks, infográficos, tabelas. A ordem da leitura pode ser definida pelo próprio receptor que agora é ativa, podendo até mesmo intervir nas matérias. No entanto, algo que é comum e perpassa todas essas fases da cobertura esportiva é o quanto o futebol de campo é o de maior importância em relação aos demais esportes. Desde que passou a ter o gosto do público brasileiro não mais saiu da posição de destaque nas editorias de esporte. Este fenômeno social, a cada ano ganha mais adeptos confundindo esporte e paixão, arrastando massas, movimentando muito dinheiro e interesses políticos.

3 JORNALISMO ESPORTIVO E OUTROS ESPORTES: O CASO DO FUTSAL

Considera-se importante para contextualizar o leitor, uma apresentação do esporte que irei tomar como objeto de estudos neste trabalho. Antes de tudo, é preciso saber um pouco de sua história, quem o controla, como são divididas as federações no Brasil, como o esporte ganhou tantos adeptos e quais questões o travam, de certa forma, e impossibilitam sua maior divulgação. Este capítulo vai tratar brevemente destas questões de modo a esclarecer e até mesmo para que possa preparar a sequência do estudo.

O futebol de salão, no Brasil, surgiu na década de 1940. Rapidamente tornou-se uma paixão e ganhou adeptos em todo o país. Hoje ele é mais praticado até mesmo que o futebol de campo. O Brasil é muito tradicional no esporte e cede jogadores anualmente para diversos países. A base das seleções de Itália e Espanha, por exemplo, é formada por brasileiros naturalizados. É curioso o fato de que um esporte tão popular e tão desenvolvido em nosso país tenha pouca visibilidade midiática. Neste trabalho irei analisar justamente a posição da mídia, tomando como pesquisa os jornais *Correio do Povo* e *Zero Hora* frente ao Futsal.

3.1 Surgimento do esporte

O esporte conhecido em seu surgimento por ter uma bola pequena e pesada, foi ganhando força, foi se modernizando. As quadras ficaram maiores, a bola maior, mais leve e mais rápida. Não se sabe dizer ao certo como surgiu o futebol de salão. Há duas teorias - segundo o site da confederação brasileira -, a primeira é de que o esporte passou a ser praticado na década de 1940 por frequentadores da Associação Cristã de Moços na cidade de São Paulo. Na falta de campos livres para jogar, estas pessoas adaptaram o esporte para as quadras de basquete. A outra teoria é de que o esporte nasceu no Uruguai (esta é a mais provável), no ano de 1934, na Associação Cristã dos Moços de Montevideu, pelo professor Juan Carlos Ceriani. O antigo "futebol de salão" se modernizou. Antes conhecido como o "futebol da bola pequena", ainda possui uma bola menor que a de campo. Contudo, o jogo em si é mais veloz que o outro. Até mesmo, obviamente, pelas condições do piso favorecer a velocidade nos deslocamentos tanto do atleta quando da bola.

Ao longo desses prováveis 80 anos desde que foi criado, o futsal vem buscando evoluir e instituir-se ao redor do planeta. A modalidade custou a organizar-se institucionalmente e este é um fator que, indubitavelmente, atrapalha até hoje o seu desenvolvimento. A primeira entidade internacional do Futsal foi a já extinta FIFUSA.

Criada no Brasil, no ano de 1971, na cidade do Rio de Janeiro, a entidade que visava organizar o esporte foi uma iniciativa da Confederação Sulamericana de Futebol de Salão - que fora fundada em 1969 -, juntamente com a Confederação Brasileira de Desportos (CBD), esta que já existira desde o início do século XX. O primeiro presidente do conselho executivo da FIFUSA foi o então presidente da CBD, o brasileiro João Havelange. Todavia, quem de fato coordenava era o secretário-geral, também brasileiro, Luiz Gonzaga de Oliveira Fernandes.

O primeiro campeonato mundial organizado pela entidade foi em 1982, contou com a participação de dez países: Argentina, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Itália, Japão, Países Baixos, Paraguai, Tchecoslováquia e Uruguai. O Brasil é o primeiro campeão mundial de Futebol de Salão. Com o sucesso do primeiro mundial, a FIFA passou a se interessar e a pressionar a FIFUSA pelo controle da modalidade. Como forma de pressão, a FIFA proibiu que o esporte fosse chamado de “futebol” por não ser vinculada à entidade máxima. Foi aí que o “Futebol de Salão” passou a ser chamado de “fut-sal”.

3.2 O esporte dividido

A FIFA desde que percebeu um potencial de público no futsal, passou a pressionar a FIFUSA para adquirir o domínio sobre a entidade. Em 1989, ela organizou a primeira Copa do Mundo de Futsal. No decorrer da década de 1990 muitas federações nacionais importantes (dentre elas o Brasil), deixaram a FIFUSA e vincularam-se à FIFA. Porém somente em 2002 a FIFA passa a ter a FIFUSA integrada e a se tornar de vez a entidade soberana no esporte. No entanto o esporte segue dividido. Em oposição, a FIFA, membros antigos da FIFUSA criaram a Associação Mundial de Futsal (AMF), com sede em Assunção, no Paraguai. A AMF continua organizando seus campeonatos nos moldes da extinta FIFUSA, no entanto com bem menos expressão. O Paraguai, assim como o Brasil, também possui um

grande número de praticantes do esporte. A seleção brasileira é a maior vencedora de mundiais FIFA.

Há ainda uma resistência em diversos países a aderirem ao Futsal da FIFA. Inclusive no Brasil há quem tente resgatar o antigo futebol de salão. Da bola pesada com mais de 500g (a do Futsal moderno possui entre 400 e 450 gramas); dos escanteios e laterais cobrados com as mãos; entre outras pequenas diferenças. Certamente essa “dupla identidade” do Futsal é fator determinante para o esporte ainda não ter se tornado Olímpico mesmo com um número grande de praticantes pelo mundo todo.

Foi muito discutido e foi notícia durante o ano a tentativa de incluir o Futsal nos Jogos Olímpicos do Rio em 2016. A Confederação Brasileira de Futsal (CBFS) fez um esforço, porém não logrou êxito. Uma das explicações para não fazer parte das olimpíadas é o fato de que o esporte - uma modalidade do futebol -, já estaria sendo representado nos jogos. O Comitê Olímpico Internacional (COI) limita as Olimpíadas a 28 modalidades. Logo não há espaço no momento para o futsal. Além disso, essa dificuldade também se deve há questões políticas entre o COI e a FIFA.

O Comitê Olímpico tem interesse em aumentar a popularidade do futebol nas olimpíadas, para isso quer que a FIFA autorize a participação de mais jogadores com idade acima de 23 anos (atualmente somente três atletas são permitidos com idade avançada). Por sua vez, a entidade de futebol não tem quer que os jogos olímpicos se torne praticamente uma “Copa do Mundo”. Em meio a este jogo de interesses é que se encontra o futsal, como uma moeda de troca. O esporte só tem a perder com isso.

3.3 Confederação Brasileira de Futebol de Salão

No ano de 1957 houve a primeira tentativa de fundação da CBFS. Todavia, na época o documento gerado em uma reunião no estado de Minas Gerais, não foi aceito pelo Conselho Nacional de Desportos. Somente em 1979, foi finalmente fundada a Confederação Brasileira de Futebol de Salão. Na época a extinta CBD (Confederação Brasileira de Desportos) era quem geria as diferentes modalidades do Futebol. No entanto, um decreto do então presidente João Baptista Figueiredo criou a Entidade Nacional de todos os esportes. Fato este que diluiu a CBD e fez surgir CBF e CBFS. Assim, no dia 15 de junho de 1979 em reunião no edifício João

Havellange, na cidade do Rio de Janeiro, a Confederação é fundada. A primeira sede própria foi no bairro Benfica, de Fortaleza (CE).

Atualmente, a CBFS possui – além de sua sede -, mais quatro subsedes localizadas em: São Paulo (SP), Goiânia (GO), Aracaju (SE) e Porto Alegre (RS). Conta com 27 Federações Estaduais filiadas (todos os estados brasileiros mais o Distrito Federal), congrega mais de 4 mil clubes e cerca de 310 mil atletas inscritos, entre profissionais e categorias de base (dados retirados do site oficial da Confederação). Ela organiza campeonatos nacionais de seleções e de clubes, nas categorias sub-15, sub-17, sub-20 e adulto, masculino e feminino.

3.4 Liga Nacional de Futsal

Em 1996, a CBFS, inspirada no campeonato nacional norte americano de basquete, *National Basketball Association* (NBA), deu início à Liga Nacional de Futsal no Brasil. O campeonato tornou-se a principal competição do esporte no país e este ano chega na sua vigésima edição. Veja a seguir o quadro com os campeões de cada ano.

