

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
HABILITAÇÃO JORNALISMO

Lucas Hideo Katsurayama

**FUTEBOLIZAÇÃO DO JORNALISMO ESPORTIVO: UMA ANÁLISE DO  
CADERNO DE ESPORTES DA ZERO HORA**

Porto Alegre

2020

Lucas Hideo Katsurayama

**FUTEBOLIZAÇÃO DO JORNALISMO ESPORTIVO: UMA ANÁLISE DO  
CADERNO DE ESPORTES DA ZERO HORA**

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - habilitação Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dra. Sandra de Fátima Batista de Deus

Porto Alegre

2020

Lucas Hideo Katsurayama

**FUTEBOLIZAÇÃO DO JORNALISMO ESPORTIVO: UMA ANÁLISE DO  
CADERNO DE ESPORTES DA ZERO HORA**

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a  
obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - habilitação Jornalismo.

Aprovado em: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Sabrina Franzoni - Unisinos

---

Filipe Pereira Gamba - PUCRS

---

Profª Dra. Sandra de Fátima Batista de Deus - Universidade Federal do Rio  
Grande do Sul (orientadora)

## AGRADECIMENTOS

Primeiro agradeço a minha orientadora Sandra de Deus, que me deu a honra de tê-la para me guiar com paciência e sabedoria neste momento tão importante para mim.

Agradeço a toda a minha família, mas principalmente aos meus pais por estarem presentes com muito amor em mais uma etapa. Também destaco meus irmãos Arthur e Vitória, minha avó Carmem e minha tia Yumi, muito importantes na caminhada. E, claro, aos cachorros da família, especialmente a Naná, responsáveis por alegrarem ainda mais os meus dias.

Também a todos os meus amigos. Em especial a Állisson, Elivelto e Juan - grandes amizades que ganhei no primeiro momento da faculdade e as mantive fortemente até o fim. Irmãos que me ensinaram sobre vida, parceria e também jornalismo.

Aos tantos professores e colegas de trabalho que me ensinaram muito sobre a profissão e a sua importância, em um momento em que o bom jornalismo se faz mais necessário do que nunca.

A querida amiga Sandra de Oliveira pela essencial ajuda com muita paciência na revisão deste trabalho.

Por fim, agradeço a minha namorada Vitória, minha grande parceira desde 2017, que viu de muito perto e me apoiou nas conquistas e nas derrotas desses últimos anos.

E dedico ao meu avô Feliciano, que achava muito "chique" a ideia do seu neto ser um jornalista algum dia. Que descanse em paz.

## RESUMO

A monografia visa expor a futebolização do jornalismo esportivo brasileiro e problematizar esse excesso a partir da função do jornalismo e de suas teorias. Constitui-se como objeto de estudo o caderno de esportes do jornal impresso Zero Hora do Grupo RBS no Rio Grande do Sul. A pesquisa tem como referencial teórico autores que abordam a função social do jornalismo, as suas teorias e os valores-notícia. Antônio Alcoba é a principal referência para falar sobre o gênero jornalismo esportivo. A análise de conteúdo de Bardin é metodologia utilizada para a pesquisa do objeto. Compõem o corpus de pesquisa as 15 edições do caderno entre 4 e 20 de novembro de 2019. Estabeleceu-se a separação dos esportes por modalidade e gênero, e realizou-se a contagem por número de notícias, reportagens e colunas e também por área ocupada em cm<sup>2</sup>. Constatou-se uma ampla dominância de assuntos de futebol masculino sobre os demais esportes. Por fim, aplicaram-se os valores-notícia sobre o conteúdo para avaliar a presença ou não de critérios jornalísticos. Os objetos sobre futebol masculino nem sempre seguiram valores-notícia, expondo a espetacularização do esporte no jornalismo esportivo (TORRIJOS, 2012).

Palavras-chave: Jornalismo esportivo. Valores-notícia. Zero Hora. Critérios de noticiabilidade. Futebolização.

## ABSTRACT

The monograph aims to expose the footballization of Brazilian sports journalism and to problematize this excess based on the role of journalism and its theories. The sports section of the printed newspaper Zero Hora of the RBS Group in Rio Grande do Sul is constituted as an object of study. The research has as a theoretical reference authors who approach the social function of journalism, its theories and news values. Antônio Alcoba is the main reference to talk about the sports journalism genre. Bardin's content analysis is the methodology used to research the object. The 15 editions of the notebook make up the corpus of research between November 4 and 20, 2019. Sports were separated by modality and gender, and the count was done by number of news, reports and columns and also by area occupied in cm<sup>2</sup>. There was a wide dominance of men's soccer issues over other sports. Finally, the news values were applied to the content to assess the presence or absence of journalistic criteria. Objects about men's football did not always follow news values, exposing the spectacularization of sport in sports journalism. (TORRIJOS, 2012).

Keywords: Sports journalism. News values. Zero Hora. Reporting criteria. Footballization.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Corpus de Estudo - Data 04/11 .....	38
Tabela 2– Corpus de Estudo - Data 05/11 .....	38
Tabela 3 - Corpus de Estudo - Data 06/11 .....	39
Tabela 4 – Corpus de Estudo - Data 07/11 .....	39
Tabela 5 – Corpus de Estudo - Data 08/11 .....	39
Tabela 6 – Corpus de Estudo - Data 09 e 10/11 .....	40
Tabela 7 – Corpus de Estudo - Data 11/11 .....	40
Tabela 8 – Corpus de Estudo - Data 12/11 .....	40
Tabela 9 – Corpus de Estudo - Data 13/11 .....	41
Tabela 10 – Corpus de Estudo - Data 14/11 .....	41
Tabela 11 – Corpus de Estudo - Data 15/11 .....	41
Tabela 12 – Corpus de Estudo - Data 16 e 17/11 .....	42
Tabela 13 – Corpus de Estudo - Data 18/11 .....	42
Tabela 14 – Corpus de Estudo - Data 19/11 .....	42
Tabela 15 – Corpus de Estudo - Data 20/11 .....	43
Tabela 16 – Totalização de todas as edições do Corpus de Estudo.....	43
Tabela 17 – Espaço dedicado a cada modalidade nas edições do Corpus de Estudo .....	44

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2 O JORNALISMO E O SEU PRODUTO NOTÍCIA.....</b>	<b>13</b>
2.1 AS TEORIAS DO JORNALISMO .....	15
2.2 VALORES-NOTÍCIA .....	22
<b>3 JORNALISMO ESPORTIVO.....</b>	<b>26</b>
3.1 A IMPORTÂNCIA DO ESPORTE E DO JORNALISMO ESPORTIVO .....	26
3.2 JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL.....	28
3.3 JORNALISMO ESPORTIVO CONSOLIDADO .....	30
<b>4 PERCURSO METODOLÓGICO.....</b>	<b>35</b>
4.1 JORNAL ZERO HORA.....	35
4.2 METODOLOGIA.....	36
4.3 A PRESENÇA DOS DIFERENTES ESPORTES NA ZERO HORA .....	37
<b>5 VALORES-NOTÍCIA NO CADERNO DE ESPORTES DA ZERO HORA.....</b>	<b>46</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>56</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>59</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A prática esportiva moderna atrai milhões de praticantes, gira bilhões de dólares na economia e é uma das principais formas de entretenimento nos meios de comunicação. O mundo olha com atenção a abertura das Olimpíadas e a final da Copa do Mundo de futebol. Cabe então ao jornalismo acompanhar os esportes para um público que cresce cada vez mais.

O futebol é o esporte mais popular no mundo, e no Brasil não é diferente. São milhões de torcedores que se limitam, em uma maioria, a esse esporte e na categoria masculina. A imprensa esportiva, por sua vez, prioriza o futebol masculino por ser o seu principal produto, com muito mais espaço e profissionalização que os demais esportes. O objetivo deste estudo é mostrar como e porque isso acontece, problematizando a partir de valores do jornalismo.

Em um primeiro momento, o estudo vai falar da função social do jornalismo, mostrando a importância da profissão. Depois, das suas teorias e dos valores-notícia para contextualizar como é pensado o produto notícia. No capítulo seguinte, serão abordados a história e o atual momento do jornalismo esportivo no Brasil e no mundo. Posteriormente, na metodologia, é apresentada a análise de conteúdo, que é a forma como será conduzida a pesquisa com levantamento de dados e interpretação a partir dos estudos teóricos, técnicas quantitativas e qualitativas. O objeto de estudo será o caderno de esportes do jornal impresso Zero Hora, do Grupo RBS, que é o modelo comercial de maior circulação no Rio Grande do Sul<sup>1</sup>. O estudo está circunscrito a 15 edições do período compreendido entre 4 e 20 de novembro de 2019 (13 edições durante a semana e duas de final de semana).

A Zero Hora já foi objeto de estudo de vários trabalhos de conclusão de curso da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (Fabico) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). No estudo *Jornalismo ambiental: Análise documental das reportagens do jornal Zero Hora sobre o projeto de alteração na legislação brasileira (2010)*, Gabriela Matielo da Silva observou as reportagens do periódico sobre a aprovação do novo Código Florestal da época. A autora concluiu que a Zero Hora deu mais voz a fontes que defendem o setor agrícola do estado do que a ambientalistas. Em *A função social do jornalismo no mercado de notícias*

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://comercial.gruporbs.com.br/nossas-marcas/zero-hora/> Acesso em: 18 out. 2020.

(2015), Nidiane Saldanha Perdomo analisou como foi feita a cobertura da Zero Hora em um conflito entre agricultores e índios Kaigangues no interior do estado. A autora levanta a função social do jornalismo, que, pelo estudo, não é cumprida quando os objetivos econômicos são priorizados. E Bruno Rosa Teixeira em *No fim, não foi só um jogo: As representações do racismo nas coberturas de Zero Hora e Folha de São Paulo sobre o Caso Aranha* (2016), que comparou as notícias da Zero Hora com as da Folha de São Paulo sobre o caso de injúria racial sofrido pelo goleiro Aranha.

Os valores-notícia também já foram aplicados em Trabalhos de Conclusão de Curso da Fabico. Em *O florescer das notícias positivas: uma análise dos valores-notícia do portal AsBoasNovas.com* (2013), Maria Fernanda Mognon Cavalcanti buscou compreender o que seria uma "boa notícia" para o site a partir de critérios jornalísticos. Camila Cabral de Mello Viero, no estudo *GRAF SPEE: a cobertura da Folha da Tarde na batalha do Rio da Prata* (2016), também utilizou os valores-notícia para estudar a cobertura do jornal Folha da Tarde sobre o afundamento de um navio alemão na costa uruguaia, em 1939. A autora concluiu que o acontecimento tinha valor jornalístico e que o jornalismo cumpriu o seu papel de informar à sociedade.

O jornalismo esportivo também foi o foco de diversos estudos da Fabico. No trabalho *Em busca de espaço: mulheres no jornalismo esportivo em rádio e televisão* (2015), Laura Becker da Luz trouxe o passado, o presente e projetou o futuro da presença feminina nesses meios esportivos. Além da história do futebol, a autora abordou as lutas das mulheres na sociedade. Christopher Sant'Anna Wilbert, em *Jornalismo e e-sports: uma análise da cobertura jornalística aplicada a esportes eletrônicos no Brasil* (2018), tratou do rápido crescimento da modalidade esportiva no país, mas problematizou o pouco espaço que o esporte ainda recebe no jornalismo esportivo tradicional. Wilbert concluiu que ainda há muito o que evoluir e que ainda faltam estudos e profissionais na área. Em *Esporte & Cia: Os valores-notícia no radiojornalismo esportivo durante as madrugadas da Rádio Gaúcha* (2018), Kayan da Silva Moura observou a construção do programa Esporte & Cia, da Rádio Gaúcha, a partir de critérios de noticiabilidade. Moura concluiu que os valores relevância e proximidade são os mais utilizados durante o programa. Lucas dos Santos Mello, na pesquisa *Clubes e rádios: Jornalismo e fidelização do torcedor* (2019), estudou as emergentes rádios oficiais dos clubes de futebol. O autor trouxe

a fidelização dos torcedores a partir desses veículos dos times da Série A do Campeonato Brasileiro.

Ainda dentro do jornalismo esportivo, mas muito próximo do tema desta pesquisa, três trabalhos analisaram a cobertura de diferentes jornais (incluindo a Zero Hora) sobre determinados enfoques. André Maluf Baibich, em *À sombra do futebol: um estudo sobre a presença do esporte amador em jornais diários de Porto Alegre* (2007), observou a predominância do futebol em cinco jornais (Correio do Povo, Diário Gaúcho, Jornal do Comércio, O Sul e Zero Hora) para avaliar a presença de esportes amadores. Filipe Borges da Silva Raupp fez o trabalho *A segunda divisão dos esportes nos jornais* (2015). Raupp problematizou o pequeno espaço dedicado aos outros esportes, além do futebol, em dois jornais gaúchos: Zero Hora e Correio do Povo. O estudo *O futebol da bola oval: uma análise da presença do Super Bowl LII em jornais diários de Porto Alegre* (2018), de Jônatha Bittencourt, analisou os motivos que levaram cinco jornais de Porto Alegre (Correio do Povo, Diário Gaúcho, Jornal do Comércio, Metro Jornal Porto Alegre e Zero Hora) a noticiarem ou não o principal evento de futebol americano do mundo. O autor também destacou publicações que dificultam o entendimento do leitor leigo na modalidade.

Por fim, a pesquisa *Critérios de Noticiabilidade: uma análise de conteúdo do caderno de esportes do jornal Zero Hora* (2011), de Matheus Kern Bomfim da Silva, foi a mais próxima do estudo aqui proposto. O autor verificou os critérios de noticiabilidade das notícias esportivas nas matérias de capa da Zero Hora. Kern concluiu que a relevância foi o principal valor-notícia, seguido por novidade e proximidade.

Realizado esse rápido percurso pelo que já foi apresentado em Trabalhos de Conclusão de Curso na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, este estudo trata de seguir o seu próprio caminho como forma de contribuir com o campo do jornalismo esportivo em particular e do próprio jornalismo em geral. Assim, no capítulo 2 trata de “por que as notícias são como são”. Primeiramente, destaca-se a importância do jornalista na sociedade como construtor da realidade para então falar da sua função social, muitas vezes esquecida no modelo comercial. Na sequência, a pesquisa faz um resgate da história do jornalismo moderno, quando houve a sua profissionalização e a necessidade de estudos e teorias para uma profissão tão importante.

