

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

**MATHEUS KERN BOMFIM DA SILVA**

**Crêterios de Noticiabilidade: uma análise de conteúdo do caderno  
de esportes do jornal Zero Hora**

**PORTO ALEGRE  
2011**

MATHEUS KERN BOMFIM DA SILVA

**Crêterios de Noticiabilidade: uma análise de conteúdo do caderno de esportes do jornal Zero Hora**

Monografia apresentada como requisito para obten o do título de Bacharel em jornalismo, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunica o da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, durante o 1  semestre de 2011.

**Orientadora:** Prof.<sup>a</sup> Dra. Sandra de Fátima Batista de Deus  
**Co-orientadora:** Prof.<sup>a</sup> Ms. Sabrina Franzoni

**PORTO ALEGRE  
2011**

MATHEUS KERN BOMFIM DA SILVA

**Crêterios de Noticiabilidade: uma análise de conteúdo do caderno  
de esportes do jornal Zero Hora**

Monografia apresentada como requisito para obten o do título de Bacharel em jornalismo, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunica o da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, durante o 1  semestre de 2011.

**Banca Examinadora:**

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Sandra de Fátima Batista de Deus (Orientadora) e Sabrina Franzoni (Co-orientadora) –  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

---

Prof. Dr. Flávio Porcello – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

---

Ms. Vicente Fernandes Dutra Fonseca – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

**PORTO ALEGRE  
2011**

## AGRADECIMENTOS

Meus sinceros agradecimentos ao tripé que fez com que um grande sonho pudesse virar realidade. Liana, João Luiz e Emanuel, mãe, pai e irmão, sem vocês eu certamente não teria conseguido. Esse tripé me deu a base e a força para conseguir alcançar este objetivo. Meu muito obrigado a vocês três.

Em especial, gostaria de agradecer àquela pessoa especial que me deu o maior presente – a vida – justamente no dia do seu aniversário:

**Mãe.**

Sem teu apoio e carinho incondicional eu certamente teria fraquejado. Obrigado por ser quem tu és.

À professora Sandra de Deus, pela paciência, sabedoria e demonstrações verdadeiras de amizade dadas nestes poucos semestres de convívio. Agradeço também por ser uma das únicas professoras da Fabico a compartilhar comigo o amor pelo jornalismo esportivo, e a me incentivar a correr atrás dos meus sonhos.

À Sabrina Franzoni, este braço direito que a Fabico me deu de presente na conclusão deste curso. Tua co-orientação me guiou pelo terreno incerto do trabalho de conclusão, e tuas dicas me fizeram ver o caminho com muito mais clareza.

À minha namorada Juliana, pela paciência demonstrada nos domingos à noite quando minha atenção tinha que estar toda voltada para o TCC. Obrigado pelo carinho e amor incondicional que demonstrastes nessa minha caminhada.

*“Sempre leio primeiro a página de esportes,  
que registra os triunfos das pessoas. A primeira  
página não me diz nada além dos fracassos do  
homem.”*

**Earl Warren**

## RESUMO

Este trabalho analisa o caderno de Esportes de *Zero Hora*, um jornal impresso pertencente ao Grupo RBS de Comunicação, com circulação diária nos estados do Sul do Brasil. O objetivo principal é o de verificar quais são os critérios de noticiabilidade utilizados nas matérias de capa que determinam se uma informação é válida para se estar na primeira página do caderno ou não. Através da Análise de Conteúdo, são examinados 30 cadernos de esporte, contemplando o intervalo entre 1º e 30 de abril de 2011. O estudo aponta a relevância como o principal critério adotado pelos jornalistas para a produção das matérias de capa. Aparecem ainda a novidade e a proximidade como critérios considerados importantes na seleção das informações.