Quadro 1 - Campeões da Liga Nacional de Futsal de 1996 a 2014

Ano	Campeão	Vice
1996	Internacional (RS)	Vasco da Gama (RJ)
1997	Atlético Mineiro (MG)	Banespa (SP)
1998	Ulbra (RS)	Carlos Barbosa (RS)
1999	Atlético Mineiro (MG)	Rio de Janeiro (RJ)
2000	Vasco da Gama (RJ)	Atlético Mineiro (MG)
2001	Carlos Barbosa (RS)	Ulbra (RS)
2002	Ulbra (RS)	Minas (MG)
2003	Ulbra (RS)	Carlos Barbosa (RS)
2004	Carlos Barbosa (RS)	Ulbra (RS)
2005	Jaraguá (SC)	Atlântico (RS)
2006	Carlos Barbosa (RS)	Jaraguá (SC)
2007	Jaraguá (SC)	Krona (SC)
2008	Jaraguá (SC)	Ulbra (RS)

2009	Carlos Barbosa (RS)	Jaraguá (SC)
2010	Jaraguá (SC)	Copagril (PR)
2011	Santos (SP)	Carlos Barbosa (RS)
2012	ADC Intelli (SP)	Krona (SC)
2013	ADC Intelli (SP)	Concórdia (SC)
2014	Brasil Kirin (SP)	ADC Intelli (SP)

Percebemos no quadro que o Rio Grande do Sul sempre esteve na elite do esporte nacional. Sendo o estado com mais títulos da história do torneio. São oito campeonatos (4 de Carlos Barbosa, 3 da Ulbra e 1 do Internacional) e mais 8 vice-campeonatos. O estado que vem atrás é o de Santa Catarina com quatro títulos. Outro fato que o quadro nos apresenta é o recente crescimento do estado de São Paulo na competição. Nos últimos quatro anos o título tem sempre ficado no estado. Sendo que no ano passado a final foi disputada entre dois paulistas.

Todos estes dados apresentados são relevantes para a problemática que se apresenta ao longo desta monografia: por que as coberturas esportivas dão tanta ênfase ao futebol de campo e pouca ao futsal? Especialmente no Rio Grande do Sul, terra dos jornais utilizados para o estudo, local de grande força no futebol através da rivalidade da dupla Grernal, mas também, um estado onde não se pode ignorar, ou esquecer da importância que sempre teve o futebol de salão.

A Liga Nacional deste ano conta com vinte equipes, quatro do Rio Grande do Sul. Segue abaixo a lista com todos os participantes:

- ACBF (Carlos Barbosa - RS)
- ADC Intelli / Orândia (Orândia – SP)
- ALAF / Jaclani (Lageado – RS)
- ASSOEVA / UNISC / ALM (Venâncio Aires – RS)
- Atlântico / APTI / URIERECHIM (Erechim – RS)
- Blumenau / SCF (Blumenau – SC)
- Concórdia / Umbro (Concórdia – SC)
- Copagril / Sempre Vida / Penalty (Marechal Cândido Rondon – PR)
- Corinthians (São Paulo – SP)
- Floripa Futsal (Florianópolis – SC)
- Futsal Brasil Kirin / Umbro (Sorocaba - SP)

- Jaraguá Futsal (Jaraguá do Sul – SC)
- Gazin / Umuarama Futsal / Penalty (Umuarama – PR)
- Krona Futsal (Joinville – SC)
- Minas (Belo Horizonte – MG)
- Orleplast / UNISUL / Tubarão (Tubarão – SC)
- Poker / Oleo Leve / Guarapuava / CAD (Guarapuava – PR)
- Red Panther / Muffatão / CVEL (Cascavel – PR)
- São José / Vale Sul Shopping / Unimed (São José dos Campos – SP)
- São Paulo F.C. / São Bernardo (São Bernardo do Campo – SP)

Um fato que considero relevante é a quantidade de clubes que representam e trazem no seu próprio nome suas empresas patrocinadoras. É o caso de Brasil Kirin, Krona Futsal, entre outros. Todavia, as emissoras que cobrem os jogos não se referem aos clubes pelos seus nomes verdadeiros (nomes das empresas), mas pelo nome da cidade que representam. Sendo assim chamados de Sorocaba, Joinville, Marechal Randon, etc. Esta questão tem gerado polêmica no esporte e alguns clubes acabam perdendo esses patrocínios majoritários pela pouca divulgação por parte da imprensa.

A liga iniciou no dia 13 de abril e deve ir até o final de novembro (ainda sem data definida). Das 20 equipes, todos jogam contra todos. Os 14 primeiros se classificam e formam dois novos grupos de sete equipes em cada. De cada grupo, os quatro primeiros se classificam e se cruzam na fase final. (Dados da Confederação, disponível *online*).

4 ESPAÇOS DE ESPORTES NOS JORNAIS: *Correio do Povo* e *Zero Hora*

Tendo já apresentado o Futsal, outra questão necessária é contar um pouco da trajetória destes dois jornais que terão suas páginas estudadas e interpretadas nesta monografia. *Correio do Povo* e *Zero Hora* tem algumas semelhanças quanto a maneira em que foram criados, os objetivos para os quais foram criados e até mesmo estratégias empresarias. Este capítulo dedicarei para contar a história dos dois tabloides, a sua importância, os momentos em que cada um deles viveu seu auge, bem como seus declínios e como estão fazendo para se reinventar e se adaptar ao jornalismo pós o advento da internet.

4.1 *Correio do Povo*

O jornal criado em 1º de outubro de 1895 é considerado o primeiro do Rio Grande do Sul a nascer com um pensamento já empresarial. Em meio a um contexto de periódicos que eram regidos ou por políticos, ou por religiões e serviam basicamente como um folhetim, quase que um informativo de quem os produzia, divulgando as ideias e as práticas de seus donos é que surge em Porto Alegre o *Correio do Povo*.

Francisco Antônio Vieira Caldas Júnior, nasceu em Sergipe e veio com os pais morar no Rio Grande do Sul. Já em Porto Alegre, Caldas Júnior trabalhou no Jornal do Comércio e assim que conseguiu juntar verba, aos 26 anos, saiu e fundou o seu próprio jornal – juntamente com Mário Totta e José Paulino Azurenha. O *Correio* desde a sua criação já tinha um discurso de jornal noticioso, apartidário, imparcial, diferente dos seus demais contemporâneos. Era de fato uma empresa, com pensamento lucrativo, empreendedor, com investimento em tecnologia.

Na verdade, o cultivo empresarial dessa linha noticiosa era o principal segredo do *Correio*. Caldas Júnior descobriu que seu caráter político do jornalismo não precisava ser explícito, que havia uma mutação em curso nas necessidades do público e no próprio espectro deste público, estabelecendo novos termos para a concorrência no mercado de jornais. (RÜDIGER, 1993, p. 80)

Rapidamente, adquiriu um *status* que fez jus ao seu *slogan* “O jornal de maior circulação e tiragem do Rio Grande do Sul”. Sua primeira edição teve quatro páginas e 2 mil exemplares, cerca de três a quatro anos mais tarde já eram 4,5 mil exemplares impressos. Como sublinha Strelow (2010), Caldas Júnior buscou criar

um jornal para as massas, sem dever favores a empresários, políticos, religiosos. O interesse do jornal era somente atender ao grande público e pra isso se investia pesado. O que havia de tecnologia que pudesse ser comprada para garantir uma maior agilidade para a tiragem e distribuição, Caldas fazia o maior esforço para adquiri-las. Essa nova forma de pensar o jornal trazida pela empresa, acarretou em mudanças no jornalismo praticado à época. *“As quatro primeiras décadas do século XX serão marcadas pela transição da imprensa político-partidária ou literária, regimes dominantes até então, para o noticioso, representado pelo Correio do Povo”.* (STRELOW, 2010, p. 1 e 2. Citando RÜDIGER, 1998).

O jornal ficou conhecido como “róseo” já que se posicionava nem a favor dos lenços brancos dos chimangos, tampouco ao vermelho dos maragatos. A própria situação política que o país e, conseqüentemente o Rio Grande do Sul viviam, possibilitou a expansão deste folhetim num momento em que o estado, especialmente, saía de uma sangrenta Revolução Federalista. Esse posicionamento do jornal influenciou outros concorrentes como o Diário de Notícias. O jornalismo passou a se modernizar a partir da empresa da Família Caldas.