No primeiro subcapítulo, apresentam-se as principais teorias do jornalismo que são necessárias para a análise deste estudo. Com Traquina (2005), destacam-se a teoria do espelho, a do *gatekeeper*, a organizacional e as construcionistas. Com McCombs (1972), apresenta-se a teoria de agendamento. Todas essas teorias trazem argumentos que ajudam a entender o processo jornalístico de seleção e produção da notícia.

Ainda no capítulo 2, a pesquisa traz os valores-notícia a partir dos estudos de Traquina (2002). Esses, dentro de uma cultura, visam explicar critérios que dão noticiabilidade a alguns eventos e a outros não, além de elencar como priorizar as informações na construção de uma notícia. Como exemplo, a notoriedade de uma pessoa é um critério importante, assim como a morte. Dentro dos valores-notícia existem valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção. Os de seleção, divididos em substantivos e contextuais, definem se um evento é notícia e se será noticiado: primeiro pela sua utilidade pública e depois verificando se é viável produzir. Os de construção definem o que é válido no momento da elaboração da notícia.

O capítulo de número 3 é sobre o jornalismo esportivo. Para isso, aborda a evolução e a consolidação do esporte moderno, além da sua importância e necessidade de uma imprensa focada no nicho. Com Alcoba (2005), apresenta-se a história do gênero e do preconceito sofrido no início, quando se considerava que qualquer pessoa poderia fazer a cobertura dos esportes. Mas o jornalismo esportivo teve muito sucesso pela sua universalidade, sem distinção de classes, fazendo surgir a necessidade de uma especialização dos profissionais.

A história do jornalismo esportivo no Brasil é apresentada tendo como suporte Coelho (2017), que fala da forte especialização dos profissionais em futebol, esquecendo das outras modalidades. Os jornalistas que cobrem os outros esportes são raros e encontram dificuldades de crescer profissionalmente num país em que se consome fortemente o futebol.

O capítulo 4, o Percurso Metodológico, permite apresentar o Caderno de Esportes do jornal Zero Hora, o objeto de estudo. Com Bardin (2009), apresenta-se a Análise de Conteúdo, o método utilizado na pesquisa, explicando os passos da condução. Na sequência, são apresentadas cada uma das modalidades esportivas no caderno de esportes da Zero Hora durante o período analisado. Em um primeiro momento, o recorte é feito em cada dia, separado por modalidade e gênero.

Também foi feita a divisão por notícias, matérias e colunas. Ao final do levantamento de dados, somam-se esses números em cada modalidade, como vôlei masculino, futebol feminino, basquete feminino e escada masculina, por exemplo. Para obter outro tipo de dado, foi realizada a contagem de cm<sup>2</sup> utilizado para cada modalidade esportiva. Um software será utilizado para obter a área de cada notícia, reportagem e coluna.

O futebol, em relação aos demais esportes, foi assunto em muito mais oportunidades. Por outro lado, nem sempre a modalidade seguiu critérios jornalísticos. No capítulo 5, apresentam-se os valores-notícia que estão presentes no caderno de esportes da Zero Hora a partir de uma análise dos conteúdos. Também foi utilizado um estudo de Torrijos (2012), que fala justamente da futebolização da informação esportiva, além da sua espetacularização e de critérios que influenciam na definição de ser ou não notícia no gênero.

Por fim, nas Considerações Finais, problematiza-se o excesso do futebol masculino no jornalismo esportivo, já que a sua espetacularização ameaça a qualidade jornalística ao não seguir, em muitos casos, os critérios da profissão, enquanto as outras modalidades ocupam uma área mínima. Apoiando-se em Torrijos (2012b), apresentam-se algumas propostas de mudança, visando um jornalismo esportivo mais correto dentro dos valores da profissão e a necessidade da discussão nas faculdades e nas redações sobre essa problemática para que o gênero se torne mais esportivo e menos futebolístico.

## 2 O JORNALISMO E O SEU PRODUTO NOTÍCIA

Estar informado é uma maneira de participar de conversas e estar em um grupo. Para isso, as pessoas buscam informações no jornalismo - e já buscavam em sua forma pré-moderna. Portanto, os jornalistas, detentores desse mercado de informações, são participantes ativos na construção da realidade ao determinarem o que é notícia e como ela é tratada, e isso já demonstra a sua importância.

Os jornalistas também são influenciados pela sociedade e pelos seus valores. Em um coletivo, existe a definição do que é “normal e anormal, legítimo e ilegítimo, aceitável e desviante. As notícias têm uma estrutura profunda de valores que os jornalistas partilham, como membros da sociedade, com a sociedade como um todo”. (TRAQUINA, 2005, p.29). Como seus membros, esses profissionais utilizam “óculos” invisíveis que enxergam e ignoram, selecionando a realidade a partir de princípios e construindo uma nova realidade. Traquina destaca a seletividade dessa realidade:

As respostas oferecidas neste manual teórico para a prática jornalística apontam para o jornalismo como a realidade, mas uma realidade muito seletiva, construída através de inúmeros processos de interação social entre os profissionais do campo jornalístico 1) e as diversas fontes, concebidas essencialmente como agentes sociais que querem utilizar o produtor essencial do campo jornalístico - as notícias - como um recurso social para as suas estratégias de comunicação; 2) e outros jornalistas, membros de uma comunidade interpretativa, em que partilham como referência de toda a ideologia representada no pólo ideológico do campo jornalístico; e 3) a própria sociedade, devido ao fato de que toda a sua cultura profissional aponta para um papel fundamental dos valores-notícia que têm uma “estrutura profunda” (HALL, 1984) que esboça um mapa do mundo jornalístico em que há esferas do “consenso”, da “controvérsia legítima”, e “do desvio”. (TRAQUINA, 2005, p. 205).

Ao longo do capítulo, serão apresentadas as teorias do jornalismo, que buscam justificar as notícias como são, e os valores-notícia, o que dá noticiabilidade a um acontecimento. Mas, antes, também é necessário abordar a função social do jornalismo e o conflito com a sua comercialização.

O polo ideológico traz o jornalismo como um serviço público, enquanto o econômico vê as notícias como um produto em um negócio que quer vender jornais e conquistar audiência. Perdomo (2015, p. 13) diz que o conteúdo dos jornais “não pode servir somente para detalhar as últimas novidades de produtos e serviços que interessam às empresas anunciantes e a um público de elite”.

O conflito entre a função social e os interesses mercadológicos está profundamente enraizado no jornalismo, já que é uma parte importante do seu processo de desenvolvimento. Enquanto a função social é imprescindível para que o jornalismo possa existir como parte essencial da sociedade democrática, as empresas precisam manter o interesse do público com estratégias de mercado que se orientam por interesses financeiros e não sociais. (PERDOMO, 2015, p.16).

Pereira (2004<sup>2</sup> apud PERDOMO, 2015) explica que, nesse modelo comercial, o jornalista deixa de ser comprometido com o cidadão e passa a ser um funcionário do jornalismo de mercado, onde a qualidade importa menos que o lucro. Francisco Karam<sup>3</sup> (2004 apud PERDOMO, 2015, p.18) discute:

Protegida pelo acervo econômico-financeiro vinculado ao poder político, poderia a informação jornalística cumprir, no início do novo milênio, as finalidades para as quais apontaram os códigos ético-deontológicos profissionais durante o século XX?  
Muitas vezes, é difícil perceber até que ponto o jornalismo de interesse público confunde-se com a publicidade chamada de jornalismo. (KARAM, 2004, p. 230).

Traquina diz que “um exame da maioria dos livros e manuais sobre jornalismo define as notícias em última análise como tudo o que é importante e/ou interessante”. (TRAQUINA, 2005, p.19). Mas Perdomo traz uma problematização de Ignacio Ramonet (2012)<sup>4</sup> que define que, para as mídias, uma notícia “boa” é a que pode interessar o maior número de pessoas, não a mais útil ao coletivo, o que não é o verdadeiro objetivo jornalístico.

Essa opção pelos critérios de noticiabilidade que têm mais apelo comercial do que democrático é uma das causas da crise do jornalismo. Ao reproduzir um conteúdo selecionado para uma elite que sustenta a empresa financeiramente, o jornalismo abre mão de seu papel social de selecionar a informação relevante para o interesse público e assume, nas palavras de Ramonet (2013)<sup>5</sup>, ‘sua nova função de cães de guarda da desordem econômica estabelecida’. (PERDOMO, 2015, p.33).

---

<sup>2</sup> PEREIRA, Fábio Henrique. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado**: o jornalismo como profissão. BOCC: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf>

<sup>3</sup> KARAM, Francisco José Castilhos. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004. 274 p.

<sup>4</sup> RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo**: Das mídias de massa à massa de mídias. Tradução Douglas Estevam - São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

<sup>5</sup> RAMONET, Ignacio; MORAES, Dênis de; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação/Dênis de Moraes, Ignacio Ramonet, Pascual Serrano. Tradução: Karina Patrício - São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

## 2.1 AS TEORIAS DO JORNALISMO

Até surgir o “novo jornalismo” (TRAQUINA, 2005, p.146) no século XIX, o jornalismo era muito ligado à opinião e à propaganda política. A partir de então, separa-se a opinião dos fatos, sendo o segundo usado para construir o novo produto do jornalismo: as notícias. A expansão desse novo modelo foi facilitada por “1) a evolução do sistema econômico; 2) os avanços tecnológicos; 3) fatores sociais; e 4) a evolução do sistema político no reconhecimento da liberdade no rumo à democracia”. (O’BOYLE<sup>6</sup>, 1968 apud TRAQUINA, 2005, p. 35). As notícias são, então, “a mercadoria de um negócio cada vez mais lucrativo”. (TRAQUINA, 2005, p.125).

Com o novo jornalismo, surge a necessidade de normas, conceitos e teorias para tentar definir o que é jornalismo e como trabalhá-lo. Traquina (2005) traz as teorias do espelho, do *gatekeeper*, a organizacional, de ação política e as construcionistas, enquanto McCombs (1972) apresenta a teoria de agendamento.

Um conceito importante que aparece no início do século XX é a objetividade, um “antídoto para a subjetividade” (TRAQUINA, 2005, p.149), mas não como a sua negação, já que ela seria inevitável. Isso aconteceu pela confiança abalada na democracia (os governos fascistas durante as duas Guerras Mundiais) e nos fatos (com o sucesso da propaganda e o surgimento da profissão relações públicas). Com a objetividade, os jornalistas buscaram criar regras na produção das notícias para “assegurar uma credibilidade como parte não-interessada e se protegerem contra eventuais críticas ao seu trabalho”. (TRAQUINA, 2005, p.139).

É importante contextualizar a objetividade para apresentar a primeira teoria que busca explicar por que as notícias são como são: a teoria do espelho. Ressalta-se que as teorias que serão apresentadas não se excluem mutuamente. Cada uma é “uma explicação interessante e plausível, e não um conjunto elaborado e interligado de princípios e proposições” (TRAQUINA, 2005, p. 146).

A teoria do espelho, que é a mais antiga, “responde que as notícias são como são porque a realidade assim as determina”. (TRAQUINA, 2005, p. 146). Nessa visão, o jornalista seria uma pessoa sem interesses específicos. Traquina aponta, porém, que ela é uma explicação “pobre e insuficiente” (2005, p. 149), mas diz que:

---

<sup>6</sup> O’BOYLE, L. "The Image of The Journalist in France, Germany, and England, 1815-1848". Comparative Studies in Society and History, Vol. X, N. 3.[1], 1968.

[...] dificilmente os membros da comunidade jornalística aceitem qualquer ataque à teoria do espelho porque a legitimidade e a credibilidade dos jornalistas estão assentes na crença social de que as notícias refletem a realidade, que os jornalistas são imparciais devido ao respeito às normas profissionais e asseguram o trabalho de recolher a informação e de relatar os fatos, sendo simples mediadores que 'reproduzem' o acontecimento da notícia. (TRAQUINA, 2005, p.149).

Já na metade do século XX, David Manning White apresenta a teoria do *gatekeeper*, ou seja, as notícias passam por “portões”, sendo avaliadas se vão ser publicadas ou não pelo jornalista, “o porteiro”. White baseia-se em um estudo que analisou os motivos que levaram um jornalista norte-americano a descartar algumas notícias. Traquina explica que

A conclusão de White é que o processo de seleção é subjetivo e arbitrário; as decisões do jornalista eram altamente subjetivas e dependentes de juízos de valor baseados no ‘conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*’. Assim, numa teoria que Schudson (1989)<sup>7</sup> designa de ‘ação pessoal’, as notícias são explicadas como um produto das pessoas e das suas intenções. (TRAQUINA, 2005, p.150).

White (1950/1993:145<sup>8</sup> apud TRAQUINA, 2005, p. 151) conta que as notícias foram rejeitadas por serem pouco importantes e selecionadas quando havia muitos relatos do mesmo acontecimento. Hirsch (1977 apud TRAQUINA, 2005, p.151) “concluiu que o jornalista exerceu a sua liberdade dentro de uma latitude limitada e que a grande maioria das razões apresentadas por ‘Mr. Gates’ refletiu o peso de normas profissionais e não razões subjetivas” (TRAQUINA, 2005). E Gieber (1956<sup>9</sup> apud TRAQUINA, 2005, p. 151), que afirmou que o fator predominante na seleção das notícias foi a estrutura burocrática da organização e não a avaliação pessoal do jornalista. E a conclusão de Traquina (2005, p. 151) foi:

A teoria do *gatekeeper* avança igualmente uma concepção bem limitada do trabalho jornalístico, sendo uma teoria que se baseia no conceito de ‘seleção’, minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias, uma visão limitada do processo de produção das notícias.

---

<sup>7</sup> SCHUDSON, Michael. "The Sociology of news Production". Media, Culture & Society, Vol. 11, N. 3., 1989.

<sup>8</sup> WHITE. David Manning. "The 'Gatekeeper': A Case Study in the Selection of News". **Journalism Quarterly**, Vol. 27, No. 4., 1951.

<sup>9</sup> GIEBER, W. "Across the Desk: A Study of 16 Telegraph Editors". **Journalism Quarterly**. Vol. 33. N. 4., 1965.