**Palavras Chave:** Jornalismo, Jornalismo Esportivo, Critérios de Noticiabilidade, Relevância, Zero Hora.

## LISTA DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 1:</b> capa do caderno de Esportes de ZH do dia 3 de abril.....             | 41 |
| <b>Figura 2:</b> capa do caderno de Esportes de ZH do dia 10 de abril.....            | 42 |
| <b>Figura 3:</b> capa do caderno de Esportes de ZH do dia 16 de abril.....            | 43 |
| <b>Figura 4:</b> capa do caderno de Esportes de ZH do dia 30 de abril.....            | 45 |
| <b>Figura 5:</b> capa do caderno de Esportes de ZH do dia 22 de abril.....            | 48 |
| <b>Figura 6:</b> capa do caderno de Esportes de ZH do dia 28 de abril.....            | 50 |
| <b>Figura 7:</b> capa do caderno de Esportes de ZH do dia 27 de abril.....            | 51 |
| <b>Figura 8:</b> capa do caderno de Esportes de ZH do dia 7 de abril.....             | 53 |
| <b>Figura 9:</b> capa do caderno de Esportes de ZH do dia 4 de abril.....             | 54 |
| <b>Figura 10:</b> matéria de capa do caderno de Esportes de ZH do dia 4 de abril..... | 54 |
| <b>Figura 11:</b> capa do caderno de Esportes de ZH do dia 20 de abril.....           | 55 |
| <b>Figura 12:</b> capa do caderno de Esportes de ZH do dia 29 de abril.....           | 55 |

## LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabela 1:</b> incidência das categorias na amostra.....   | 38 |
| <b>Gráfico 1:</b> total de aparições das categorias nas edições de 1º a 30 de abril.....   | 39 |
| <b>Gráfico 2:</b> frequência com que foram aferidas as categorias na análise dos documentos.....                                   | 39 |
| <b>Gráfico 3:</b> frequência das categorias na edição do dia 30 de abril.....  | 46 |
| <b>Gráfico 4:</b> distribuição dos temas das matérias de capa do caderno de Esportes do jornal Zero Hora do mês de abril/2011..... | 47 |



## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>LISTA DE FIGURAS.....</b>   | <b>7</b>  |
| <b>LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS.....</b>  | <b>8</b>  |
| <b>INTRODUÇÃO.....</b>   | <b>10</b> |
| <b>1. CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NO JORNALISMO.....</b>  | <b>13</b> |
| 1.1 A Objetividade.....  | 14        |
| 1.2 A Instantaneidade.....   | 16        |
| 1.3 A Periodicidade.....   | 17        |
| 1.4 A Novidade.....  | 19        |
| 1.5 A Proximidade.....   | 20        |
| 1.6 A Relevância.....  | 21        |
| <b>2. ESPORTE NA IMPRENSA.....</b>   | <b>23</b> |
| 2.1 Jornalismo especializado.....  | 24        |
| 2.2 Jornalismo esportivo como especialização.....  | 26        |
| 2.3 Jornalismo esportivo impresso.....   | 28        |
| 2.4 O esporte no jornal Zero Hora.....   | 29        |
| 2.5 Eventos de importância no esporte.....   | 30        |
| <b>3. PERCURSO METODOLÓGICO.....</b>   | <b>33</b> |
| 3.1 Metodologia.....   | 33        |
| 3.2 Etapas da Análise.....   | 34        |
| <b>4. OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE PRESENTES NA CAPA DO<br/>CADERNO DE ESPORTES DE ZERO HORA.....</b> | <b>38</b> |
| 4.1 A presença massiva da relevância.....  | 41        |
| 4.2 A categoria novidade no jornalismo esportivo.....  | 44        |
| 4.3 Proximidade com o torcedor.....  | 47        |
| 4.4 Existe instantaneidade no jornalismo impresso?.....  | 50        |
| 4.5 A periodicidade como continuidade.....   | 52        |
| 4.6 Objetividade no texto esportivo.....   | 55        |
| <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>   | <b>57</b> |
| <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>   | <b>61</b> |

## INTRODUÇÃO

O esporte, por sua característica de entretenimento, diversão e competitividade, movimenta milhões de aficionados pelo planeta. A estes milhões de torcedores se dirige uma das formas especializadas de se fazer jornalismo: o jornalismo esportivo. Cabe a ele noticiar tudo que é considerado fato ou notícia, trazendo um panorama do universo de acontecimentos que ocorrem no mundo esportivo. Assim pode ser traduzida também a responsabilidade que recai sobre os ombros dos profissionais que lidam com essa especialização do jornalismo. É através deles que se dará a produção de notícias, crônicas e comentários.