Rapidamente, o jornal conquistou a hegemonia no mercado. Com custos reduzidos, permitiu o acréscimo dos pequenos anúncios, aumentando as vendas e criando leitores para os grandes anunciantes. O crescimento permitiu inovações, como a supressão dos adjetivos, em uma iniciativa que revolucionou a linguagem jornalística da época e, é claro, desagradou a alguns dos “estimados” amigos do periódico. Neste mesmo ano de 1910, em que o *Correio do Povo* fortalecia-se como a principal folha do Estado, nasceu Breno Alcaraz Caldas. (Strelow, 2010, p.2)

4.1.1 Breno Caldas

Breno ainda era uma criança quando o seu pai faleceu. Desde jovem interessou-se pelo trabalho na redação. No entanto, somente aos 15 anos começou a colaborar com o jornal da família. Aos 19 anos, Breno Caldas assumiu o cargo de redator-chefe.

Era um rapaz muito bem relacionado e não demorou a tornar-se uma das personalidades mais importantes do Rio Grande do Sul e do Brasil posteriormente.. Políticos e autoridades em geral de todo o país, ao desembarcarem em Porto Alegre iam visitá-lo. Politicamente, Breno deixou claro seu posicionamento em relação à Revolução de 1930, chegando até mesmo a financiar parte do movimento. Apesar do jornal dizer-se isento politicamente, na prática, em diversas ocasiões Dr Breno

(como ficou conhecido), não hesitou em expor sua opinião. Virou um grande opositor do governo de Júlio de Castilhos, no Rio Grande do Sul. Defendeu a intervenção militar de 1964. Mais tarde, contudo, passou a criticá-la. Dentre outras ocasiões em que precisou posicionar-se politicamente, o jornal assim o fez.

Breno assumiu somente em 1935 o cargo de diretor da empresa que dirigiu por quase 50 anos. O jornal atingiu grande credibilidade e o gosto por parte do seu público o consolidou até a década de 1960 como o periódico líder do Estado. Em 1936 o grupo Caldas criou também o jornal Folha da Tarde. O vespertino tornou-se um grande sucesso de público e renda. Outros jornais de menor expressão também eram geridos pelo mesmo grupo como o Folha Esportiva e o Folha da Manhã.

É importante citar também que mais tarde, em 30 de abril de 1957 o grupo inaugurou a Rádio Guaíba AM. Essa ampliação que Breno Caldas implantava, na medida em que expandia o patrimônio, aumentavam também as dívidas e as dificuldades para sustentar todos esses produtos. Apesar de o sucesso que a rádio teve, atingindo em pouco tempo a maior audiência dentre as concorrentes, uma crise financeira passou a ser cada vez mais eminente.

A emissora rapidamente tomou a dianteira dos concorrentes na área de jornalismo, investindo maciçamente em coberturas esportivas e em programas noticiosos regulares. (RÜDIGER, 1998). Assim como dos demais veículos da empresa, a rádio também contava com a influência direta de Breno Caldas, que desenhou a programação da emissora de modo que ele mesmo gostasse de ouvi-la. (STRELOW, 2010, p.7. Citando CALDAS, P.68).

Em meio a essa crise já citada anteriormente, Breno resolveu entrar no mercado de televisão. No ano 1978, inaugurou a TV Guaíba. Foi considerada tarde a investida do grupo em televisão e o alto investimento feito em função desta nova iniciativa, foi determinante para o declínio da empresa. A TV Guaíba, pode-se dizer que foi uma decisão errada que tomada pelo empresário que já convivía com os problemas financeiros desde a década de 1970.

A derrocada tornou-se insustentável. Um a um os jornais foram fechando até que em 16 de junho de 1984, o inevitável aconteceu: o *Correio do Povo* encerrou suas atividades.

4.1.2 O Novo *Correio do Povo*

O empresário Renato Bastos Ribeiro que adquiriu o grupo Caldas Júnior, organizou-se, sanou as dívidas e em 31 de agosto de 1986 o “Correio” voltou a circular. Remodelado, mais moderno, o jornal passou a ser impresso no formato tabloide. Isso tornou a leitura mais fácil, um jornal mais rápido de ser lido, mais dinâmico. Como é o formato usado até o momento.

Atualmente o *Correio do Povo* está vinculado ao grupo Record. Possui uma redação totalmente informatizada e sua distribuição própria leva o jornal para todo o Rio Grande do Sul, Oeste e Litoral de Santa Catarina e Oeste do Paraná. No online, foi pioneiro no país a ter suas edições completas disponibilizadas em seu site: www.correiodopovo.com.br. Considero o jornal ainda um pouco defasado no seu tratamento nas redes sociais. No facebook, a página oficial possui 65 mil curtidas. É pouco se for pensar a extensa área de abrangência das assinaturas do impresso. Além disso, o site possui um design duro, sem muitos atrativos ou interatividades. O site ainda conta com um acervo com todas as edições do jornal desde 9 de junho de 1997, porém só quem é assinante é que pode ter acesso.

4.1.3 Editoria de esportes

O setor de esportes do jornal é formado por 9 profissionais. Segundo o editor-chefe, Hiltor Mombach, não há necessidade de mais gente no setor. Os jornalistas são exclusivos do impresso e não fazem matérias para o site. Diariamente são quatro páginas destinadas ao esporte, exceto nas segundas-feiras, em que são impressas oito páginas. O pouco espaço não permite que sejam abordados muitos esportes além do futebol. Bem como dentro do próprio futebol, pouco é tratado se não Grêmio e Inter.

Os outros esportes (salvo alguns momentos em que são manchetes nacionais, como grandes escândalos, ou títulos importantes de atletas brasileiros) são noticiados na forma de notas. O *Correio do Povo* opta, até mesmo por redução de custo, por uma leitura rápida e fácil. E, dentro da perspectiva da editoria, é desta forma que os impressos precisam agir para continuarem a se manter nos dias atuais.

4.2 Zero Hora

O consagrado jornal da família Sirotsky foi o outro escolhido por mim para fazer a análise. O jornal *Zero Hora*, não poderia ser esquecido, afinal de contas, é o mais lido no nosso estado e o grupo RBS sendo o maior grupo de comunicação do Rio Grande do Sul. Da mesma forma como já foi feito no capítulo anterior, com o *Correio do Povo*, irei introduzir rapidamente a história de formação do jornal. Desde sua criação, passando por suas renovações, mudanças empresariais, até tornar-se o maior do Estado.

4.2.1 Histórico do jornal

A *Zero Hora* foi fundada em 1964, no dia 4 de maio, pelo jornalista Ary de Carvalho. A antiga sede era na Rua Sete de Setembro, centro de Porto Alegre. No ano de 1967, os irmãos Jayme e Maurício Sirotsky tornaram-se sócios de Ary de Carvalho. O crescimento da *Zero Hora* se deu muito rapidamente a partir da chegada dos irmãos Sirotsky. Em 1969 inauguram a nova sede, na esquina da Avenida Ipiranga com a Érico Veríssimo, onde está localizada até hoje sua redação. No ano seguinte ao surgimento da nova sede, o Grupo RBS assume completamente o controle do jornal.

A partir daí, os irmãos passaram a implantar as mesmas táticas empresariais já aplicadas em suas empresas de rádio e TV e ao passar da década de 1970, foram aos poucos se tornando referência de diário, superando seu grande concorrente *Correio do Povo*. Este, por sua vez, como já foi citado no capítulo anterior, passava por um período de grande dificuldade econômica e não teve forças para acompanhar o crescimento do tablóide do grupo RBS. No ano de 1975, a “ZH”, foi reconhecida pelo instituto Marplan como o jornal de maior venda avulsa no estado e em 1980 já era o periódico mais lido na Região Metropolitana, nos sete dias da semana.

O grupo desenvolveu novos métodos de gestão empresarial em seus veículos, baseando seus negócios na renovação tecnológica de suas instalações e na qualificação mercadológica de seus respectivos produtos. Enquanto isso, seus concorrentes permaneceram aferrados aos padrões empresariais que haviam determinado seu sucesso nas primeiras décadas do século, ignorando as transformações econômicas, sociais e culturais em curso no contexto de reestruturação monopolística do capitalismo verificada em nosso País a partir da segunda metade da década de 1950. O resultado

desse confronto foi a estagnação, seguida de declínio, dos concorrentes e a ascensão monopolizadora da RBS. (RÜDIGER, 1993, p. 108 e 109)

É inegável o grande empreendedorismo da família Sirotsky que sempre buscou ampliar tecnologicamente, investir de forma a ampliar a propagação do jornal. A criação dos classificados tornou possível e mais barato o anúncio de quaisquer objetos, empresas, serviços. Foi uma grande tirada e alavancou as finanças da empresa. Outra questão que vale ressaltar é a preocupação do jornal em acompanhar os avanços que a mídia tomou com o passar dos anos. Em 1988, inaugurou sua redação informatizada, as antigas máquinas de escrever deram lugar aos computadores e em 1989 a tiragem já era de 130 mil exemplares.