A terceira teoria trazida por Traquina é a organizacional, publicada pela primeira vez por Warren Breed (1955-1993:154)<sup>10</sup>. Em contraponto à teoria do *gatekeeper*, Breed considera que o jornalista, pressionado pela organização em que trabalha, leva mais em conta as políticas editoriais do que suas crenças pessoais. Isso acontece por “uma sucessão sutil de recompensa e punição” (TRAQUINA, 2005, p.152), e Traquina aponta seis fatores trazidos por Breed (1955 apud TRAQUINA, 2005): 1) a autoridade institucional e as sanções (o medo de punições por parte dos jornalistas); 2) os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores; 3) desejo de alcançar uma posição de relevo; 4) a ausência de grupos de lealdade em conflito; 5) o prazer da atividade; e 6) as notícias como valor máximo e buscá-las cada vez mais. Esses seis pontos resultam em um “conformismo com a política editorial da empresa” (TRAQUINA, 2005, p. 155), mas que um ditatorialismo não seria possível, pois obrigar um jornalista a seguir uma política é um tabu ético contra a natureza da profissão, que exige independência e liberdade.

O jornalista, por sua vez, utiliza-se de cinco fatores apontados por Breed para ultrapassar a política editorial da empresa. São eles: 1) as políticas editoriais não serem completamente claras; 2) a possibilidade do jornalista de seleção nos seus critérios; 3) caso tenha uma história negada, o jornalista pode oferecê-la a um colega de outra empresa. Depois de publicada no concorrente, a notícia pode ganhar relevância e então não poderá mais ser ignorada; 4) a possibilidade de maior autonomia de um jornalista, sendo um “editor” que pode decidir o que ignorar e o que selecionar; e 5) o jornalista “estrela” tem mais chances de driblar a política editorial.

Breed (1955 apud TRAQUINA, 2005) conclui que, normalmente, a linha editorial de uma empresa é seguida pelo jornalista por conta da pressão organizacional. “A fonte de recompensas do jornalista não se localiza entre os leitores, que são manifestamente os seus clientes, mas entre os seus colegas e superiores. Em vez de aderir a ideais sociais e profissionais, o jornalista redefine os seus valores até ao nível mais pragmático do grupo redatorial”. (TRAQUINA, 2005, p.157). Traquina conclui que as notícias, segundo a teoria organizacional, “são o

---

<sup>10</sup> BREED, W. "Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis". Social Forces, Vol. 33, Outono. No. 4 (May, 1955), 1955/1993, pp. 326-335.

resultado de processos de interação social” (2005, p.157) dentro das empresas, e que o jornalista tem consciência de que seu trabalho passará pelos seus superiores.

Ainda nessa terceira teoria, o fator econômico influencia as empresas jornalísticas (com exceção das públicas), já que as notícias se tornam um produto de um negócio que faz balanço de custos e receitas. A publicidade é um fator determinante no jornalismo comercial:

Por exemplo, na imprensa, os jornalistas enchem o espaço deixado em aberto pela publicidade. Assim o espaço disponível para a informação, ou seja, as notícias, é antes de mais nada determinado pela publicidade. Na televisão, a publicidade impõe sobretudo a lógica das audiências, seguindo a lógica ‘mais audiência, mais receitas publicitárias’. Assim sendo, o conteúdo noticioso do jornal televisivo pode ser influenciado pela dimensão econômica: são incluídos no noticiário os acontecimentos noticiosos que julgam ser do maior interesse para o maior número de público. (TRAQUINA, 2005, p.158).

Traquina conclui que “A dimensão econômica enfatiza a percepção da notícia como um produto que deve ser inserido na relação existente entre o produtor e o cliente e satisfazer as exigências do cliente”. (TRAQUINA, 2005, p. 160).

Os recursos também definem o alcance da empresa. A seleção de notícias também passa pela parte financeira. Traquina diz que “não é possível ir a todas” (TRAQUINA, 2005, P.159) e então já se decide quais acontecimentos terão cobertura. Por último, Traquina cita o tamanho da empresa como fator determinante:

a) o grau de especialização dos jornalistas — havendo mais especialização nas grandes empresas; b) a dinâmica comunicacional dentro da empresa — havendo menos comunicação interativa nas grandes empresas; c) o grau de autonomia do jornalista — havendo mais autonomia nas pequenas empresas, porque há diferentes estruturas de autoridade. Nas pequenas empresas, a estrutura é mais flexível, enquanto nas grandes empresas as estruturas de controle são mais formais e mais centralizadas. (TRAQUINA, 2005, p.160 e 161).

A próxima teoria necessária para este estudo é a construcionista, de “construção social”, que se divide em duas: estruturalista e interacionista. Traquina destaca que as duas são complementares, mas divergem em alguns pontos. Ambas, porém, consideram que “as notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da comunidade profissional, dentro e fora da sua organização”. (TRAQUINA, 2005, p.173). Elas descartam a teoria do espelho, destacam o local de trabalho do jornalista, como a teoria

organizacional, mas também a comunidade profissional e a cultura jornalística, como os valores-notícia e procedimentos habituais. As teorias consideram uma certa autonomia do jornalista e “contestam a visão de que os jornalistas são observadores passivos e defendem a posição de que, ao contrário, são de fato participantes ativos na construção da realidade”. (TRAQUINA, 2005, p.174).

Para a teoria estruturalista, segundo Hall *et. al.*<sup>11</sup> (1973/1993 apud TRAQUINA, 2005, p.175-177), as notícias são um produto social que resulta de: 1) a organização burocrática dos media, ou seja, a rotina de um jornal afetando no que é selecionado; 2) os valores-notícia (tema do próximo subcapítulo), que define o que é notícia e o que é insignificante; e 3) “o próprio momento de ‘construção’ da notícia que envolve um processo de ‘identificação e contextualização’ em que ‘mapas’ culturais do mundo social são utilizados na organização”. Esse terceiro ponto é menos óbvio para Traquina, mas explica como um acontecimento faz sentido para um grupo que compreenda, segundo Hall *et. al.*, “suposições cruciais sobre o que é a sociedade e como ela funciona”.

Sendo assim, a teoria estruturalista fala que as notícias consideram a natureza consensual da sociedade, mas também destaca as notícias como construtoras dessa sociedade. A questão-chave da teoria se dá na relação do jornalista com fontes poderosas politicamente, em que essas fontes comandam a relação, determinando como o assunto será tratado e qual o seu enquadramento, e, assim, mantêm a hegemonia da ideologia dominante.

Na teoria interacionista, um fator importante na rotina jornalística é o tempo como pressão no horário de fechamento. Algo que dificulta é que os acontecimentos podem ocorrer a qualquer momento e em qualquer lugar. Cabe à empresa jornalística tomar medidas que visem prevenir o melhor possível.

Dentro da ordem do espaço e a sua imprevisibilidade, as empresas dividem o mundo em áreas de responsabilidade territorial, determinam acontecimentos com noticiabilidade e dividem-se em seções. Gans<sup>12</sup> (1979 apud TRAQUINA, 2005, p. 182) cita como isso acontece em Portugal como exemplo:

---

<sup>11</sup> HALL, Stuart. *et. al.* "The Social Production of News: Mugging in the Media". In Cohen e Young (eds). The Manufacture of News. London: Constable & Berveley Hills. In Traquina, N. (op.cit.), 1973/1993.

<sup>12</sup> GANS, H. **Deciding What's News: a Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time.** New York: Pantheon Books, 1979.

No caso português, é inegável a existência de grandes ‘buracos’ na ‘rede noticiosa’. A razão principal é a extrema concentração dos recursos das empresas jornalística, em termos de territorialidade geográfica, em Lisboa. Com a exceção do trabalho meritório de algumas empresas jornalísticas, o ‘resto do país’ é notícia, tal como os países do chamado ‘terceiro mundo’, quando há desordem: desordem natural (por exemplo, cheias); desordem tecnológica (por exemplo, acidente); desordem social (por exemplo, distúrbios ou cortes de estrada); e desordem moral (por exemplo, crime).

Na ordem do tempo, as empresas já imaginam que os acontecimentos importantes vão acontecer durante “as horas normais de trabalho” (TRAQUINA, 2005, p.183), quando as redações estão cheias. Em outros horários, o deslocamento de um repórter tem que ser justificado por um acontecimento com valor-notícia. Uma segunda medida é elaborar uma agenda com acontecimentos previstos.

Outro ponto importante da teoria é o que justifica o seu nome: a produção de notícias passa pela interatividade entre os agentes que participam da “negociação”. Traquina fala sobre essa interação a partir da “promoção” do acontecimento:

Definida a promoção como a ação de um ator que, ao presenciar uma ocorrência, ajuda a torná-la pública para outras pessoas, Molotch e Lester sublinham primeiro a existência de interesses na promoção de certas ocorrências ou na prevenção de certas ocorrências se tornarem acontecimentos públicos, e a intencionalidade que está por trás de uma parte significativa de acontecimentos (nomeadamente os chamados ‘acontecimentos de rotina’). É precisamente esta intencionalidade que Boorstin (1961) já reconheceu quando apontou a crescente presença de ‘pseudo-acontecimentos’. (TRAQUINA, 2005, p.186).

Portanto, existe uma relação de interação entre fonte política e o jornalista, interação que na teoria estruturalista era conduzida apenas pela fonte. A intenção política e as consequências da notícia na construção da sociedade são observadas na teoria interacionista.

Por último, a teoria do agendamento (agenda-setting), que apareceu pela primeira vez em um estudo de Maxwell McCombs e Donald Shaw<sup>13</sup>, em 1972. Os autores estudaram os efeitos dos meios de comunicação na população durante as eleições presidenciais estadunidenses de 1968. McCombs e Shaw entrevistaram cem eleitores indecisos e constataram como as preocupações da agenda pública (das pessoas) estavam fortemente ligadas à agenda jornalística (TRAQUINA, 2001,

---

<sup>13</sup> MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. The agenda-setting function of the mass media. **Public Opinion Quarterly**, vol. 36 (2), p. 176-187, 1972.

p. 17). Em resumo, os assuntos tratados pelo jornalismo pautavam os debates da população. Mas, em um primeiro momento, a teoria do agendamento tratava apenas da formação de o que era assunto, e não das opiniões, como foi percebido posteriormente.

Mas para McCombs (1992)<sup>14</sup>, a conclusão a tirar é clara: os atributos enfatizados pelo campo jornalístico podem influenciar diretamente a direção da opinião pública. Tanto a seleção das ocorrências e/ou das questões que constituirão a agenda, como a seleção dos enquadramentos para interpretar essas ocorrências e/ou questões são poderes importantes que o conceito de agendamento agora identifica depois de mais de vinte anos de vida intelectual (TRAQUINA, 2001, p. 42).

Peters e Kinder<sup>15</sup> (1982/1991. p. 93 apud TRAQUINA, 2001, p. 34) reforçam a capacidade do que é noticiado se tornar importante para os espectadores, moldando a agenda pública. O jornalismo, então, age como construtor da realidade ao definir o que é relevante para a sociedade, ao notificar o que não é e ao excluir da agenda jornalística - por consequência, pública.

Em sua monografia, Baibich relaciona a teoria do agendamento aos esportes, tema principal desta pesquisa, e mostra como essa teoria pode ser fator determinante para que o jornal Zero Hora dedique mais espaço ao futebol masculino do que para as outras modalidades:

O nível de exposição dos diversos esportes produz um maior ou menor interesse do público sobre as diferentes modalidades divulgadas pela mídia. Esportes com maior divulgação pelos meios de comunicação de massa entrarão na agenda de discussão do público, causando, conseqüentemente, o crescimento no interesse por aquela modalidade e todas as implicações provenientes desse interesse. Por outro lado, como citado acima por Ferreira, existe a hierarquização dos temas, de acordo com a relevância dispensada a eles pelos meios de comunicação. Com isso, modalidades esportivas com pouco ou nenhum destaque na mídia não entram na agenda de discussões do público e, conseqüentemente, não há interesse deste público sobre a modalidade. (BAIBICH, 2007, p.17 e 18).

---

<sup>14</sup> MCCOMBS, Maxwell E. "Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda-Setting Research". **Journalism Quarterly**, Vol. 69. 1992.

<sup>15</sup> PETERS, Mark E. Iyengar, SHANTO, e KINDER, Donald R. «*Experimental Demonstration of the 'Not-So-Minimal' Consequences of Television News Programs*». No livro de PROTESS, David L. e MCCOMBS, Maxwell E. (Eds.). **Agenda-Setting: Readings on Media, public Opinion and Policymaking**. Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates. Routledge; 1st Edition (June 1, 1991). 1982/1991.

## 2.2 VALORES-NOTÍCIA

A comunidade jornalística compartilha uma cultura que dá noticiabilidade para alguns acontecimentos e não para outros. Que define quais elementos dentro da notícia são prioritários e quais podem ser omitidos. A definição de o que é notícia não é científica, “aparece como instintiva e permanece quase como tendo uma lógica não explicitada” (TRAQUINA, 2002, p.204). Os valores-notícia tentam justificar, dentro de uma cultura, os critérios para um acontecimento virar notícia e o porquê de ela estar assim organizada. Traquina ressalta que esses valores podem mudar e apresenta diversos motivos:

Mas os valores-notícia não são imutáveis, tendo mudanças de uma época histórica para outra, sensibilidades diversas de uma localidade para outra, destaques diversos de uma empresa jornalística para outra, tendo em conta as políticas editoriais. As definições de o que é notícia estão inseridas historicamente, e a definição de noticiabilidade de um acontecimento ou de um assunto implica um esboço da compreensão contemporânea do significado dos acontecimentos como regras do comportamento humano e institucional. (TRAQUINA, 2002, p. 203).

É fundamental trazer uma explicação de Traquina de que existe uma “normalidade” como referência e que a sua ruptura é importante no mundo jornalístico dentro dos valores-notícia.

Mauro Wolf percebeu a presença dos valores-notícia em dois momentos: na seleção e na construção da notícia. Por isso, o objeto se divide em valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção. No primeiro grupo, ainda existe a divisão entre os critérios substantivos, “que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia” e os critérios contextuais, “que dizem respeito ao contexto de produção da notícia”. (TRAQUINA, 2002, p.186).