Parte do processo de se fazer jornalismo é a utilização de um leque de critérios de noticiabilidade, que possuem o objetivo de determinar se um fato serve ou não como notícia de interesse geral. Como notícia, entendemos tudo aquilo que é importante e/ou interessante para sociedade. Ela é, primordialmente, a matéria-prima do fazer jornalístico. A utilização destes critérios se encaixa em toda e qualquer forma de jornalismo, seja ela especializada ou não.

No Rio Grande do Sul, existe uma tríade de grupos de comunicação, que juntas produzem boa parte do jornalismo impresso feito diariamente. A *Zero Hora*, o *Correio do Povo* e *O Sul* são hoje os três jornais de maior circulação do estado. Mas de que forma é feito e pensado o jornalismo esportivo dos gaúchos? Quais são os principais critérios de noticiabilidade adotados pelos jornalistas esportivos? Essas são algumas das perguntas que norteiam este trabalho.

De acordo com a Associação Nacional de Jornais (ANJ)<sup>1</sup>, a *Zero Hora* ocupa atualmente o posto de sexto jornal mais vendido do país, sendo o primeiro do Rio Grande do Sul, com média de venda de 184.663 exemplares diários. Por essa representatividade, optou-se pela *Zero Hora* para realizar a análise, em função de ser o jornal mais lido no Rio Grande do Sul. Pretende-se, com este trabalho de conclusão, explicitar-se quais são os principais critérios de noticiabilidade utilizados na produção de jornalismo esportivo no Rio Grande do Sul. Para isso, utilizar-se-á a análise de conteúdo, que se debruçará sobre as reportagens de capa do caderno de Esportes do jornal *Zero Hora*.

---

<sup>1</sup> Os números da Associação Nacional de Jornais citados neste trabalho foram retiradas do site do jornalista Políbio Braga, no endereço <http://polibiobraga.blogspot.com/2011/01/tres-dos-dez-jornais-mais-vendidos-do.html>, em notícia do dia 27 de janeiro de 2011.

A fim de responder tais questionamentos, primeiramente foi preciso enquadrá-los em certas definições. Assim, no Capítulo I se fará uma breve apresentação sobre jornalismo, destacando principalmente os critérios de noticiabilidade apontados por Traquina (2005, 2008), Franciscato (2005), Alsina (2009), entre outros teóricos, com o intuito de esclarecer quais assuntos são passíveis de se tornarem notícia. Os critérios estudados e averiguados neste trabalho foram escolhidos após uma breve pré-categorização. São eles: a objetividade, a proximidade, a novidade, a periodicidade, a instantaneidade e a relevância.

No capítulo II, procurar-se-á fazer uma pequena explanação de como o esporte foi incluído na imprensa brasileira e de que forma, devido a sua relevância e audiência, ele acabou se estabelecendo como um tema tratado diariamente nos jornais, rádios e canais de televisão, ampliando seu espaço e se firmando como gênero jornalístico. Também será ressaltado o que é jornalismo especializado, e a importância do esporte como um destes gêneros do jornalismo, apresentando suas características específicas como a linguagem e a cobertura. Além disso, falaremos um pouco de que forma é abordado o esporte no jornal *Zero Hora*, que é nosso objeto de estudo. Também listaremos alguns dos eventos de importância do jornalismo esportivo realizados no Rio Grande do Sul no período de escolha da análise dos documentos.

Cabe ao capítulo III a apresentação do percurso metodológico e as escolhas utilizadas para a pesquisa. A linha metodológica escolhida para se chegar à pergunta proposta será a análise de conteúdo, seguindo os preceitos teóricos de Laurence Bardin. Nosso intuito é o de analisar as reportagens de capa do caderno de Esportes do jornal *Zero Hora*, periódico pertencente ao Grupo RBS que é vendido diariamente no sul do Brasil, e interpretar quais são os critérios de noticiabilidade utilizados pela editoria para se afirmar que uma notícia serve (ou não) para abrir o caderno de Esportes. Para fins de análise, serão utilizadas 30 edições consecutivas da publicação, contemplando os dias 1º a 30 de abril de 2011.