4.2.2 A renovação e o jornal na internet

Desde 1995, o jornal está na internet, reproduzindo matérias que também estavam no impresso e algumas exclusivas para o digital. Em 2005, buscando acompanhar as novidades trazidas já nos primórdios da convergência ocasionada pela internet, a *Zero Hora* passou por uma reformulação gráfica onde as imagens ganharam mais espaço.

Há pouco mais de um ano, o jornal no ano em que comemorou seu 50º aniversário, inovou bruscamente sua forma e conteúdo. A internet, a convergência digital, as novas plataformas, têm, de certa forma, feito as empresas de jornal impresso no mundo inteiro repensarem seu modo de fazer jornalismo. Por aqui não foi diferente. Eu destaco esse posicionamento inclusive pioneiro da *Zero Hora* em relação ao seu concorrente também referido para este trabalho em buscar um novo jeito de apresentar o tabloide.

É clara a tentativa do grupo RBS de aproximar o *layout*, o *design* do impresso, ao que se vê nas plataformas digitais. A “nova ZH” apresentou um estilo em que mistura conteúdos, sem mais demarcações de editorias. Tudo está mais solto, de forma a parecer que estamos manuseando um website. É uma tentativa, vale acompanhar para saber se vai render, se vai agradar aos olhos de seus leitores.

Na internet, podemos perceber uma grande preocupação da empresa em atingir as demandas das redes sociais. A *Zero Hora* está presente no Twitter,

Facebook, Google+ e Instagram. Para fazermos uma comparação com relação ao Correio, a página oficial do facebook possui 1,6 milhões de curtidas.

4.2.3 Editoria de esportes

O setor de esportes do jornal ocupa um número de páginas que vai variar de 12 a 16 páginas. São 16 jornalistas responsáveis pelo setor divididos conforme as funções. São sete repórteres, seis editores e três colunistas. Não há muita separação no trabalho, todos fazem de tudo até porque a editoria do impresso e do *online* é a mesma. A *Zero Hora* cobre principalmente dupla Grenal, há pouco espaço no caderno para matérias sobre clubes do interior do estado ou mesmo os clubes de menor expressão da região metropolitana. Todavia, ela abre espaço para ir além do futebol.

A coluna “Mais Esportes”, fala de esportes que tenham algum gancho com fatos importantes da semana. É onde por vezes aparece o surfe, vôlei, futsal, entre outros. Os critérios de **noticiabilidade** neste caso são os principais campeonatos como a Superliga de Vôlei, Liga Nacional de Futsal ou NBB, no basquete. Outro fator que sempre vai ser notícia é algum brasileiro que esteja sendo vitorioso em campeonatos mundiais. Como é o caso recente do surfe, no qual a nova safra de profissionais brasileiros vem tendo destaque nas principais competições do mundo. Da mesma forma acontece quando há um gaúcho entre os melhores nas competições nacionais.

Mesmo sem ter brasileiros vivendo bons momentos, automobilismo e tênis também recebem um tratamento especial no caderno de esportes. São modalidades que possuem um bom número de leitores e fãs que acompanham mesmo os atletas estrangeiros. Outros campeonatos estrangeiros como as ligas de basquete e de futebol norte-americanos – NBA e NFL, respectivamente -, têm muitos fãs no estado e esporadicamente aparecem matérias sobre eles.

Além disso, durante esse ano que antecede as olímpiadas, uma repórter e um editor foram designados a cumprir pautas semanais sobre esportes olímpicos em geral. Por fim, as lutas (boxe e ufc, principalmente), são noticiadas na coluna “No mundo das lutas”, com o comentarista Caju Freitas. Vai para o jornal todas as quintas-feiras e em alguns dias importantes como na véspera ou no dia seguinte de

alguma luta de grande relevância. O turfe também possui uma coluna própria. Esta é impressa todas as quintas e sextas-feiras.

O jornal *Zero Hora* é o que possui o maior número de páginas no caderno de esportes.

5 PERCURSO METODOLÓGICO

De acordo com o intuito do trabalho que visa através dos jornais *Correio do Povo* e *Zero Hora*, avaliar a cobertura esportiva do Futsal no Rio Grande do Sul, bem como a supremacia em termos quantitativos da divulgação do futebol de campo em relação à sua modalidade indoor, bem como a cobertura de outros esportes, o método escolhido foi o de “Análise de Conteúdo”. Este é o principal método, entende-se, para relacionar, problematizar o jornalismo esportivo feito no estado, tomando os seus principais jornais diários como ponto de partida.

Para o trabalho de análise Laurence Bardin vai destacando durante o texto, como se pode notar no excerto a seguir que introduz a análise de conteúdo:

Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a <<discursos>> (conteúdos e continentes) extremamente diversificados. Enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre os dois polos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade. (BARDIN, 1977, p. 9).

Primeiramente, segundo a autora, precisamos fazer uma pré-análise. Onde se faz os questionamentos, hipóteses, busca de documentos. Feito isto, no segundo passo explora-se o material levantado anteriormente, pesquisa-se de forma mais atenta, enumera, classifica, categoriza, enfim, uma série de medidas até atingir os resultados finais, a inferência e a interpretação. Foram analisadas 408 matérias, 368 notas e 161 colunas entre os jornais *Correio do Povo* e *Zero Hora*.

Nesta etapa, parte-se de uma hipótese que pode surgir independente de haver uma pesquisa prévia, ou um aprofundamento teórico. Bardin (1977) explica esta etapa como *um período de intuições* (p.95). É quando se organiza um programa, se estuda quais documentos devem ser observados, formulam-se as hipóteses e traça-se o objetivo.

O primeiro passo, ainda na pré-análise, foi fazer o que a autora denomina de *leitura flutuante* (p.96), diversas revistas, jornais, páginas da internet foram lidas, de maneira quase que aleatória, sem nenhuma ordem pré-programada, para se obter um objeto mais concreto a ser estudado, bem como fazer a escolha dos documentos, sites, matérias, etc. Desta leitura geral inicial, foi sendo tomada a direção de centralizar o estudo em torno dos dois dos jornais com maior tiragem do Sul do país.

Tendo definido como documentos (*corpus*) os jornais *Zero Hora* e *Correio do Povo*, a partir de um interesse por escrever e problematizar sobre o fenômeno da **futebolização** do Jornalismo Esportivo brasileiro, levanta-se esta questão como uma hipótese.

Levantar uma hipótese é interrogarmo-nos: <<será verdade que, tal como é sugerido pela análise *a priori* do problema e pelo conhecimento que dele possuo, ou, como as minhas primeiras leituras me levam a pensar, que...?>>. (BARDIN, 1977, p. 98)

Por fim, para exemplificar e relativizar esta dita **futebolização**, institui-se o Futsal como meu objeto de estudo. Contudo, é preciso antes de dar sequência à metodologia, explicar brevemente o *corpus*. Os jornais escolhidos são referências em termos de conteúdo para a população não somente de Porto Alegre, mas tendo suas tiragens também distribuídas por praticamente todas as regiões do estado (vide capítulo sobre os jornais).

Desta forma, considero de grande importância, observar o conteúdo esportivo destes dois relevantes formadores de opinião do Rio Grande do Sul. O período demarcado para ser observado foi o do mês de abril de 2015, do dia primeiro ao dia 30. O que determinou na escolha do período foi por ser concomitante ao início na Liga Nacional de Futsal que é o principal campeonato do esporte no Brasil (Cap. Futsal). O Rio Grande do Sul conta com a participação de quatro equipes na competição: ACBF (Carlos Barbosa), ALAF (Lajeado), ASSOEVA (Venâncio Aires) e Atlântico (Erechim).

Toda essa exploração do material possibilitada pela pré-análise, constituição do *corpus*, preparação do material, formulação das hipóteses e dos objetivos, nos leva ao “*tratamento dos resultados e interpretações*”. É nesta etapa que o analista pode então propor inferências e já pensar nas interpretações (p.101).

Os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos (<<falantes>>) e válidos. Operações estatísticas simples (percentagens), ou mais complexas (análise factorial), permitem estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos, os quais condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise. (BARDIN, 1977, p. 101)

Estudando as páginas de esporte dos dois tradicionais periódicos supracitados, faz-se uma análise quantitativa e qualitativa para saber quantas vezes o futsal (ou algo relacionado), fora citado ao longo do mês de abril de 2015.