Primeiro vamos abordar os valores-notícia de seleção, começando pelos substantivos:

- a) a morte. “Onde há morte, há jornalistas” (TRAQUINA, 2002, p.187);
- b) a notoriedade. “O que o Presidente da República faz é importante, porque o Presidente da República é importante” (TRAQUINA, 2002, p.188);
- c) a proximidade, “sobretudo em termos geográficos, mas também em termos culturais. Um acidente de viação com duas vítimas mortais em Cascais poderá ser notícia no jornal de Lisboa e, possivelmente, com

maior dificuldade, no jornal do Porto, mas dificilmente num país estrangeiro” (TRAQUINA, 2002, p.188);

- d) a relevância, determinada pela capacidade de eventos importantes impactarem a vida das pessoas;
- e) a novidade;
- f) o tempo. Primeiro como um acontecimento atual e a sua importância; os aniversários de data, como os dez anos do ataque às Torres Gêmeas; e um acontecimento permanente como notícia por mais tempo devido ao seu impacto na comunidade;
- g) a notabilidade como algo tangível. Traquina divide esse valor em: quantidade de pessoas envolvidas; a inversão, algo que foge do normal; o insólito, como algo raro de acontecer; as falhas, como acidentes; e o excesso/a escassez, como a temperatura elevada ou uma chuva após uma longa seca;
- h) o inesperado, que surpreende, como um atentado terrorista;
- i) o conflito/a controvérsia, como a violência na política, como exemplo;
- j) e a infração, como crimes — muitas vezes tornado como rotina. Os outros valores podem dar mais significância a esse, assim como a infração pode destacar os outros. O escândalo também está associado a esse valor-notícia.

Para Traquina, os valores ajudam a construir a sociedade como consenso, uma unidade. “Grupos fora do consenso são vistos como dissidentes e marginais, sejam eles *skinheads* ou pedófilos”. (TRAQUINA, 2002, p.194).

Segundo Hartley (1982:80)<sup>16</sup>, eles ‘formam um código que vê o mundo de forma muito particular (peculiar até). Os valores notícias são, de facto, um código ideológico’. O académico britânico Stuart Hall refere-se aos valores-notícia como um ‘mapa cultural’ do mundo social. Se os jornalistas não o tiverem, não podem tornar perceptíveis às suas audiências os acontecimentos invulgares, inesperados e imprevisíveis, que ajudam a formar o conteúdo básico do que é noticiável. (TRAQUINA, 2002, p.194)

Importante trazer também três esferas jornalísticas apresentadas por Traquina (2002, p.194-195) ao citar Daniel Hallin (1986)<sup>17</sup>. A esfera do consenso,

<sup>16</sup> HARTLEY, John. **Understanding news**. Londres e Nova York: Methuen. Nova edição publicada em 1993, 1982.

<sup>17</sup> HALLIN, Daniel. **The "Uncensored War"**: 1965-67. Berkeley: University of California Press, 1986.

como valores consensuais da sociedade; a da controvérsia, em que o jornalista deve apresentar todos os lados envolvidos e as suas perspectivas, seguindo procedimentos da objetividade; e a esfera do desvio, onde os jornalistas expõem e condenam quem viola os valores de consenso, como os *skinheads* e os pedófilos.

O segundo grupo dos valores-notícia de seleção são os critérios contextuais, ou seja, o contexto que pode selecionar ou descartar um evento. São eles:

- a) a disponibilidade, como a facilidade de cobrir um acontecimento. Não é possível fazer a cobertura de todos os eventos, então busca-se nos valores-notícia se esse acontecimento justifica um determinado esforço;
- b) o equilíbrio, em caso de um evento ter sido notícia há pouco tempo e em uma quantidade que não exija um novo espaço;
- c) a visualidade, na obtenção de fotos e vídeos;
- d) a concorrência, onde jornalistas e suas empresas buscam situações exclusivas; e
- e) o dia noticioso. Como exemplo, em épocas habituais de férias, acontecimentos de pouca noticiabilidade podem ganhar mais destaque pela ausência dos acontecimentos mais corriqueiros.

Por fim, os valores-notícia de construção, que são os “[...] elementos dentro do acontecimento dignos de serem incluídos na elaboração da notícia”. (TRAQUINA, 2002, p.198). São eles:

- a) a simplificação, sendo mais prudente uma notícia facilmente compreensível. É obrigação do jornalista escrever de forma fácil;
- b) a amplificação, como “Brasil chora a morte de Senna”;
- c) a relevância, e cabe ao jornalista dar esse valor ao acontecimento.

Traquina explica com este exemplo:

[...] poluição do mar Báltico torna-se relevante para os portugueses pelo facto de uma grande percentagem do bacalhau consumido em Portugal ser pescado nesse mar. Na construção da notícia, compete ao jornalista fazer compreender a relevância da poluição com uma referência a esse facto. (TRAQUINA, 2002, p.199);

- d) a personalização, “pois as pessoas interessam-se por outras pessoas” (TRAQUINA, 2002, p.199);
- e) a dramatização, reforçando o lado emocional; e
- f) a consonância, ou seja, inserir a notícia em um contexto já conhecido.

Ao longo deste capítulo, pudemos destacar a importância do jornalismo para a sociedade como participante ativo dela na sua construção. A partir da sua relevância, surge a necessidade da definição de sua função em um cenário de conflito entre social e econômico. Também foram apresentadas as teorias do jornalismo, que visam explicar como é feita a produção das notícias a partir de critérios pessoais, de interação com a sociedade e com as empresas. Por fim, os valores-notícia são critérios mais técnicos que mostram como os jornalistas se baseiam na seleção e na construção do produto noticioso, essenciais para definir o que tem e o que não tem critérios jornalísticos.

### 3 JORNALISMO ESPORTIVO

#### 3.1 A IMPORTÂNCIA DO ESPORTE E DO JORNALISMO ESPORTIVO

Alcoba (2005, p. 31) explica que o esporte começou quando o homem lançou para longe de si uma pedra. A partir de então, a atividade esportiva entrou em um processo evolutivo que nunca mais parou: desde o número de modalidades que surgiram, passando pelo meio dos negócios, a medicina esportiva, até a tecnologia como auxílio no aprimoramento de atletas.

O esporte moderno que conhecemos hoje teve a sua estrutura moldada durante o século XIX, e consolidou-se no começo do século XX, com os Jogos Olímpicos. (ALCOBA, 2005, p.74). Hoje são mais de cem modalidades (ALCOBA, 2005, p.53), com milhões de praticantes por todo o mundo, e com atletas multimilionários, ou até bilionário, caso de Michael Jordan, ex-jogador de basquete e até dono de uma franquia da NBA (*National Basketball Association*).

Alcoba (2005, p.37 e p.38) conta que as primeiras notícias relacionadas a esporte que apareceram na imprensa foram de casos pequenos, que despertavam a curiosidade local por se tratar de um assunto curioso. O caso citado no livro é de uma luta de boxe entre o cozinheiro de Lord Smith contra o pasteleiro do Duque de Bridge. O primeiro venceu o segundo, e o Lord venceu a aposta contra o seu amigo Duque. O interesse público fez com que a luta virasse notícia e o resultado fosse divulgado para uma comunidade. *“Este tipo de comentarios, inusuales en la información de la época, tuvieron aceptación por tratarse de asuntos curiosos, y fueron el germen de lo que con el tiempo se iba a convertir en la comunicación periodística que mayor audiencia consigue”*. Assim surgiram as primeiras aparições do gênero no jornalismo, que passou por um longo processo evolutivo, com muitas dificuldades, até se tornar o que conhecemos hoje.

Durante o século XIX, o jornalismo esportivo foi ganhando forma e notoriedade, principalmente na Europa:

*Poco a poco las notas sobre deporte se fueron ampliando con artículos descriptivos de los juegos y deportes más practicados, los aspectos que la práctica del deporte suponía para la salud, con la difusión de tablas de gimnasia, apuntes y confrontaciones entre deportistas de los incipientes clubs nacidos por la aureola de la moda del sport, que desde Inglaterra se extendió por Europa. Tal éxito produjo la información deportiva que en 1828 aparece en París el Journal des Haras, una revista dedicada al*

*deporte, y en 1852 en Inglaterra, el que puede considerarse como el primer diario deportivo, Sportman. (ALCOBA, 2005, p. 38).*

O jornalismo esportivo começava a avançar, então, de pequenos relatos sobre determinados episódios para revistas exclusivas sobre o assunto e até jornais, isso ainda no século XIX. Mesmo com a evolução, ainda no início do novo gênero jornalístico, a visão predominante em redações era a de que qualquer um poderia cobrir esportes porque não era necessária preparação e educação para cobrir temas como política e economia. O responsável pelo trabalho era visto como um “jornalista de segunda”.

*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 en que gobernantes, políticos y periodistas politólogos convierten la política, por los enfrentamientos que la realidad social impone. (ALCOBA, 2005, p. 65).*

Essa desvalorização do jornalismo esportivo dentro das redações existe até hoje, como explica Coelho (2017, p. 8). Mas não por parte dos empresários, que perceberam o alto potencial de audiência e conquista de publicidade. A vantagem do gênero esporte é o alcance desde as classes mais baixas até a aristocracia. Cabia ao jornalista tentar transmitir as emoções dos eventos, as conquistas dos personagens. O preconceito com o jornalismo esportivo fazia, porém, com que as universidades não se preocupassem em investir no gênero, e sequer existia professorado especializado para aplicar o conhecimento. Sem jornalistas preparados e com o crescimento do esporte nos jornais, Alcoba traz uma nova situação:

*Empero, es lógico que conforme el deporte adquiría mayor importancia y la prensa decide a incluirlo como un género específico del periodismo, al lado de la política, la economía, la religión, las artes y las ciencias, requiera de personas capacitadas para describir lo que sucede en las competiciones y explicar su desarrollo. Al no poseer los escritores esos conocimientos, los responsables de los periódicos echan mano de quienes podían resolver esa laguna y contratan a los propios deportistas y a los técnicos, ya estuvieran en activo o hubieran terminado su vida deportiva. (ALCOBA, 2005, p.49)*

Agora com a presença de especialistas nos esportes, o problema do conhecimento específico já não existia mais. Esses ex-técnicos e ex-jogadores não tinham, porém, conhecimento jornalístico ou habilidade de escrita para transmitirem

seus conhecimentos para o público. Os novos integrantes da imprensa se “*limitaran al principio a relatar a escritores o redactores sus opiniones, para que pudiesen publicarse con arreglo a las normas más básicas del periodismo*”. (ALCOBA, 2005, p.49). Esse modelo de trazer personagens que participaram dos determinados esportes segue firme até hoje. Na TV, no rádio ou em colunas, podemos notar a presença de ex-atletas e técnicos que trazem uma visão de quem entende da modalidade pela prática.

O esporte moderno consolida-se, no início do século XX, com a restauração dos Jogos Olímpicos, e isso se escancara na sua aparição nos novos meios audiovisuais — rádio e televisão. A partir de então, ficou clara a necessidade de um novo jornalista especializado em esportes, que, segundo Alcoba (2005), logo se equipara em importância com os outros comunicadores de gêneros específicos. A demanda pela informação esportiva aumentou, o que obrigou os donos dos meios de comunicação a dedicarem mais espaço ao novo gênero. Isso fez com que um problema ganhasse notoriedade:

*Pronto los responsables de la redacción se dieron cuenta de que el periodismo deportivo era más complejo de lo que ellos habían pensado. Hasta ese momento, escribir sobre una competición era sencillo si únicamente se trataba de explicar a los clientes y receptores de los medios el resultado final con pinceladas subjetivas de cómo se había desarrollado el juego. Pero la información deportiva, al igual que sucedía en política, traspasaba ese límite y el periodista deportivo debía analizar el porqué del resultado, el juego de los deportistas y el trabajo del técnico, y eso complicaba la simple crónica o comentario de una competición. (ALCOBA, 2005, p.66)*

### 3.2 JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL

A primeira palavra escrita por Paulo Vinicius Coelho em seu livro “Jornalismo Esportivo” resume a profissão e o próprio esporte no Brasil: “Futebol”. No caso, porém, o autor faz uma citação de Graciliano Ramos, no início do século XX, que apostava que o esporte nunca ia “pegar” no Brasil. Em 2019, segundo o Datafolha<sup>18</sup>, 78% dos brasileiros tinha um time de futebol, modalidade com ampla dominância no jornalismo do país, como será apresentado na pesquisa.

Na época em que Graciliano apostou que o futebol não vingaria, o esporte do momento no país era o remo. Paulo Vinicius Coelho (2017) conta que, no início

---

<sup>18</sup> Disponível em: <https://veja.abril.com.br/esporte/datafolha-flamengo-tem-maior-torcida-do-pais-com-20-veja-lista/> Acesso em: 18 out. 2020.

do século passado, poucas pessoas acreditavam que o futebol poderia estampar as manchetes da imprensa. “A rigor, imaginava-se que até mesmo o remo, o esporte mais popular do país na época, jamais estamparia as primeiras páginas de jornal”. (COELHO, 2017, p.7). O remo logo foi superado pelo futebol, tanto que três dos quatro principais clubes cariocas da atualidade surgiram do Remo: Clube de Regatas do Flamengo, Clube de Regatas Vasco da Gama, Botafogo de Futebol e Regatas.

Em 1922, o Brasil conquistou o bicampeonato sul-americano. Cinco anos mais tarde, o presidente da República, Washington Luiz, esteve presente na inauguração do estádio São Januário, do Vasco da Gama. Em 1930, os clubes começaram a pagar os jogadores. Quarenta anos depois, o Brasil era tricampeão mundial. Em uma rápida evolução, o país formou alguns dos maiores nomes da história do esporte e hoje se autoproclama como “o país do futebol”.

Os esportes começaram a aparecer nos jornais, mas mais como registro — informando placares, as cestas —, muito diferente de como é atualmente. Não eram cadernos de esporte como se vê hoje nos principais periódicos do país, eram apenas colunas. “Tudo foi registrado. Tudo meio a contragosto. Porque nas redações do passado - e isso se verifica também nas de hoje em dia, havia sempre alguém disposto a cortar uma linha a mais dedicada ao esporte”. (COELHO, 2017, p. 8). Coelho conta sobre os relatos:

A Fanfulla é até hoje a grande fonte de consulta dos arquivos do Palmeiras sobre as primeiras décadas do futebol brasileiro. O jornal trazia relatos de página inteira num tempo em que esse esporte ainda não cativava multidões. E informava as fichas de todos os jogos do clube dos italianos. Até mesmo dos que incluíam times de aspirantes palestrinos contra os segundos quadros de equipes do interior. Não existia o que se pode chamar hoje de jornalismo esportivo. Mas não fossem aqueles relatos, ninguém jamais saberia, por exemplo, quando e qual foi o primeiro jogo do velho Palestra. (COELHO, 2017, p.8).

Apesar do futebol já ser uma paixão popular no país, o espaço dedicado ao esporte nos jornais brasileiros ainda era pequeno, mas mais por questão de espaço do que por interesse. Em 1931, surge no Rio de Janeiro o que seria o primeiro diário de esportes no país: o Jornal dos Sports. Em 1940, o futebol ganha mais espaço e muda de “relatos” para “relatos apaixonados”, trazidos por Nelson Rodrigues e Mário Filho. No final da década de 60, quando o Brasil já era bicampeão da Copa

do Mundo de futebol, os cadernos de esporte surgiram nos jornais, mas ainda com “um pé atrás”:

[...] em São Paulo, surgiu o Caderno de Esportes, que originou o Jornal da Tarde, uma das mais importantes experiências de grandes reportagens do jornalismo brasileiro. Dessa época para cá, os principais jornais de São Paulo e do Rio lançaram cadernos esportivos e deles se desfizeram como se tratasse de objeto supérfluo. Gastar papel com gols, cestas, cortadas e bandeiradas nunca foi prioridade. Nem no Brasil, dito país do futebol, que só teria revista esportiva com vida regular nos anos 1970. (COELHO, 2017, p.10).

A revista citada por Coelho é a Placar, de 1970, dedicada apenas ao futebol. Mesmo sendo lançada em março, pouco antes do tricampeonato mundial, a iniciativa ainda era vista com certo pessimismo.

Os outros esportes também tentaram o mesmo caminho do futebol, como a Placar, mas não obtiveram o mesmo resultado. A Saque, de vôlei, surgiu em 1984 e durou até o final da década. No fim dos anos 80, surgiu a Lance Livre, de basquete, que “não decolou”. Mais para o final da década de 1990, o jornalista Juarez Araújo produzia a revista Superbasquete, por ser apaixonado pelo esporte, mas também trabalhava na Gazeta Esportiva. Com sucesso, o jornalista mudou-se para Miami para transmitir basquete para o Brasil pela hoje extinta PSN (*PlayStation Network*) de TV a cabo. Quando a emissora estava perto de encerrar, Juarez já não se dedicava exclusivamente ao basquete, narrando, também, partidas de tênis.

### 3.3 JORNALISMO ESPORTIVO CONSOLIDADO

A Fifa (Federação Internacional de Futebol) estima que 3,5 bilhões de pessoas assistiram à final da Copa do Mundo de 2018<sup>19</sup>, na Rússia, entre França e Croácia. Um ano antes, as Nações Unidas estimaram a população mundial em torno de 7,6 bilhões<sup>20</sup>. Quase metade das pessoas no mundo parou o que estava fazendo para saber o resultado de um evento esportivo. Tudo isso graças aos meios de comunicação.

Alcoba (2005, p. 65) traz que os bilhões de praticantes e fãs de esporte são a prova da necessidade da informação esportiva. Os empresários perceberam isso

<sup>19</sup> Disponível em: <https://extra.globo.com/esporte/melhor-copa-do-mundo-da-historia-teve-audiencia-recorde-em-2018-diz-fifa-23321043.html> Acesso em: 18 out. 2020.

<sup>20</sup> Disponível em: <https://www.un.org/development/desa/publications/world-population-prospects-the-2017-revision.html> Acesso em: 18 out. 2020.

e comemoraram ao receberem os resultados nas vendas de jornais e o espaço que o gênero ganhava no rádio e na TV.

Segundo o escritor espanhol, o jornalismo esportivo, apesar da dificuldade em sua instauração, hoje é o gênero específico mais “requerido”. Os jornalistas que trabalham na área são os mais acompanhados pela opinião pública.

*Hoy cuantos trabajan en la sección del ya asentado género específico del periodismo son los periodistas más seguidos por la opinión pública. Sus artículos, crónicas, reportajes, fotografías e imágenes se leen, escuchan y ven no por un reducido sector de la sociedad, sino por el conjunto de la misma. De ser periodistas dedicados a una información vulgar han ascendido a la cúspide del periodismo y se han convertido en los trotamundos del periodismo por acudir a las competiciones que tiene lugar en los cinco continentes, algo que no hacen los denominados encargados del periodismo serio que, en ocasiones, se reproduce en serie, debido a manifestar opiniones idénticas sobre asuntos tan manoseados como los políticos, que jamás se solucionan. El periodismo deportivo, salvadas las dificultades que se pusieron a su instauración, es en la actualidad el género específico del periodismo más requerido. Y ahí está, lleno de vitalidad. (ALCOBA, 2005, p. 74).*

O sucesso é global. No Japão, até a publicação do livro de Alcoba, quatro diários esportivos passaram do milhão de exemplares. Na Espanha, quatro jornais esportivos estão entre os 10 mais vendidos do país. O autor conta que os espaços radiofônicos de esporte são escutados por milhões de ouvintes e as transmissões esportivas na televisão superam a audiência de qualquer programa.

Uma vantagem é que todos os setores da sociedade consomem, sem distinção de classes. Alcoba mostra a relevância do esporte ao compará-lo a outros eventos muito importantes:

*¿Qué otra actividad promueve mayor atención mundial que la jornada de la inauguración de los Juego Olímpicos? ¿Qué otra actividad levanta más atención que la provocada por el Campeonato del Mundo de Fútbol? Se podrá argüir que los conflictos bélicos, las tragedias naturales, los actos terroristas o los viajes de Su Santidad el Papa obtienen grandes audiencias. (ALCOBA, 2005, p. 64).*

Mas a conquista de espaço esportivo nos jornais foi gradual até chegar aos cadernos esportivos. Mesmo assim, com um grande número de modalidades e poucas páginas destinadas ao gênero, não é possível agradar a todos. A informação esportiva nesses veículos se reduziu basicamente a esportes de massa. Os “esportes minoritários” ganham “pinceladas” (ALCOBA, 2005, p.155) (quando há um evento notório, ganham mais visibilidade), mas não é o suficiente para os fãs dessas

modalidades. É o caso do jornal Zero Hora, objeto de estudo desta pesquisa. Uma forma de driblar o problema do espaço foi mais uma outra conquista: os diários e as revistas exclusivamente de esportes. Traquina fala da diferença entre os jornais “gerais” e dos específicos de esporte, onde cita Alcoba:

*El diario de información general reguló el número de páginas destinadas en exclusiva al deporte, en relación con la importancia de los acontecimientos y con especial atención a los proporcionadores de espectáculo. Esa limitación sirvió para que la redacción de deportes se redujese a un número que pudiera atender, de forma global, a toda la información procedente del mundo del deporte, concretándose en un mínimo de dos redactores a un máximo de diez, según la zona de influencia geográfica del periódico y su venta. (ALCOBA, 2005, p. 155)*

Alcoba complementa, dizendo que:

*La diferencia más notable entre las páginas deportivas de los diarios de información general y las de los especializados suele estar en su mayor seriedad en el tratamiento de titulares y un mayor contenido en los textos. Sus comentarios tienen la profundidad de un editorial, los reportajes suelen estar muy documentados y las entrevistas poseen cierto aire literario, aunque este modo de escribir se va perdiendo por la raquítica fórmula de la P y la R -pregunta y respuesta-, dejando al lector que se imagine dónde se realiza la entrevista, estado de ánimo del entrevistado, reacciones que presenta a preguntas polémicas, etc. (ALCOBA, 2005, p. 156).*

O grande número de modalidades não gera problema apenas de espaço nos jornais e demanda de clientes. Acaba por ser impossível um jornalista conhecer todos os esportes e muito menos dominá-los. Um exemplo citado por Coelho eram as reclamações de Nelson Piquet, ex-piloto de Fórmula 1, aos jornalistas:

O que eu não suporto é jornalista que não sabe do que está falando. Quem acompanha a temporada inteira entende o que acontece nos boxes, sabe o que se passa quando um piloto está no cockpit. A esses dedico total atenção. Não aguento é desembarcar num Grande Prêmio Brasil e ouvir alguém me perguntando se faz diferença usar um tipo de pneu ou outro ou qualquer outro tipo de pergunta imbecil. (COELHO, 2017, p.43).

A exigência de conhecimento técnico sobre Fórmula 1, aliada às queixas de Piquet, aumentou o cuidado dentro das redações esportivas no Brasil. Os profissionais especializam-se em poucos esportes pela complexidade e o que também acontece é ex-atletas e ex-treinadores participarem da produção de conteúdo. Até mesmo o futebol, esporte mais popular no mundo, requer cuidado por ser compreendido pela maioria das pessoas:

*En deportes como el fútbol en el que aparentemente los aficionados saben tanto o más que el periodista, es imprescindible el conocimiento del reglamento para poder referirse a las jugadas polémicas con ecuanimidad e intentar eliminar, por medio de su juicio, todo tipo de confrontaciones. Se deberá tener un amplio conocimiento de las diversas competiciones, de los clubs que intervienen en ellas y de los futbolistas que los integran. (ALCOBA, 2005, p.68).*

Independente do esporte, Coelho (2017, p.51) afirma que especializar-se nunca é demais. Mas para trabalhar com esportes olímpicos no Brasil, é necessário saber esperar a hora certa. Segundo o autor, nas redações só cabem jornalistas de futebol, de automobilismo e, às vezes, de tênis. Quem busca espaço no basquete, por exemplo, vai acabar cobrindo vôlei, atletismo, boxe e “é muito mais feroz a luta para chegar ao topo com outro esporte”. (COELHO, 2017, p.36).

Para os esportes que não são tão difundidos para o público, Barbeiro e Rangel sugerem uma “linguagem acessível aos ‘leigos’” (2006, p.57) para conquistar a audiência. “Quantos sabem as regras do futebol americano, ou do golfe, ou do beisebol?”, questionam. Segundo os autores, a nova geração de jornalistas “exibe um conhecimento mais amplo de todas as modalidades esportivas e tem em geral menos resistência a fazer matérias tanto de futebol quanto dos chamados esportes olímpicos”. (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p.20).

Os dois autores ainda destacam a importância e a seriedade do trabalho com eventos esportivos. Por haver interesse público, “cabe ação jornalística respeitando todos os parâmetros de precisão, investigação, limites éticos etc. Contudo, é preciso deixar claro que se trata de uma exibição e não de uma competição esportiva como se entende de outros esportes”. (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p.104).

Segundo Barbeiro e Rangel (2006, p.26), hoje a pauta esportiva brasileira virou “burocracia, refém de horários, processos industriais”. Isso porque, ao se basear no futebol, existe um calendário lógico. Os jogos são quarta-feira, quinta-feira, sábado e domingo, e nos demais dias o time treina. A rotina fica no pré-jogo, na partida em si, e no pós. Existem as coletivas, entrevistas exclusivas, contratações, mas raramente fogem dessa realidade. Além da padronização do conteúdo, existe a espetacularização do futebol (TORRIJOS, 2012), que é quando o esporte é tratado além da notícia, como quando trata da vida pessoal dos atletas ou levanta debates sem valor-notícia.

Outra situação é que, apesar do esporte interessar a todos, no Brasil, parcela do público consumidor de revistas de futebol é das classes mais baixas da

população. No início dos anos 2000, através de uma pesquisa, a Placar descobriu que apenas 20% do seu público tinha computador. O mesmo leitor se repete no Lance!, na Gazeta Esportiva e no Jornal dos Sports. O problema é que as marcas fortes passam a investir menos no meio esportivo, o que dificulta a vida dessas revistas, e migram para Veja, Exame e Playboy, já que o público é de grande poder aquisitivo. É um jornalismo totalmente dependente de anunciantes e que vai fazer o possível para buscá-los e se manter vivo.

Na busca por mais audiência e, por consequência, de mais anunciantes, o jornalismo esportivo recorre ao excesso do futebol, o esporte mais popular do mundo. Transformado em espetáculo (TORRIJOS, 2012, p. 92), a cobertura sobre a modalidade peca ao não selecionar os conteúdos sempre a partir de critérios noticiosos e, assim, perde qualidade. Os outros esportes recebem um espaço muito menor.

Como vimos nesse capítulo, a evolução do esporte moderno e a sua consagração criaram um público que quer e precisa consumir notícias sobre esporte. A evolução do novo gênero jornalístico encontrou problemas para chegar no que é hoje: o preconceito, o desinteresse pelos outros segmentos da atividade e a falta de especialização - problema existente ainda hoje. Graças a sua universalidade, o jornalismo esportivo conseguiu se consolidar. No Brasil - e em muitos países do mundo -, porém, o futebol ganha um grande protagonismo que abafa as demais modalidades, como será exposto na pesquisa do próximo capítulo.

## 4 PERCURSO METODOLÓGICO

### 4.1 JORNAL ZERO HORA

A pesquisa sobre a futebolização do jornalismo esportivo se dá no caderno de esportes do jornal Zero Hora, que pertence ao Grupo RBS, afiliado da Rede Globo no Rio Grande do Sul. O periódico trata de jornalismo geral, político, econômico e esportivo, além de ter seções dedicadas ao entretenimento, às mulheres e à culinária. Foi fundado em 4 de maio de 1964 e é o jornal líder de circulação no estado Rio Grande do Sul<sup>21</sup>.

A Zero Hora tem edições diárias de segunda-feira a sexta-feira e uma superedição para todo o final de semana, sempre aos sábados. Nas segundas-feiras, o exemplar é menor, com 40 páginas; de terça-feira a sexta-feira, são 48 páginas; e a superedição varia para um pouco mais de 100 páginas. O preço durante a semana varia entre R\$ 4,00 e R\$ 5,50, e no final de semana vai de R\$ 8,00 a R\$ 12,00. A diferença do valor se dá a partir da região: Porto Alegre ou as demais.

O caderno de esportes tem entre 7 e 11 páginas durante a semana, sendo maior na segunda-feira, após a rodada de futebol do final de semana. Na superedição, a seção esportiva costuma trazer reportagens especiais, mas mantém uma média de 10 páginas. Os conteúdos podem ser notícias, reportagens ou colunas, e fotos são bastante utilizadas.

O Caderno de Esportes de Zero Hora foi escolhido como objeto deste estudo por ser o principal jornal comercial do Rio Grande do Sul. Por possuir essa característica, o objetivo é vender exemplares e conquistar anunciantes, o que impacta no conteúdo, como mostrado ao discutir a existência do conflito entre a função social do jornalismo e os interesses econômicos. Como o futebol masculino é o esporte mais praticado e de maior consumo dos brasileiros, o caderno esportivo reflete essa realidade, priorizando a maior demanda, como será exposto ao longo da pesquisa. Portanto, obter dados sobre o espaço dedicado a cada esporte dentro da Zero Hora e, posteriormente, analisar os valores-notícia e se eles sempre estão presentes ou não, será avaliar o jornalismo esportivo brasileiro no modelo comercial.

---

<sup>21</sup> Disponível em: <http://comercial.gruporbs.com.br/nossas-marcas/zero-hora/> Acesso em: 18 out. 2020.