Para organizar o estudo sobre os jornais, as técnicas por mim consideradas essenciais neste trabalho foram as de análise quantitativa e qualitativa. Elas têm suas particularidades e precisam ser brevemente esclarecidas neste tópico.

A autora explica com clareza as distinções entre análise qualitativa e quantitativa nos trechos organizados a seguir:

A abordagem quantitativa funda-se na frequência de aparição de certos elementos da mensagem. (...) A abordagem quantitativa e qualitativa não têm o mesmo campo de ação. A primeira, obtém dados descritivos através de um método estatístico. (...) A segunda corresponde a um procedimento mais intuitivo, mas também mais maleável e mais adaptável, a índices não previstos, ou à evolução das hipóteses. (BARDIN, 1977, p. 114 e 115.)

A análise qualitativa é mais maleável no sentido de que ela não exige um espaço grande de conteúdo ou de temporalidade para existir, ao contrário da quantitativa que precisa de certo acúmulo de conteúdo ou de documentos para que seja observada. No caso da minha análise aos jornais, ambas podem ser observadas de modo que o período de um mês nos permite contabilizar, estudar a frequência com que determinadas palavras ou situações se repetem. E, da mesma forma, qualificar os conteúdos apresentados. *“Em conclusão, pode dizer-se que o que caracteriza a análise qualitativa é o fato de a <<inferência – sempre que é realizada – ser fundada na presença do índice (tema, palavra, personagem, etc), e não sobre a frequência da sua aparição” (p.115 e 116).*

Durante a exibição dos dados busca-se enumerar e categorizar quantas vezes o futsal foi lembrado pelos colunistas dos jornais analisados e no tempo e espaço determinados; que ênfase foi dada ao esporte; que espaço máximo chegou a ganhar o futsal em algum dia específico; de que forma as matérias abordaram.

Para isso, utiliza-se de fotos das matérias, gráficos, estatísticas, dentre outros recursos que possam justificar o trabalho e o problema inicialmente levantado sobre a cobertura extremamente majoritária que o Futebol de campo recebe da grande mídia em relação a outros esportes.

Para o estudo foram recolhidas para análise de conteúdo: 231 matérias, 196 notas e 122 colunas do jornal *Zero Hora*; 177 matérias, 165 notas e 39 colunas do jornal *Correio do Povo*. No total, foram 408 matérias, 361 notas e 161 colunas, somando as 30 edições de cada jornal durante todo o mês de abril.

O trabalho permite uma grande compreensão das editoriais, da maneira como cada uma trabalha diariamente dentro das respectivas redações. Para uma melhor

definição também realizou-se uma entrevista com os chefes das editoras esportivas de *Correio do Povo* e *Zero Hora*.

6 OUTROS ESPORTES NOS JORNAIS *CORREIO DO POVO* E *ZERO HORA*

Nesta etapa foram analisados os jornais *Correio do Povo* e *Zero Hora* a fim de se fazer um levantamento dos seus cadernos esportivos e como fazem as coberturas de esportes, além do futebol. Obviamente, a supremacia do futebol ocorreu de maneira gritante nos dois periódicos. Este capítulo problematiza esta questão e busca entender o quadro e como é feito o jornalismo esportivo nos principais diários do Rio Grande do Sul.

As análises foram feitas de maneira parecida com os dois jornais. Contabilizando o conteúdo de todo o mês de abril, foi possível fazer um levantamento de dados e entender as linhas editoriais de cada um. Dessa forma vai se esclarecer neste capítulo quais são os fatores que explicam a maior cobertura para o futebol.

Além disso, entrevistas realizadas com os editores-chefes de *Zero Hora* e *Correio do Povo*, permitem compreender quais são os casos em que se deve dar uma maior atenção a outros esportes e quais são esses outros esportes que interessam esporadicamente aos jornais. Dessa forma, se pode criar uma classificação dos esportes segundo o grau de importância de cada um.

O uso de recursos como quadros e gráficos, além das entrevistas, tornam mais dinâmica a leitura e de fácil compreensão. De modo geral, respeitando as particularidades de cada jornal, os dois convergem em um pensamento editorial semelhante e uma visão de mercado que está imposta sob forte influência da televisão e da internet.

Adota-se como critério de divisão das notícias entre: colunas (tudo o que foi escrito de forma pessoal, assinado pelo autor), matéria (o que unia texto e foto) e nota (escritos curtos, resumos, notícias sem grande desenvolvimento).

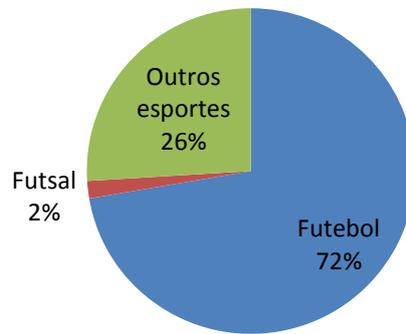
6.1 Caderno de esportes da *Zero Hora*

Durante todo o mês de abril de 2015, a *Zero Hora* publicou 231 matérias no caderno de esportes, 203 notas e 122 colunas. O quadro abaixo descreve a frequência e a quantidade de vezes que apareceram cada esporte. Na sequência, após o quadro, três gráficos vão identificar os percentuais para que se possa comparar as coberturas de futebol, futsal (esporte escolhido para objeto de estudos)

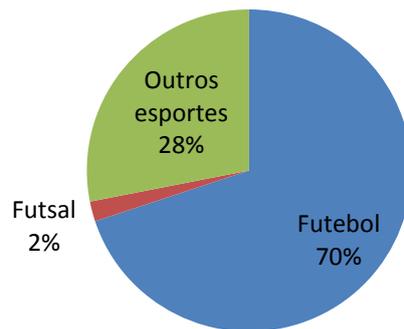
e os demais esportes (entende-se pelos esportes que aparecem relacionados no quadro).

Quadro 2 - Divisão de notícias sobre esportes da *Zero Hora* em abril de 2015

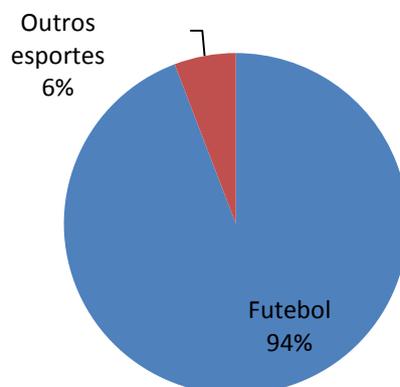
Esporte	Matérias	Notas	Colunas
Basquete	5	8	0
Olimpíada	9	5	0
Futsal	4	4	0
Fórmula 1	6	1	0
Tênis	4	11	0
Atletismo	3	1	0
MMA	2	1	6
Turfe	10	0	0
Stock Car	5	0	0
Vôlei	5	2	0
Natação	3	7	0
Ciclismo	1	3	0
Surfe	3	4	0
Boxe	0	1	1
Vela	0	2	0
Ginástica	1	1	0
Fórmula E	1	0	0
Fórmula Endurance	1	1	0
Fórmula Truck	0	2	0
Moto GP	0	1	0
Judô	1	2	0
Golfe	0	1	0
Snowboard	0	1	0
Futebol	167	137	115

Gráfico 1- Matérias do caderno de esportes

Fonte: elaborado pelo autor

Gráfico 2: Notas do caderno de esportes

Fonte: elaborado pelo autor

Gráfico 3: Colunas do caderno de esportes

Fonte: elaborado pelo autor

A *Zero Hora*, durante esse período pré-olimpíada, tem feito matérias recorrentes sobre esportes olímpicos. No quadro, estes esportes entraram como “Olímpia”, neste setor foram apresentados tais como vela, arremesso de peso, futebol olímpico, entre outros. Fizeram parte do quadro, esportes que ganharam espaço exclusivo. Os colunistas, de modo geral, sempre comentaram sobre futebol. MMA e Boxe apareceram porque o jornal tem a coluna “No mundo das Lutas”, ela sai no jornal nas quintas-feiras e em algum momento que antecede ou logo após uma luta importante do ponto de vista editorial. O turfe também tem sua especificidade e um espaço próprio no jornal. Todas as quintas e sextas-feiras ele aparece. As matérias são na verdade uma espécie de síntese em forma de quadro com resultados e programações. Não foi considerado na análise o quadro "Hoje na TV", por ser apenas um informativo diário que informa o que tem na programação esportiva da televisão, ele não possui critérios básicos que possam ser considerados como nota ou matéria.