## 4.2 METODOLOGIA

Para analisar o espaço destinado a cada esporte no caderno de esportes do jornal Zero Hora, será feita uma pesquisa quantitativa e qualitativa. Por isso, o método utilizado é a Análise de Conteúdo. Em um primeiro momento, Bardin (2009, p. 11) define a Análise de Conteúdo como:

Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais subtis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a <<discursos>> (conteúdos e continentes) extremamente diversificados. O factor comum destas técnicas múltiplas e multiplicadas - desde o cálculo de frequências que fornece dados cifrados, até à extração de estruturas traduzíveis em modelos - é uma hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência. Enquanto esforço de interpretação, análise de conteúdo oscila entre os dois pólos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade.

Em Berelson<sup>22</sup> (1971 apud BARDIN, 2009, p. 20), a análise de conteúdo tem como objetivo a “descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”. Bardin (2009, p. 40) também traz que: “A intenção da análise de conteúdo é inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)”.

Historicamente, a análise de conteúdo foi desenvolvida nos Estados Unidos, no começo do século passado, em um contexto em que a “medida” analisava o jornalismo. O objetivo era observar o sensacionalismo e a propaganda que cresciam em um cenário de pós-Primeira Guerra Mundial.

Já durante a Segunda Guerra, a análise de conteúdo deixou de ser exclusivamente do campo jornalístico e também atingiu as ciências políticas. O governo estadunidense fez com que os analistas cuidassem de possíveis propagandas subversivas, maioria nazistas. A partir de então, foram utilizados vários processos de rastreio.

Nas décadas posteriores, outras áreas - como a psicanálise, a história e a linguística - se juntaram ao jornalismo, às ciências políticas e à psicologia no campo da análise de conteúdo. Bardin explica que o período “é caracterizado pela expansão das aplicações da técnica a disciplinas muito diversificadas e pelo aparecimento de interrogações e novas respostas no plano metodológico”.

---

<sup>22</sup> BERELSON (B.) **Content analysis in communication research**. Nova Iorque, Ill. Univ. Press, 1952, Hafner Publ. Co., 1971.

(BARDIN, 2009, p. 21). Nas tendências atuais, a autora destaca a expansão dos computadores e da inteligência artificial e a sua concentração “na apresentação das estruturas sintáticas dos textos”. (BARDIN, 2009, p.27).

Bardin divide a organização da análise de conteúdo em três etapas: pré-análise; exploração do material; e tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

A pré-análise é organizar a pesquisa. São cinco passos que não precisam obrigatoriamente seguir uma ordem, mas estão muito ligados. O primeiro citado é a leitura flutuante, que é “[...] estabelecer um contacto com os documentos a analisar e em conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações”. (BARDIN, 2009, p. 122). Depois acontece a escolha dos documentos que serão analisados a partir do recorte que a pesquisa propõe. O próximo passo é a formulação das hipóteses e dos objetivos, que é uma suposição do que será encontrado na pesquisa antes de uma análise dos dados da pesquisa. Ainda dentro da pré-análise, acontece a referenciação dos índices e a elaboração de indicadores, que é a determinação e a organização dos índices para a pesquisa. Por fim, a preparação do material, que é organizar o conteúdo da pesquisa para então começá-la.

Após a pré-análise, vem a exploração do material, que é aplicar as decisões tomadas e codificar o material da amostra. E, por fim, acontece o tratamento dos resultados da pesquisa, que consiste em operações estatísticas que mostram o que o estudo concluiu e as suas interpretações.

#### 4.3 A PRESENÇA DOS DIFERENTES ESPORTES NA ZERO HORA

O estudo que se propõe utiliza a análise de conteúdo para mostrar o espaço que o Caderno de Esportes do Jornal Zero Hora dedica ao futebol masculino e a outras modalidades esportivas, posteriormente refletindo os critérios utilizados ou a sua ausência. Foram analisadas 15 edições do acervo digital de notícias entre os dias 4 e 20 de novembro de 2019, quando a temporada de futebol ainda estava acontecendo, assim como outras competições esportivas. O momento também era preparatório para as Olimpíadas de 2020, sendo perceptível a presença da pauta.

Na leitura flutuante, foram observadas publicações do período selecionado e depois o conteúdo foi separado por modalidades e gênero: futebol masculino, automobilismo misto, futebol feminino, tênis masculino, basquete feminino etc. A categoria “geral” refere-se a dois quadros que podem ter mais de uma modalidade.

São eles: “Agenda”, que traz eventos esportivos do dia com relevância; e “Hoje na TV”, que traz as partidas que serão transmitidas nas principais emissoras brasileiras. O conteúdo também foi separado em: notícias, quando é algo factual, uma informação do dia noticioso; reportagens, quando há um aprofundamento em um assunto e não é, necessariamente, do imediato; e colunas, um espaço especial para os colunistas escreverem e opinarem de forma mais livre. Os dados foram feitos por dia, mas depois englobados em um total geral. Outra forma de obtenção de números foi a coleta em cm².

A distribuição do material encontrado, que forma o corpus do estudo, é a seguinte:

**Data: 04/11**

Número de páginas do caderno: 11

**Tabela 1 – Corpus de Estudo - Data 04/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	15		7
Geral	1		
Futebol feminino	1		
Automobilismo misto	1		

Fonte: Quadro número 1 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 04/11

**Data: 05/11**

Número de páginas do caderno: 8

**Tabela 2– Corpus de Estudo - Data 05/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	8	4	3
Geral	2		

Fonte: Quadro número 2 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 05/11

**Data: 06/11**

Número de páginas do caderno: 8

**Tabela 3 - Corpus de Estudo - Data 06/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	12	2	3
Geral	1		

Fonte: Quadro número 3 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 06/11

**Data: 07/11**

Número de páginas do caderno: 10

**Tabela 4 – Corpus de Estudo - Data 07/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	13	2	3
Geral	2		

Fonte: Quadro número 4 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 07/11

**Data: 08/11**

Número de páginas do caderno: 10

**Tabela 5 – Corpus de Estudo - Data 08/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	10	1	3
Geral	2		
MMA masculino	1		
Surf feminino		1	

Fonte: Quadro número 5 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 08/11

**Data: 09 e 10/11**

Número de páginas do caderno: 10

**Tabela 6 – Corpus de Estudo - Data 09 e 10/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	11	3	7
Geral	1		
Futsal masculino	1		
Automobilismo misto	1		
Tênis masculino	1		

Fonte: Quadro número 6 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva nos dias 09/11 e 10/11

**Data: 11/11**

Número de páginas do caderno: 11

**Tabela 7 – Corpus de Estudo - Data 11/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	14	3	4
Geral	2		
Futebol feminino	2		
Automobilismo misto	1		
Tênis masculino	1		
Futsal masculino	1		

Fonte: Quadro número 7 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 11/11

**Data: 12/11**

Número de páginas do caderno: 7

**Tabela 8 – Corpus de Estudo - Data 12/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	9	2	3
Geral	1		
eSports	1		

Fonte: Quadro número 8 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 12/11

**Data: 13/11**

Número de páginas do caderno: 8

**Tabela 9 – Corpus de Estudo - Data 13/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	13	3	3
Geral	2		
Vôlei masculino	1		
Automobilismo misto	1		

Fonte: Quadro número 9 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 13/11

**Data: 14/11**

Número de páginas do caderno: 9

**Tabela 10 – Corpus de Estudo - Data 14/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	6	4	4
Geral	2		
Basquete feminino	1		

Fonte: Quadro número 10 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 14/11

**Data: 15/11**

Número de páginas do caderno: 8

**Tabela 11 – Corpus de Estudo - Data 15/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	8	2	4
Geral	2		
Basquete feminino			1
Escalada masculino		1	
MMA masculino	1		

Fonte: Quadro número 11 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 15/11

**Data: 16 e 17/11**

Número de páginas do caderno: 10

**Tabela 12 – Corpus de Estudo - Data 16 e 17/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	13	2	9
Geral	2		
Basquete feminino	1		
Automobilismo misto	1		

Fonte: Quadro número 12 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva nos dias 16/11 e 17/11

**Data: 18/11**

Número de páginas do caderno: 11

**Tabela 13 – Corpus de Estudo - Data 18/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	12	3	5
Geral	1		
Maratona aquática feminina	1		
Automobilismo misto	1		
Tênis masculino	1		
Ultramaratona masculina paratleta	1		

Fonte: Quadro número 13 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 18/11

**Data: 19/11**

Número de páginas do caderno: 8

**Tabela 14 – Corpus de Estudo - Data 19/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	17	1	4
Geral	2		

Fonte: Quadro número 14 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 19/11

**Data: 20/11**

Número de páginas do caderno: 8

**Tabela 15 – Corpus de Estudo - Data 20/11**

<b>Modalidade</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>
Futebol masculino	10	1	2
Geral	2		
Futsal feminino para surdas		1	
Judô misto	1		

Fonte: Quadro número 15 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva no dia 20/11

Somando notícias, reportagens e colunas de cada modalidade em todas as 15 edições, o total ficou assim:

**Tabela 16 – Totalização de todas as edições do Corpus de Estudo**

<b>MODALIDADE</b>	<b>Notícia</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Futebol masculino	171	33	64	268	83,75%
Geral	25	0	0	25	7,81%
Automobilismo misto	6	0	0	6	1,87%
Futebol feminino	3	0	0	3	0,93%
Tênis masculino	3	0	0	3	0,93%
Basquete feminino	2	0	1	3	0,93%
MMA masculino	2	0	0	2	0,62%
Futsal masculino	2	0	0	2	0,62%
Escalada masculina	0	1	0	1	0,31%
Ultramaratona paratleta masculina	1	0	0	1	0,31%
Surf feminino	0	1	0	1	0,31%
Futsal feminino para surdas	0	1	0	1	0,31%
eSports	1	0	0	1	0,31%
Vôlei masculino	1	0	0	1	0,31%
Judô misto	1	0	0	1	0,31%
Maratona aquática feminina	1	0	0	1	0,31%
<b>TOTAL</b>	<b>219</b>	<b>36</b>	<b>65</b>	<b>320</b>	<b>X</b>

Fonte: Quadro número 16 elaborado pelo autor sobre o número de notícias, reportagens e colunas dedicadas a cada modalidade esportiva em todo o período analisado

A pesquisa também mediu, em cm<sup>2</sup>, o espaço dedicado a cada modalidade. As capas não entraram na contagem de cm<sup>2</sup>, apenas a parte interna. A seleção englobou textos, títulos e imagens, sempre muito próxima dos limites visuais para obter um número mais preciso. Cartolas e fotos dos colunistas foram descartadas e não entraram na contagem. Foi utilizado o software Adobe Illustrator para obter a largura e a altura de cada notícia, reportagem ou coluna, sempre de forma retangular. No total, foram 182.159,2064 cm<sup>2</sup> analisados, ou 18,21 m<sup>2</sup>.

**Tabela 17 – Espaço dedicado a cada modalidade nas edições do Corpus de Estudo**

<b>MODALIDADE</b>	<b>ESPAÇO (cm<sup>2</sup>)</b>	<b>ESPAÇO (%)</b>
Futebol masculino	173.139,3275	95,05%
Automobilismo misto	2.246,5087	1,23%
Geral	1.835,4113	1%
Surf feminino	805,2	0,44%
Futebol feminino	705,9718	0,39%
Futsal feminino para surdas	677,0542	0,37%
Futsal masculino	656,6889	0,36%
Escalada masculina	611,32	0,34%
Ultramaratona paratleta masculina	506,94	0,28%
Tênis masculino	288,4577	0,16%
Basquete feminino	268,6728	0,15%
eSports	157,56	0,09%
MMA masculino	125,118	0,07%
Vôlei masculino	71,7	0,04%
Judô misto	37,5921	0,02%
Maratona aquática feminina	25,6834	0,01%

Fonte: Quadro número 17 elaborado pelo autor com a área em cm<sup>2</sup> que cada modalidade esportiva recebeu no período analisado.

Os números obtidos na Tabela 16 mostram a forte supremacia do futebol masculino sobre os demais esportes. Em número de notícias, reportagens e colunas, a modalidade representa 83,75% do caderno de esportes da Zero Hora. Se excluirmos o “Geral”, já que é uma mistura de esportes, o automobilismo aparece em 2º lugar com apenas 1,87%.

A diferença é ainda maior quando vamos para a análise de cm<sup>2</sup>, na Tabela 17. O futebol tem 95,05% da área do caderno. Isso acontece porque, muitas vezes, uma única reportagem ou coluna pode ocupar mais de uma página inteira. O automobilismo novamente ficou com a 2ª colocação, com apenas 1,23%. Um bom exemplo da questão “tamanho em cm<sup>2</sup> x número de aparições” é o surf feminino, que teve apenas uma reportagem, mas, como ela era grande, a modalidade só perde para futebol masculino e automobilismo em área dedicada.

As capas não entraram na contagem, mas representam bem os resultados encontrados. Das 15 edições analisadas, cinco cadernos esportivos tiveram capa: os três das segundas-feiras (após a rodada do final de semana) e os dois das superedições de final de semana (pré-rodada). Na capa da primeira edição, a do dia 04/11, havia uma pequena chamada para o hexacampeonato de Hamilton (automobilismo), sendo todo o resto do espaço dedicado ao futebol masculino. Nas outras quatro capas, o assunto foi 100% futebol.

Como vimos ao longo do capítulo a ampla dominância do futebol masculino sobre os demais esportes, no próximo será feita a análise sobre as notícias, reportagens e colunas do caderno de esportes da Zero Hora. Com os valores-notícia, o objetivo é verificar se o periódico seleciona os seus conteúdos sempre a partir de critérios jornalísticos.

## 5 VALORES-NOTÍCIA NO CADERNO DE ESPORTES DA ZERO HORA

Torrijos (2012) fez uma pesquisa muito similar à proposta por este estudo. O autor analisou quatro dos principais jornais esportivos da Europa: La Gazzetta dello Sport (Milão, Itália), L'Équipe (Paris, França), Marca (Madri, Espanha) e A Bola (Lisboa, Portugal). O título do artigo, "*La futbolización de la información deportiva*", já explicita bem a forte presença do futebol no jornalismo esportivo. Torrijos explica que essa predominância acontece pelo fato de a informação futebolística ser a peça chave na espetacularização do jornalismo, já que esse esporte consegue facilmente atrair público e anunciantes.