Os critérios de **noticiabilidade** do jornal são bem claros: futebol tem que ser coberto na íntegra, com espaço principal para Grêmio e Internacional. No entanto sempre se reserva lugar para uma passada pelos principais campeonatos do país e da Europa. Durante o período do mês de abril, estavam acontecendo campeonatos estaduais, destaques sempre para os de Santa Catarina, Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro e Paraná. Nos campeonatos europeus ganharam notas e até matérias, campeonatos como o Espanhol, Italiano, Alemão, Champions League e Liga Europa. Clubes que tenham jogadores brasileiros vivendo bons momentos são fundamentais para serem pautados, é o caso do Barcelona, de Neymar. Passada a parte do futebol, a *Zero Hora* possui o "Mais Esportes" (Figura 5), neste espaço é que são divulgados os outros esportes que aparecem no quadro: vôlei, tênis, futsal, atletismo, basquete, ciclismo... No entanto, não há uma regularidade, não há dias específicos para eles.

Figura 5 - Quadro "Mais Esportes", da Zero Hora



Fonte: Zero Hora online.

As matérias aparecem conforme há destaques naquele dia. Através de pesquisa, entrevista com o editor e da análise feita de todas as matérias, se pode classificar os critérios adotados pela editoria na questão da cobertura do "Mais Esportes":

- **Grandes campeonatos pelo planeta:** é o caso dos "Abertos de Tênis", Mundial de Fórmula 1, Olimpíada (que inclusive ganhou uma editora própria), Mundial de Surfe, Natação, etc.
- **Competições importantes em que atletas brasileiros tiveram uma boa participação:** O melhor exemplo pode ser o Mundial de Surfe que pouco se falava, mas que os brasileiros estão passando por um bom momento na competição. Isso fez com que a editoria se visse obrigada a pautar com certa frequência. Outros exemplos que apareceram algumas vezes foram: judô, basquete (destaque para os times com jogadores brasileiros na Liga Americana), natação, ciclismo, ginástica, tênis, vela. Fórmula E, teve uma matéria no jornal por marcar a participação brasileiro Nelsinho Piquét.

- **Grandes astros do esporte:** Neste item independe a nacionalidade do atleta. Segundo o editor Diego Araújo¹, o público tem ídolos internacionais e gosta de acompanhá-los. Como é o caso de matérias/notas sobre Federer, Djokovic e Nadal (tênis); Jon Jones (MMA); Michael Phelps (natação); Kelly Slater (surf); Mayweather (boxe); Usain Bolt (atletismo).
- **Competições nacionais importantes:** Stock Car, Fórmula Truck, Liga Nacional de Futsal, Liga Nacional de Vôlei, NBB.
- **Atuação de destaque de Gaúchos em competições nacionais:** É o caso do Vôlei com o Canoas e o Bento; e do Futsal com ACBF de Carlos Barbosa e Atlântico de Erechim.
- **Competições de nível nacional ou internacional sediadas no nosso estado:** automobilismo no Velopark ou no Tarumã; atletismo na SOGIPA; teve um caso de uma competição de snowboard, em Gramado.
- **Escândalos, problemas, polêmicas:** Caso de doping do Anderson Silva, escândalos de corrupção no esporte.

O editor-chefe do caderno de esportes da *Zero Hora*, Diego Araújo (2015), em entrevista, relacionou como na editoria são tratados cada esporte e qual seu respectivo grau de importância do ponto de vista da empresa. O jornalista reconhece a falta de espaço na mídia, até mesmo espaço físico, em se tratando do tabloide impresso, para que se cubra mais e melhor os esportes:

A gente cobre basicamente os grandes campeonatos de vôlei, basquete, tênis, velocidade e futsal. Esses são os campeonatos que a gente tem um pouco mais de sistematização. Sempre que tem uma semi-final, a gente apresenta a semi-final, se tiver, sabe, a gente apresenta campeonatos. E, eventualmente se tem um campeonato aqui de vela - dos nossos clubes aqui -, é legal ou se tem um campeonato mundial de ginástica. A gente dá competições maiores. Se tu olhar a cobertura que a gente dava pra surfe e a que nós estamos dando agora é muito maior. É meio óbvio isso. Então, se o vôlei é o momento do Grand Prix, é o momento do mundial, da copa do mundo... Nós vamos dar o campeonato legal. Tênis, a gente cobre o "Grand Slam" direto. Roland Garros a gente faz uma cobertura legal; Fórmula 1 a gente faz uma cobertura razoável. A gente está cobrindo, sistematicamente, desde o ano passado os campeonatos regionais que nos cobravam muito. Nós, desde março de 2012 passamos a ter pelo menos uma página por dia, todos os dias. No caderno de segunda-feira que a gente tinha 12 páginas, às vezes 8, a gente passou pra 16. E ali a gente tem de 3 a 4 páginas de "Mais Esportes". Então, a gente deu uma crescida dentro das nossas pernas. É óbvio que falta muito ainda. (ARAÚJO, 2015)

¹ ARAÚJO, Diego: **Editoria de esportes do jornal Zero Hora**. Porto Alegre, 2015. Entrevista informal concedida ao autor no dia 26 de maio de 2015.

Questionado sobre a **futebolização** do jornalismo esportivo praticado pelo diário, Araújo (2015) explicou que a linha editorial vai de acordo com o gosto do público e por isto a supremacia do futebol. O quadro é de um público cativo, fiel ao futebol, mais especificamente à dupla Grenal. A ênfase maior é nos dois clubes e o restante se divide entre as outras pautas.

Depende muito do público, entendeu? Eu acho que a audiência do futebol ainda é maciça. Muito grande, muito avassaladora. E, vou te dizer, nós não cobrimos futebol aqui. Nós cobrimos dupla Grenal. É uma outra coisa. As vezes a gente abre espaço para uma outra coisa dentro do futebol e o pessoal não gosta. Mas o que a gente busca é a gente não ser "autista", vamos dizer assim. Está acontecendo algum negócio de outros esportes a gente tem que estar cobrindo bem. É questão de credibilidade. Então, nós temos algumas pessoas que são especializadas em outros tipos de esportes. Nós temos um de Fórmula 1; tem um cara aqui que foi esgrimista e que gosta muito de outros esportes. A Débora², nós estamos especializando ela como editora olímpica. Então, está se criando, só que tem um limite isso, infelizmente. Nós não temos espaço, nós não temos recursos humanos para ter mais páginas de outros esportes, infelizmente. (ARAÚJO, Diego, 2015. Entrevista realizada pelo autor, no dia 26 de maio de 2015)

6.2 Caderno de esportes do *Correio do Povo*

Também no mesmo período, foi observado o jornal *Correio do Povo*. Da mesma forma que foi feita anteriormente, o quadro abaixo divide os assuntos trabalhados no jornal por notas, matérias e colunas. Na sequência, também virão os gráficos com os percentuais.

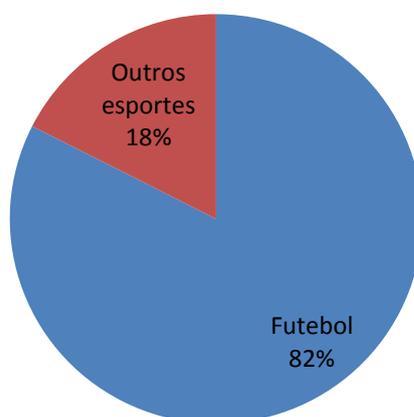
Quadro 3 - Divisão de notícias sobre esportes do *Correio do Povo* em abril de 2015

Esporte	Matérias	Notas	Colunas
Basquete	1	1	0
Olimpíada	1	5	0
Vôlei	5	4	0
Fórmula 1	7	4	0
Tênis	5	14	0
Atletismo	0	3	0
MMA	4	2	0

² Débora Pradella: Editora responsável pelas matérias sobre esportes olímpicos.