Um ponto importante (tanto para o futebol quanto para os outros esportes) levantado pelo autor é a regionalização como fator importante para um acontecimento se tornar notícia em um jornal, o que seria o valor-notícia de "proximidade". Por exemplo: os times de futebol locais ganham mais destaque que os nacionais, mas esses aparecem mais em relação aos mais distantes geográfica e culturalmente. No caso da Zero Hora, Grêmio e Inter são o principal produto e estão muito presentes no caderno de esportes. Flamengo, Cruzeiro e Santos, por exemplo, têm uma relação direta com a dupla Gre-Nal, são equipes brasileiras (mas não gaúchas) e são mais noticiados do que o Manchester City, da Inglaterra, por exemplo.

No caso dos outros esportes, além da regionalização, Torrijos (2012, p. 84) diz que eles também são notícia quando "*se produce la aparición esporádica de grandes campeones*", já que são ídolos nacionais. A aparição de cada esporte "*varía lógicamente cada día en función de la agenda*". (TORRIJOS, 2012, p. 89).

Torrijos (2012, p. 85) diz que a grande demanda pela informação sobre futebol masculino faz com que, muitas vezes, as páginas não sejam preenchidas com "*verdaderas noticias, sino con simples anécdotas, curiosidades e información previsible procedente actos de agenda y de declaraciones de los protagonistas que se provocan y entrecruzan*", como será apresentado a seguir. O autor também afirma que o jornalismo esportivo "*no selecciona los contenidos siempre a partir de criterios estrictamente noticiosos*". (TORRIJOS, 2012, p. 92).

O caderno de esportes da Zero Hora tem um foco muito grande em Grêmio e Inter, os dois principais times de futebol do estado. O periódico traz as informações relevantes antes das partidas (onde, quando, desfalques, contextualização) e

também após, contando como foi. Esse é o principal tipo de conteúdo, com muito espaço no periódico. Também houve uma grande cobertura sobre as denúncias de corrupção por parte de ex-dirigentes do Inter, por exemplo, ou informações como a renovação de contrato de um atleta, as possíveis transferências e a convocação de algum jogador para a sua seleção.

Nesse grupo de notícias sobre Grêmio e Inter, o principal valor-notícia é a proximidade cultural e geográfica dos times com o público. As informações sempre tiveram também a novidade, no surgimento de um fato atual que tem importância. As denúncias por corrupção ainda têm o valor “infração”, um crime.

Do outro lado, estão as anedotas, curiosidades, declarações que envolvem a dupla Gre-Nal, e que podem carecer de valor jornalístico. Alguns exemplos:

- a) “E quando Jean Pyerre retornar?”: o espaço explica que o jogador do Grêmio está lesionado. Ocorre então uma entrevista com um ex-jogador do clube para ele opinar quem deve sair do time titular quando Jean Pyerre retornar.
- b) “Outro Matheus Henrique já treina no profissional”: a notícia foi da promoção de um jogador para o time principal do Grêmio. Mas ela é destaque, também, pela coincidência do nome do atleta ser o mesmo de outro do elenco. É contada um pouco da história do “novo” Matheus Henrique, que joga na mesma função do já conhecido.
- c) “Querida do Cebolinha”: após o jogo Grêmio x Flamengo, uma criança gremista ganhou a camiseta do principal jogador do Flamengo. Mas, em entrevista, o menino contou que preferia a do Cebolinha, o principal jogador do Grêmio.
- d) “E o Sarrafiore, hein?”: a matéria de praticamente duas páginas questiona se o jogador do Inter “tem bola para ser titular”. Acontece uma contextualização da expectativa em cima do jovem argentino e de como ele não tem dado certo. A reportagem ainda traz números, como foram os gols, curiosidades e opiniões dos colunistas sobre o atleta.
- e) “A sexta escalação em seis partidas”: foi um destaque de como o técnico Zé Ricardo, do Inter, não estava repetindo times, uma curiosidade. Em seis jogos, seis formações diferentes.

- f) “Para Tinga, derrota impulsionou o Inter”: Na véspera de Inter x Corinthians, a Zero Hora escutou Tinga, ex-jogador do clube gaúcho. O ex-atleta relembrou um polêmico episódio entre as duas equipes em 2005, em que o Inter foi vice-campeão para os paulistas, e como isto motivou o time colorado nas conquistas que vieram nos anos seguintes.

As colunas são, em grande maioria, sobre dupla Gre-Nal. Elas têm um formato mais livre, variando entre opinião, entrevistas, curiosidades e também informação. A coluna de Diori Vasconcelos, por exemplo, traz questões relacionadas à arbitragem, normalmente informando o juiz da partida e comentando sobre; a de Marcos Bertoncello tem foco em estatísticas e retrospecto de confrontos. Em seu espaço, Leonardo Oliveira opina e também traz informações, como, por exemplo, a possibilidade de “Um Beira-Rio cercado em 2020” a partir de casos de protestos violentos. Essa informação tem “relevância”, já que impacta a vida dos torcedores e moradores de Porto Alegre. Mas a coluna também trouxe com destaque a abertura da barbearia de um jogador do Inter: “A Nicolândia existe!”, algo que é noticiado pela notoriedade do atleta, mas não tem grande importância no mundo dos esportes.

Também sobre futebol masculino, os outros times do Campeonato Brasileiro tiveram uma forte presença no caderno, muitas vezes fazendo uma ligação com Grêmio e Inter. Dois exemplos: “Derrota boa para a dupla” foi o resultado do jogo do São Paulo, muito importante para a dupla Gre-Nal; e “A luta pelo G-4”, mostrando os caminhos de Grêmio e São Paulo na briga por uma vaga na Libertadores - a equipe paulista apenas como concorrente do protagonista gaúcho.

Apesar da forte associação com Grêmio e Inter, os conteúdos sobre o Campeonato Brasileiro têm o valor-notícia “novidade” ao tratarem, em sua maioria, sobre os jogos, algo da agenda do esporte. “Avaí cai, Cruzeiro sofre” trouxe a queda de um time para a Série B e destacou a situação delicada do Cruzeiro, e “Corinthians tira treinador do Furacão” noticiou a saída de um técnico de um time para outro. Seguidamente, também apareciam a tabela de classificação, os jogos da rodada e, de vez em quando, a associação com a loteca (apostas).

O Flamengo, o time sensação de 2019, teve destaques que fugiram do noticioso e foram para o “espetáculo”. Um espaço de uma coluna destaca que o atacante Bruno Henrique participou de um terço dos gols da equipe carioca no ano,

apenas uma curiosidade. Uma pequena matéria questiona: “Chegou a hora de o Flamengo poupar boa parte dos titulares?”. Acontece a contextualização de que a equipe não costuma preservar os seus principais jogadores, mas que isso deve acontecer na partida contra o Grêmio. A reportagem chegou a entrevistar jornalistas do centro do país para falarem sobre o time carioca e o seu condicionamento físico.

Os outros times do Rio Grande do Sul também tiveram uma presença significativa. As notícias, em sua maioria, destacavam os jogos do Brasil de Pelotas na Série B, os confrontos entre Pelotas e São José pela Copa FGF e o Gauchão 2020. A definição dos grupos e tabela do Campeonato Gaúcho de 2020 ganhou uma página e envolveu também a dupla Gre-Nal. Uma coluna de Leonardo Oliveira destacou a preparação dos outros times do estado, já pensando na competição, como a pré-temporada e as contratações. Além do valor “proximidade”, já que são clubes do estado, as notícias sempre envolveram “novidade”. As informações sobre o Gauchão 2020 também têm relevância, já que é um evento que impacta na vida das pessoas por envolver a comunidade gaúcha na principal competição esportiva do Rio Grande do Sul.

Uma reportagem homenageou os 100 anos do 1º campeão gaúcho, o Brasil de Pelotas. A matéria foi capa de uma superedição de final de semana e ganhou duas páginas, também trazendo todos os campeões gaúchos e reportando o lançamento de um livro sobre o centenário da competição. O principal valor-notícia, neste caso, é o “tempo”, já que é o aniversário de uma data, atrelado à proximidade cultural.

No mesmo sentido de “tempo”, o aniversário de 50 anos do gol 1.000 de Pelé teve uma abordagem parecida. Houve a contextualização, a reprodução de uma entrevista com o ex-jogador feita pela Folhapress e uma coluna do senador Lasier Martins lembrando o episódio. Também houve uma divulgação de um sarau em homenagem ao aniversário do evento.

Além da Série B ser destaque nas partidas do Brasil de Pelotas, a competição ganhou uma nota quando o Bragantino foi campeão. Os jogos da rodada e a classificação apareciam seguidamente junto às notícias das partidas da equipe gaúcha. O principal valor-notícia foi a “proximidade” pelo clube gaúcho Brasil de Pelotas, mas também a “novidade” no acontecimento dos jogos.

A Seleção Brasileira também teve destaque porque, no período, o time principal jogou amistosos, o sub-17 disputava o Mundial da categoria e o sub-23 tinha um torneio internacional.

Os adultos receberam atenção especial também pela notoriedade de ser o principal time do país, mas principalmente pelo fator “concorrência”, já que a Zero Hora enviou um repórter para o Oriente Médio para acompanhar o time de Tite. As notícias anunciavam a partida que ia acontecer e, depois, como o jogo tinha sido - o valor novidade.

A Seleção perdeu a primeira partida para a Argentina, o que gerou um clima de pressão sobre o treinador. A vitória no jogo seguinte foi tratada como alívio. Os colunistas usaram os seus espaços para opinarem sobre as partidas e o momento do técnico Tite.

O repórter que estava no local se limitava a: contextualizar o ambiente, como o deslocamento pequeno entre as partidas em dois países diferentes, o estádio sem grande capacidade de público, o churrasco gaúcho que seria servido ao time e era caro ou as mulheres poderem dirigir na Arábia Saudita apenas a partir de 2019; e fazer conexões com a dupla Gre-Nal, como o estádio de uma das partidas ser o mesmo que o Inter perdeu um jogo importante em 2010 ou o questionamento da imprensa local na ausência de um jogador (ex-dupla Gre-Nal que atua na Arábia Saudita) na Seleção Brasileira. Essa coluna trouxe curiosidades e entra na espetacularização do futebol.

O time sub-17, disputando o Mundial, teve uma sequência de notícias, sempre tratando do antes e do depois das partidas, a novidade. Como a equipe foi avançando e foi tetracampeã, os meninos receberam destaque pela relevância do acontecimento. Uma notícia, que informava uma partida que ia acontecer, teve o título “No embalo dos guris da dupla”, destacando os jogadores da dupla Gre-Nal que estavam no elenco, associando com os times gaúchos pela proximidade. O sub-23 recebeu espaço apenas na vitória em um jogo de um torneio internacional que classificou para a decisão contra a Argentina, o valor novidade.

O futebol internacional seguiu valores-notícia na sua maior parte: a queda do técnico Diego Maradona em um clube argentino (notoriedade e novidade); a goleada de 9 a 0 da seleção italiana (o insólito); a conquista da Sul-Americana pelo Independiente del Valle (relevância e novidade); e o novo técnico da Espanha (novidade). Uma coluna, porém, destacou dois atletas do Mundial sub-17 (um

paraguaio e outro chileno) e chegou a sugerir como possibilidades de contratações para Grêmio e Inter. Neste caso, o autor destacou e opinou sobre algo que ele observou, fazendo associação com os times locais.

O futebol também foi assunto ao tratar de racismo - o valor-notícia de infração. No período analisado, ocorreram três casos. A primeira notícia foi de um caso na Itália em que a vítima foi um jogador famoso (notoriedade), que reagiu chutando a bola em direção aos torcedores racistas. O segundo caso foi na Ucrânia e envolveu um ex-jogador do Inter (proximidade), e apareceu no caderno mais vezes. O último foi o racismo praticado por um torcedor com um vigilante em um estádio no Brasil. O destaque foi a declaração do agressor, que disse não ser racista por ter amigos negros. Por fim, a coluna de Leonardo Oliveira firmou uma parceria com o Observatório do Racismo e passou, a partir de então, a apresentar um “placar” de casos de racismo no futebol em 2019.

O futebol masculino na Zero Hora, muito pautado pela dupla Gre-Nal, segue a espetacularização descrita por Torrijos (2012) ao não depender sempre de critérios jornalísticos. Esses casos são mais comuns em: Grêmio e Inter, que são o principal produto com muito destaque; na Seleção Brasileira, ao ter um repórter no local para trazer o ambiente com muitas curiosidades; e também no futebol nacional, em menos oportunidades, ao tratar da sensação Flamengo. Quando seguiu valores-notícia, os mais presentes foram proximidade e novidade. Também foram notados os valores infração, relevância, tempo, concorrência, notoriedade e insólito.

Uma simples mudança no gênero do esporte tem uma diferença de 94,66 pontos percentuais. O futebol feminino teve apenas três notícias nas 15 edições, que ocuparam 0,39% do espaço em cm<sup>2</sup>. A primeira vez em que a modalidade apareceu, teve destaque: ocupava a maior parte da primeira página do caderno. O motivo era o empate no Gre-Nal feminino, que teve um resumo da partida e a ficha técnica. Entram, então, as questões da proximidade geográfica, já que são os dois maiores times do Rio Grande do Sul, e também cultural, levando em conta que o estado em massa torce para essas equipes no gênero masculino, o que desperta interesse em um clássico no feminino.

A segunda notícia foi uma goleada do Grêmio no Gauchão com algumas das principais informações da partida. No mesmo dia, a terceira e última aparição do futebol feminino aconteceu na derrota da Seleção Feminina na final do Torneio Internacional, na China. As três notícias dependeram da agenda dos jogos. As duas

primeiras envolveram o valor da proximidade e o principal produto esportivo do jornal: dupla Gre-Nal. A última ganha destaque também pela notoriedade, já que é a Seleção Brasileira. Todas as três notícias de futebol feminino tiveram também a novidade.

O próprio Coelho (2017, p. 38) diz que o jornalismo esportivo cria praticamente jornalistas “de futebol, de automobilismo, por vezes de tênis”. Esses últimos dois esportes são secundários no país, muito abaixo do futebol, mas já tivemos ídolos como Ayrton Senna e Gustavo Kuerten. O automobilismo apareceu seis vezes, sempre como notícia, tratando de Fórmula 1 em três oportunidades e de Stock Car nas outras três. Ambas as competições são classificadas como “mistas” por permitirem a participação de pessoas independente do gênero masculino ou feminino. Em 2019, a Stock Car tinha Bia Figueiredo como a única mulher entre os nomes participantes, enquanto a Fórmula 1 era e ainda é 100% masculina.

A primeira aparição da Fórmula 1 no caderno de esportes da Zero Hora no período analisado foi quando Lewis Hamilton conquistou o seu hexacampeonato e ganhou a última página inteira no periódico. Foi um evento com notoriedade, já que é um esporte consumido no país e que teve o principal acontecimento possível na temporada: um campeão. A segunda vez foi quando surgiu a notícia da possibilidade de São Paulo não sediar mais a competição, já que o contrato estava perto do fim e a cidade do Rio de Janeiro entrou na concorrência. Neste caso, há relevância por um possível impacto da competição dentro do Brasil e também a novidade. A Fórmula 1 aparece pela última vez na vitória de Verstappen no GP do Brasil, e ganhou a última página do caderno. Todos os casos têm o valor novidade.

A Stock Car foi noticiada em um primeiro momento para informar sobre uma corrida que ia acontecer no final de semana, no interior de São Paulo. Na edição de segunda-feira, teve um breve resumo de como foi o evento, com pódio e classificação geral. Esses dois espaços à Stock Car dependiam do dia noticioso, a novidade. Por fim, o automobilismo também ganhou espaço na possibilidade do espanhol Fernando Alonso, bicampeão da Fórmula 1, integrar a Stock Car Brasil pela Toyota. A notícia envolveu a notoriedade de um grande nome do esporte que poderia ir para uma outra competição, que é brasileira, o que traz o valor-notícia de proximidade geográfica, e o insólito, já que não é algo que acontece todos os dias.

O tênis aparece em três momentos, sempre na categoria masculina e de forma noticiosa pela agenda de competição. Na primeira vez, a informação é do início do ATP Finals, em Londres, com os horários dos confrontos entre os melhores tenistas do mundo. Na edição seguinte, a Zero Hora destacou a vitória do único brasileiro no torneio e ainda informou como foram as outras partidas. Na outra semana, o periódico informou que o grego Tsitsipas foi campeão do ATP Finals. Além de incluírem a novidade como fator notícia, a proximidade também aparece quando um brasileiro ganha destaque.

Surf feminino, escalada masculina, ultramaratona paratleta masculina e maratona aquática feminina não são modalidades habituais e populares, mas ganharam espaço sempre pela proximidade regional. Cada categoria apareceu apenas uma vez, e sempre por ser um gaúcho de destaque internacional. O surf feminino teve uma reportagem que ocupou a página inteira. Uma gaúcha-havaiana garantiu vaga nas Olimpíadas de Tóquio e foi entrevistada. Tatiana Weston-Webb, que nasceu em Porto Alegre e foi logo bebê para o Havaí, falou sobre o seu esporte, mas também sobre a proximidade com o Rio Grande do Sul.

A escalada ganhou a maior parte de uma página e trouxe, em forma de reportagem, um gaúcho com chances de ir para as Olimpíadas na modalidade. A matéria contextualizou o esporte no Brasil, contou um pouco da história do atleta Pedro Nicoloso e explicou as diferentes categorias.

A notícia sobre ultramaratona paratleta masculina falou de uma grande conquista de um gaúcho: um recorde mundial realizado no Rio Grande do Sul. O acontecimento ganhou um espaço grande na página, contando também um pouco do atleta e de uma entrevista com ele.

A maratona aquática feminina teve um espaço pequeno. Foi uma notícia que informava o bicampeonato brasileiro de uma gaúcha na modalidade. Essa, além da proximidade, teve a novidade.

Futsal feminino para surdas, futsal masculino e judô misto também apareceram pelo critério da proximidade regional, já que sempre envolveram gaúchos, mas são esportes mais conhecidos pelo público leitor. O futsal feminino para surdas apareceu em forma de reportagem: “Stefany Krebs, a craque gaúcha campeã mundial”. A seleção brasileira da modalidade venceu o Campeonato Mundial, e um dos destaques foi a jogadora nascida no Rio Grande do Sul. A matéria

ocupou a maior parte da página e trouxe um resumo de como foi o time nacional na competição e uma entrevista com a atleta.

O futsal masculino teve duas notícias, uma relacionada com a outra, sempre sobre a ACBF, time gaúcho de Carlos Barbosa que é um dos maiores do mundo. A primeira aparição informou a necessidade da equipe de vencer uma partida para seguir na Liga Nacional. Na edição seguinte, a notícia foi: “Eliminação nos segundos finais”, trazendo a desclassificação do time gaúcho com um gol a 21 segundos do fim da partida. As notícias também tiveram o valor novidade.

O judô foi categorizado como misto porque a única notícia é sobre três atletas (duas mulheres e um homem) que, na época, iam representar o clube gaúcho Sogipa em um Circuito Mundial no Japão. A pequena nota foi na última edição analisada, a do dia 20 de novembro, e teve “novidade”.

O vôlei masculino, o MMA (*Mixed Martial Arts*) masculino e o basquete feminino também são esportes mais conhecidos do público, já que o Brasil já formou alguns dos melhores nomes da história nas três modalidades, como Giba (vôlei), Anderson Silva (MMA) e Hortência (basquete). As notícias envolvem o aspecto da proximidade geográfica, mas nacional, e a novidade. O vôlei masculino apareceu uma única vez para noticiar a estreia do então atual campeão da Superliga na nova temporada, uma forma de informar que a competição estava começando. A nota tinha informações da partida e resumiu um pouco a equipe EMS Taubaté Funvic, além de destacar três gaúchos no elenco: o técnico e dois jogadores.

A primeira aparição do MMA informou a presença do brasileiro José Aldo no UFC de Las Vegas e também a edição do evento no Brasil. A segunda e última notícia foi: "UFC Fight Night ocorre amanhã em SP".

O basquete feminino teve duas notícias e uma coluna. A primeira vez em que a modalidade apareceu no jornal foi pela estreia da seleção brasileira em busca de uma vaga no pré-olímpico. Na segunda vez, o colunista André Silva falou da briga da seleção feminina, conversou com o técnico do time e ressaltou a importância do apoio às categorias de base. Por fim, a última notícia informou o segundo jogo da seleção brasileira rumo ao pré-olímpico. A coluna, como exceção, não teve o valor “novidade”.

O eSports foi noticiado, neste caso, pela sua relação com o futebol masculino: “O prêmio Puskas que virou jogador virtual”. Wendell Lira, ex-jogador de futebol que já ganhou um prêmio pelo gol mais bonito do mundo, foi contratado por

um clube português para a equipe de eSports, para jogar videogame profissionalmente. A notícia tem a novidade do fato, a proximidade nacional, a notoriedade de um atleta com um prêmio Fifa e o insólito da mudança de profissão.

O “Geral” sempre trouxe os quadros “Agenda” e “Hoje na TV”. A informação dos jogos do dia e onde serão transmitidos depende do que tem programado. A Agenda não traz todos os jogos de todos os esportes do mundo no dia, mas um resumo do que seria relevante para o leitor da Zero Hora. Na maior parte das vezes, o futebol masculino ocupa a maior parte, mas, por exemplo, teve um dia que tinha apenas um jogo de futsal masculino.

Esses “outros” esportes dependeram muito da agenda das competições, a “novidade”, e da proximidade geográfica ou cultural para figurarem no caderno de esportes da Zero Hora. Também foram noticiados eventos com: notoriedade, já que existem atletas famosos; insólito, na possível vinda de um grande piloto mundial para uma competição brasileira ou mudança de modalidade de um atleta; e a relevância na possível troca de sede da Fórmula 1 no Brasil.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após analisar detalhadamente as 15 edições do Caderno de Esportes entre os dias 04 e 20 de novembro de 2019, é possível concluir que a Zero Hora destina largamente o seu espaço ao futebol masculino e muito pouco às outras modalidades. Quando os conteúdos seguem valores-notícia, os mais presentes são “novidade” e “proximidade”. O primeiro, ao tratar principalmente da agenda esportiva, mas também no surgimento de fatos e na cobertura do cotidiano. O segundo faz com que o periódico destaque mais os atletas e os clubes gaúchos, e também os brasileiros em competições internacionais. Os valores infração, relevância, tempo, concorrência, notoriedade e insólito também apareceram, mas não com grande frequência.

O futebol masculino tem ampla dominância: 268 notícias, reportagens e colunas, o que representa 83,75% do caderno. Pela grande quantidade, a análise do esporte foi simplificada e trouxe exemplos de conteúdos com valor-notícia e também de alguns casos que fogem de critérios jornalísticos e vão para a “espetacularização” de Torrijos (2012), pois são as anedotas, as curiosidades ou algo da vida de um atleta, o que não é relevante e realmente útil ao leitor. Os assuntos são separados por dupla Gre-Nal, Seleção Brasileira, futebol internacional, nacional e estadual, e casos como o racismo. O periódico informa o que é notícia na modalidade ao tratar dos jogos, das negociações e até de escândalos de corrupção. Mas vai além ao falar da barbearia de um jogador, de uma declaração de uma criança sobre a camiseta que ganhou de um atleta, ou do churrasco gaúcho que a Seleção Brasileira vai comer no Oriente Médio.

Também é perceptível a ampla cobertura sobre a dupla Gre-Nal em relação aos outros times e campeonatos. Até quando o assunto não é Grêmio ou Inter, às vezes, é feita a associação com eles ao mostrar como um resultado de um jogo pode ser bom ou ruim para os times gaúchos ou noticiar algo que envolve um jogador que já atuou em uma das duas equipes.

Segundo Torrijos (2012b, p. 12), essa espetacularização está muito ligada à adoção de técnicas sensacionalistas, e (2012, p. 85) o excesso do futebol no jornalismo esportivo afeta negativamente a qualidade dos conteúdos.

Com menos de 5% da área do caderno por serem considerados de menor interesse público, os outros esportes seguiram valores-notícia, já que não foram

transformados em espetáculo. A análise foi feita caso a caso, já que, ao todo, foram 52 notícias, reportagens e colunas, tornando viável um estudo aprofundado. O automobilismo misto, por exemplo, apareceu seis vezes e foi observado caso a caso. O mesmo ocorreu com as outras modalidades. Esse grupo, além de depender muito de ter eventos esportivos para ser notícia - a novidade -, foi seguidamente destaque quando, por exemplo, envolvia uma gaúcha no surf, um gaúcho na escalada ou um brasileiro no tênis - a proximidade.

É importante lembrar o jornalismo com uma função social de informar o que é realmente útil para as pessoas, e não o que pode interessá-las mais. Quando o objetivo é vender exemplares e conquistar audiência, esse principal valor é muitas vezes esquecido, um reflexo da preferência pelo interesse financeiro ao social.

O jornalismo é muito ativo na construção da realidade e, por isso, a importância da profissão e dos seus princípios. O produto “notícia” é feito por “pessoas jornalistas” que as constroem a partir da interação com a sociedade, da pressão organizacional e de valores próprios. Mas também de teorias, critérios e valores profissionais para que a notícia não se perca em meio a subjetividades e então cumpra a sua função de informar.

A teoria do agendamento traz a influência da mídia no que é debatido pelo público, no que ele vai se interessar. E será que esse público precisa receber 95,05% do conteúdo esportivo em futebol masculino? Os leitores não estão preparados para a diversidade das modalidades? Ou o jornalismo esportivo se acomodou no espetáculo para vender exemplares?

Esses questionamentos devem começar a ser feitos na formação dos jornalistas nas faculdades, mas principalmente dentro das redações, já que é a linha editorial que define no que os funcionários da empresa devem focar. Como disse Torrijos, o excesso do futebol acaba prejudicando a qualidade do jornalismo. Só que vende mais.

Torrijos (2012b, p.12 e 13) sugere quatro propostas para a problemática da futebolização do jornalismo esportivo, que é, em resumo: 1. Diversificar a temática para ganhar qualidade. “*No se trataría tanto de cambiar las prioridades como de corregir el gran desequilibrio existente [...]*”; 2. Não depender dos Jogos Olímpicos para tratar dos outros esportes e explicá-los; 3. Priorizar a informação antes do espetáculo; e 4. Aproveitar do caráter universal do jornalismo esportivo para educar o público nos diferentes esportes.

É provável que a maior parte dos leitores da Zero Hora ainda não se interesse tanto pelo basquete, pelo atletismo, pela ginástica ou pela escalada. Mas o próprio jornal - e todo o jornalismo esportivo brasileiro - pode, aos poucos, ampliar o espaço dedicado a cada uma dessas modalidades. Isso pode ser feito ao destacar mais as principais competições, os principais feitos dos personagens, ou até educando o público nas diferentes regras das diversas modalidades. Então visíveis, os outros esportes e os seus atletas vão começar a ser conhecidos, debatidos e consumidos. Vencem essas minorias e o jornalismo, que vai ganhar qualidade ao diversificar e ao não espetacularizar o tão explorado futebol.

## REFERÊNCIAS

ALCOBA, Antonio Lopez. **Periodismo Deportivo**. Madrid: Síntesis, 2005.

BAIBICH, André Maluf. **À sombra do futebol**: um estudo sobre a presença do esporte amador em jornais diários de Porto Alegre. 2007. 75 f. Monografia (Bacharel em Comunicação Social-habilitação Jornalismo) apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

BARBEIRO e RANGEL, Heródoto e Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. 4 Ed. São Paulo, SP: Contexto, 2017.

PERDOMO, Nidiane Saldanha. **A função social do jornalismo no mercado de notícias**. 2015. 62 f. Monografia (Bacharel em Comunicação Social-habilitação Jornalismo) apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

TORRIJOS, José Luis Rojas. “*Del fútbol en exceso a la espectacularización de la información en el periodismo deportivo. Propuestas para una mayor diversificación temática de los contenidos*”. Em **IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social**. Universidad de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife, 4- 7 Dez. 2012. Disponível em: [http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012\\_actas/035\\_Rojas.pdf](http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/035_Rojas.pdf) Acesso em: 18 out. 2020.

TORRIJOS, José Luis Rojas. “*La futbolización de la información deportiva. Un estudio de casos de cuatro diarios deportivos europeos*”. Em **Revista Comunicação & Cultura**, Núm. 13 (“Desporto e Espetáculo”), Centro de Estudos de Comunicação e Cultura, Universidade Católica Portuguesa, pp. 77-95, 2012b. Disponível em: <https://revistas.ucp.pt/index.php/comunicacaoecultura/article/view/629> Acesso em: 18 out. 2020.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002. “Os valores-notícia segundo Traquina”, p. 186 a 208.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** - Volume I: Porque as notícias são como são. 2 ed. Florianópolis: Editora Insular, 2005, 224 p.