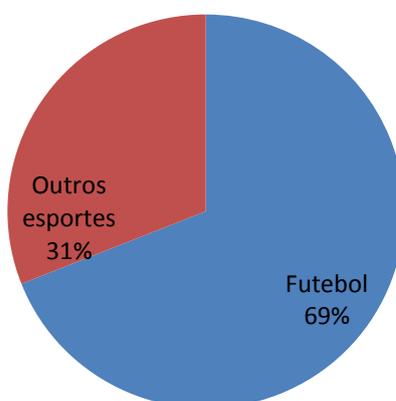
Surfe	1	7	0
Stock Car	1	1	0
Vela	1	2	0
Natação	3	3	0
Arremesso de peso	0	1	0
Judô	1	3	0
Boxe	1	1	0
Futebol	146	114	39

Gráfico 4: Matérias do caderno de esportes



Fonte: elaborado pelo autor

Gráfico 5: Notas do caderno de esportes



Fonte: elaborado pelo autor

Os dados tirados a partir da análise do *Correio do Povo* mostram um quadro ainda de maior diferença que o da *Zero Hora*. O jornal possui um número menor de páginas e, conseqüentemente, o espaço para o esporte fica reduzido. O caderno tem em torno de quatro páginas diariamente, exceto nas segundas-feiras que ganha oito páginas até para mostrar quadros, resumir a rodada de futebol do final de semana. Para análise, desconsidera-se o quadro "Esportes na TV" que é equivalente ao "Hoje na TV", da *Zero Hora*, que já teve sua ausência justificada acima.

O *Correio do Povo*, segundo Mombach³ (2015), é um jornal de notícias curtas. O público não tem mais tempo para ler textos de muitas laudas. A notícia tem que ser objetiva, para que possa ser lido rápido. O pouco espaço que se tem no jornal faz com que a editoria de esportes faça a maior parte das matérias sobre futebol. Outros esportes ficam por conta de pequenas notas. O jornalista define os critérios adotados para a cobertura esportiva na sua editoria:

O que vem em primeiríssimo lugar: Internacional e Grêmio. Porque isto, pessoas que gostam de vôlei e basquete; pessoas que gostam de iatismo, automobilismo... Gostam de Internacional e Grêmio também. O que ficou do chamado "esporte amador": o nosso remo não é mais o mesmo por uma série de circunstâncias, até pelas obras que hoje se faz ali no rio Guaíba; o nosso voleibol agora tenta se recuperar, o basquete tenta se recuperar. Mas o que é que o leitor prefere? [futebol]. E quando for basquete e volêi: é o alto rendimento. (MOMBACH, 2015).

Mombach (2015), explica que o papel está muito caro. Em meio à crise econômica e do jornalismo de modo geral, foi preciso diminuir o número de páginas. A destinação de verba que o jornal recebia anteriormente já não é mais a mesma, a internet acaba sendo um concorrente na questão publicitária. "O papel é indexado ao dólar e as pessoas têm que entender isto. Um jornal tu faz com anúncio e neste momento o papel é caro" (MOMBACH, 2015). Então, a edição do jornal vai se dar conforme a necessidade. Só se aumenta o número de páginas em dias muito movimentados.

Em síntese, a falta de espaço para os outros esportes no *Correio do Povo* se dá principalmente pelo pouco espaço que tem o esporte como um todo no jornal e, do ponto de vista editorial, nesta circunstância é preciso cobrir de maneira mais ampla Internacional e Grêmio. Para aparecer no caderno, além do futebol, precisa

³ MOMBACH, Hiltor. **Editoria de esportes do *Correio do Povo***. Porto Alegre, 2015. Entrevista informal concedida ao autor em 28 de maio de 2015.

estar acontecendo algo muito grande, muito importante. Algo de interesse massivo. E não de um público segmentado.

Neste caso os critérios acabam sendo os mesmos notados nos dois jornais e já referido na análise de *Zero Hora*: Os grandes campeonatos nacionais e internacionais, os grandes astros dentro e fora do país, assuntos polêmicos, entre outros.

Chama a atenção que as quatro matérias que falaram de MMA, eram do Anderson Silva que se referiam. Outro destaque é que o tênis foi um esporte bastante lembrado pela editoria. A expressão que resume os critérios de **noticiabilidade** do *Correio do Povo* é alto rendimento.

Um ginasta ganhando medalha, ganhando etapa de mundial; uma gaúcho bem em uma competição... Essa é a nossa realidade. E em São Paulo é a mesma coisa, Minas Gerais e Rio de Janeiro a mesma coisa. É a realidade nacional. Não é a nossa realidade. Eles também seguem um pouco a tendência da televisão. A TV entra, começa a dar audiência e os jornais acabam indo atrás. Mas Grêmio e Inter é o carro-chefe e não tem como fazer diferente. O quadro é este. Os esportes que quiserem se estabelecer no Brasil têm que ser de alto rendimento. Como era feito antigamente, não funciona mais. Tem que ser de competição. Para um time de voleibol e basquete estarem no jornal - e não aqui, mas em qualquer jornal do Brasil -, ele tem que estar numa liga superior. O jornalista vai atrás da notícia e a maior come a menor. (MOMBACH, 2015)

O diário possui uma linha editorial bem determinada e os critérios referidos pelo editor em entrevista refletem no quadro de análise. Percebe-se que os esportes (tirando o futebol), têm bem mais notas do que matérias e os colunistas somente falaram de futebol durante todas as edições do mês de abril.

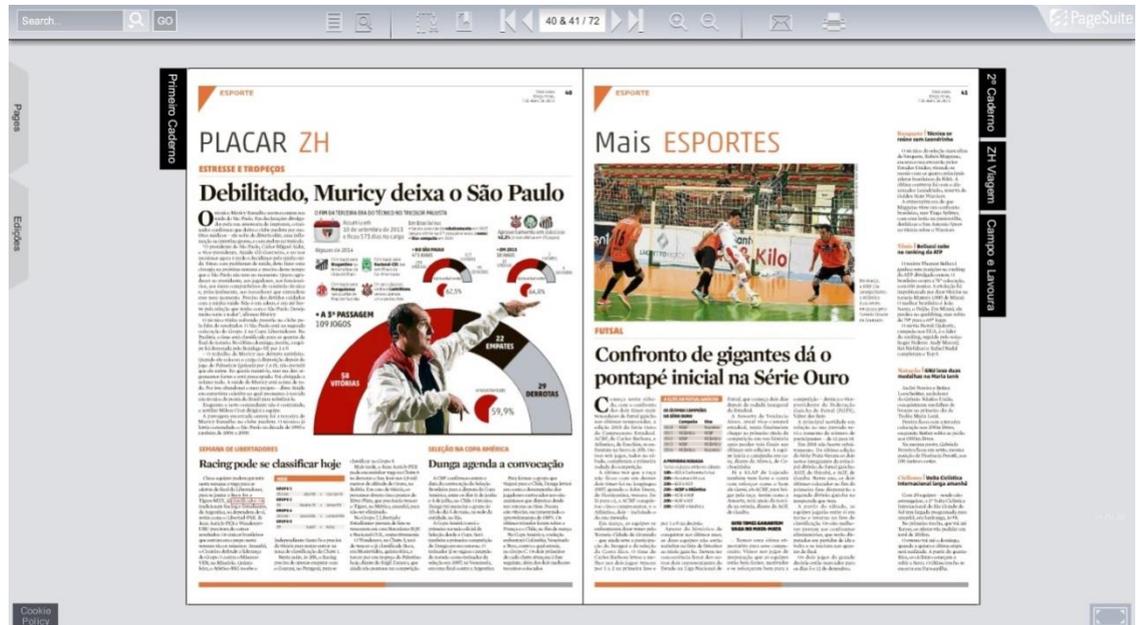
6.3 O Futsal nos Jornais

O futsal, de acordo com a análise, embora seja uma modalidade adaptada do futebol, é tratado dentro das editorias, de acordo com seus critérios. Os dois jornais deixaram claro a maneira com que trabalham e o porquê do esporte ser tão pouco lembrado.

Conforme mostraram os quadros dos subtítulos anteriores, a *Zero Hora* cobriu o Futsal em oito momentos: foram quatro notas e quatro matérias. Eles anunciaram o início da Liga Nacional e falaram dos jogos dos times gaúchos Atlântico e ACBF. O *Correio do Povo* não apresentou o assunto no período estudado (mês de abril de 2015). Na figura abaixo, a matéria da *Zero Hora* sobre jogo envolvendo as duas

principais equipes do estado, na estreia da Série Ouro, dentro do quadro "Mais Esportes".

Figura 6 - Matéria de futsal na *Zero Hora*



Fonte: *Zero Hora* online.

Sobre a cobertura do futsal na *Zero Hora*, o editor esclarece:

O Futsal é da mesma forma que os "outros esportes". A gente vai acompanhando, hoje temos a série ouro, demos uma chamada para o jogo e a classificação atual, final de semana a gente deu como tava a Liga Nacional... Chega na final, nos playoffs a gente dá uma cobertura maior. Mas não tem uma cobertura de ir nos times, até porque os times são todos do interior aqui. Não tem essa cobertura como a gente faz com dupla Grenal. A gente não faz isso nem com futebol, Brasil de Pelotas, Juventude, outros times assim, não tem como fazer (...) Mas, assim, se tiver fato a gente corre atrás. Agora, não dá pra cobrir uma coisa maior do que ela é. Eu gostaria muito de cobrir melhor a Série Ouro (futsal) porque eu sei que mexe com muita gente. Mas mexe com um grupo de pessoas, eu tenho que fazer a opção. (ARAÚJO, Diego, 2015. Entrevista realizada pelo autor, no dia 26 de maio de 2015)

A *Zero Hora* e o *Correio do Povo* seguem os seus critérios de cobertura. O futsal, para a *Zero Hora*, se enquadra na linha dos esportes que são lembrados sempre quando há um momento de destaque, como foi no caso da estreia da Série Ouro. Houve uma nota também para uma crise política interna da Confederação. Já o *Correio do Povo* não cobre por não considerar que o mês de abril - período de início dos campeonatos -, seja uma fase em que o esporte está em alto rendimento. Talvez um motivo que fizesse o "Correio" cobrir o futsal fosse um campeonato

mundial tanto de clubes ou de seleções, ou as fases finais da Liga Nacional. No entanto, não foi o caso do mês de abril, logo não houve cobertura de nenhuma maneira (nota, matéria ou coluna). MOMBACH (2015) define que o público atual é atraído somente pelos grandes espetáculos, é isso que ele quer ler nos jornais e os esportes de menor expressão, ou os ditos "amadores", acabam sendo deixados de lado na editoria.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho buscou problematizar o excesso de matérias sobre futebol no espaço de esportes. Em contrapartida mostrou também o quanto os demais esportes não têm a mesma divulgação. Utilizando o futsal como objeto de análise, o estudo mostrou a diferença no tratamento dos esportes pela grande mídia.

A partir da análise de conteúdo, das leituras e das entrevistas realizadas, posso concluir que o quadro atual do Jornalismo Esportivo brasileiro, ao menos no que diz respeito aos grandes jornais, tem seus critérios bem definidos em relação a importância de cada esporte.

O futebol está no topo da **noticiabilidade** de maneira intocável. Primeiro, no caso dos jornais estudados, se abre espaço aos clubes da região, depois estende-se para o Brasil e para os grandes campeonatos da Europa. Após o futebol, outros esportes ocupam o que eu classifico como uma segunda divisão. Nesta faixa estão alguns como: tênis, basquete, vôlei, automobilismo, MMA e o próprio futsal. Estes são os esportes que revezam sua aparição nos jornais e pelo menos um ou dois deles são lembrados todos os dias, se não com uma matéria, com pequenas notas. Fato que faz estes esportes aparecerem são os nichos de fãs e praticantes que cada um deles possui. Outro fator são os grandes astros mundiais (brasileiros ou não), que são os ídolos de muitos leitores. O público gosta de acompanhá-los.

Há ainda aqueles esportes que surgem nos jornais com menos regularidade e vão depender do momento, do contexto do esporte em uma determinada semana ou período. É o caso de esportes como natação, ciclismo, surfe, ginástica, judô, entre outros. Estes aparecem somente quando há um "gancho". Pode ser uma grande competição mundial (como é o caso das olimpíadas); pode ser a aparição de destaque de algum brasileiro (o caso do surfe que há pouco Gabriel Medina sagrou-se campeão mundial); ou ainda, o Brasil estar sediando uma competição importante sempre é motivo de notícia.

De fato não há espaço nos jornais para que se tenha uma maior cobertura de demais esportes. Dentro desta linha de raciocínio, as empresas de jornais acabam fazendo a escolha pelo que mais lhe rende financeiramente. Onde estão as maiores cotas publicitárias, não há dúvidas - pelo menos não no Brasil - que é no futebol de campo. E é por aí que o pensamento do empresariado vai centrar-se.

A questão que se discute é o que vem primeiro. As verbas publicitárias não atingem, ou atingem pouco, os esportes de menor expressão porque não veem nele um bom meio de divulgação. A mídia por sua vez não dá importância pra estes esportes porque não são do interesse de seus patrocinadores. Isso cria um ciclo em que o cenário fica cada vez mais congelado. As empresas de comunicação se defendem dizendo que não podem criar notícia. O esporte deve primeiro destacar-se e a cobertura virá como consequência. O argumento é válido. Contudo, sabe-se que esporte não se faz sem incentivo financeiro. Um atleta dificilmente vai se tornar um competidor de alto nível se ele não for profissional, se para viver seja necessário dividir o período de treinos com outra atividade profissional. É neste ponto que entra a importância da mídia como modo de divulgação do esporte.

É necessário que se altere este quadro. Não vai ser rápido, muito menos simples de fazer essa mudança. No entanto, é preciso que o país deixe de ser o "país do futebol", é uma função até mesmo social do esporte aderir adeptos, proporcionar com que pessoas sobrevivam desta atividade e não somente sendo jogadores de futebol. Penso que o primeiro passo pode sim vir da mídia, ao invés de esperar pelos atletas se destacarem. Gradualmente pode-se abrir mais espaço e dar alternativas ao leitor. A internet pode ser um grande facilitador, mas os jornais, principalmente os mais tradicionais, ainda são muito mais lidos em relação a blogs esportivos, por exemplo.

Não espero também que o futebol seja substituído, ou que passe a ser lentamente esquecido, apenas que ceda um pouco do seu espaço para que o público tenha mais opções de leitura e que em uma análise de cadernos esportivos não dê uma diferença tão discrepante como a observada nos quadros de comparação presentes no capítulo de análise.

Contribuo com esta análise para que possam ser levados adiante os dados aqui apurados e possamos discutir a partir deles a realidade do nosso Jornalismo Esportivo. Enxergar através das questões problematizadas no estudo o caminho pelo qual ele deve seguir a fim de melhorar o trabalho dos jornalistas do setor, bem como valorizar o profissional especializado.

REFERÊNCIAS

A primeira crônica de Nelson Rodrigues sobre Pelé. Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/blogs/robson-morelli/a-primeira-cronica-de-nelson-rodrigues-sobre-pele/>> Acesso em: 5 de abril de 2015.

ALCOBA, Antônio. **Periodismo Deportivo**. Madrid: Síntesis, 2005.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições. 1977.

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL DE SALÃO. Disponível em: <<http://www.cbfs.com.br/>> Acesso em : 12 abr. 2015.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e Verdade**: para uma ética da informação. Lisboa: Instituto Piaget. 1999.

CORREIO DO POVO. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/?title=Correio_do_Povo> Acesso em: 20 de abril de 2015. Acesso em 4 de maio de 2015.

CORREIO DO POVO ONLINE. Disponível em: <www.correiodopovo.com.br> Acesso em 4 de maio de 2015

FERRARETO, Luiz Artur. *Rádio e Capitalismo no Rio Grande do Sul*. Canoas: Ulbra, 2007.

Futebol é paixão. Publicada originalmente na Manchete Esportiva, 31 de maio de 1958. Disponível em: http://www.vermelho.org.br/go/noticia.php?id_noticia=198977&id_secao=11 Acesso em 5 de abril de 2015.

GOMIS, Lorenzo. Jornalismo e negociação entre fontes. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 1, n.1, 2004.

LIGA FUTSAL. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/?title=Liga_Futsal> Acesso em: 12 abr. 2015.

MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo como sistema perito. **Tempo social** : revista de sociologia da USP, São Paulo, v.11, n.1, p. 197-208, 1999.

NOSSAS EMPRESAS. Grupo RBS. Disponível em: <<http://www.gruporbs.com.br/atuacao/zero-hora/>> Acesso em 16 de abril de 2015.

ORIGEM E TRAJETÓRIA DO CORREIO DO POVO SE ENTRELAM COM A HISTÓRIA DO RIO GRANDE. Disponível em: <<http://www.cpovo.net/jornal/especiais/cpespecial/PDF/Fim08.pdf>> Acesso em 18 de abril de 2015.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo**: das mídias de massa à massa de mídias.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993

RÜDIGER, Francisco Ricardo. *Tendências do Jornalismo*. Porto Alegre: Ed. da Universidade / UFRGS, 1993.

STRELOW, Aline. Breno Caldas: poder e declínio de um dos mais influentes jornalistas gaúchos. 2010. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-imprensa-strelow.pdf> > Acesso em: 22 de abril de 2015

TRAQUINA, Nelson. (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2002.

ZERO HORA ONLINE. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/>> Acesso em: 2 de maio de 2015.

ZERO HORA. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Zero_Hora> Acesso em 1 de maio de 2015.