Neste estudo, procurar-se-á identificar trechos das reportagens de capa que compuseram a amostra que remetesse aos seis diferentes critérios de noticiabilidade apontados. Para tanto, detivemo-nos ao conteúdo manifesto das mensagens e ao seu contexto, sem darmos maior ênfase às questões de ordem linguística. Os trechos serão destacados a partir da leitura criteriosa de todos os

textos referentes ao assunto considerado central do caderno de Esportes – aquele apresentado em sua capa –, tendo tamanhos variados.

Nas Considerações Finais, buscaremos entender quais são os critérios de noticiabilidade mais utilizados na produção das reportagens de capa do caderno de Esportes de *Zero Hora* e o porquê dessa utilização.

## 1. CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE<sup>2</sup> NO JORNALISMO

É um tanto complicado tentarmos responder às perguntas: “o que é o jornalismo?” e “quais são os critérios para se definir que um fato serve ou não para ser noticiado nos jornais?”. Para chegarmos a essas respostas, irremediavelmente teremos que lançar mão de literatura especializada, que pense o Jornalismo teoricamente, mas inserido em sua prática cotidiana. Um exame inicial destes livros e de alguns manuais sobre o jornalismo define as notícias como tudo o que é importante e/ou interessante para a sociedade. Ela é a matéria-prima do fazer jornalístico, pois assim que é divulgada, ganha as ruas, as interpretações e os comentários sobre os acontecimentos. Porém, os critérios utilizados para definir o que é notícia são muito mais complexos do que somente o interesse público.

A previsibilidade do esquema geral das notícias deve-se à existência dos critérios de noticiabilidade, isto é, à existência de valores-notícia que os membros da tribo jornalística partilham, e que Traquina (2005) define assim:

“Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo ‘valor notícia’”. (TRAQUINA, 2005, p. 63)

É parte da responsabilidade do profissional que faz o jornalismo perceber e ter a sensibilidade de saber se um fato pode ou não ser considerado como notícia. O jornalista é por definição um contador de histórias da sociedade contemporânea. Será este profissional que irá selecionar os acontecimentos que devem ser relatados sobre o nosso bairro, a nossa cidade, o nosso país e o mundo. Ele nos mantém informados dos fatos que acontecem a nossa volta, sendo necessário que acreditemos que pelo jornalismo obtemos resposta à pergunta que fazemos todos os dias, pela manhã: o que está acontecendo de mais relevante no mundo, hoje? Neste

---

<sup>2</sup> Compreendemos noticiabilidade como todo e qualquer fato potencialmente capaz de agir no processo de produção da notícia: desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos, e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (SILVA, 2005).

fazer jornalístico, há uma constelação de valores que devem ser seguidos para que a busca e a construção das notícias sejam feitas de maneira que os leitores reconheçam a importância das informações que são disponibilizadas pelo profissional. O rigor no levantamento das informações, a exatidão dos fatos, a honestidade e uma boa noção de equidistância são parte essencial da rotina de quem tem o papel de informar a sociedade. A maioria destes valores está consagrada na noção de objetividade, um dos primeiros conceitos detalhados a seguir, que se inserem num contexto mais amplo, compondo os critérios de noticiabilidade, aprofundados ao longo deste capítulo.

### **1.1 A objetividade**

O valor da objetividade segundo Nelson Traquina (2005) nasceu para o jornalismo no século XX, mas surgiu com base numa mudança fundamental, que ocorreu no século XIX, em que a primazia era dada aos fatos e não às opiniões. Como revela Traquina, “com a ideologia da objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa” (TRAQUINA, 2005, p. 138). Este posicionamento desmitifica a visão da objetividade no jornalismo como uma negação à subjetividade – como muitos ainda acreditam, sendo sim um procedimento que os jornalistas utilizam para assegurar credibilidade, como parte não-interessada no que diz respeito à notícia e para se protegerem de possíveis críticas ao seu trabalho.

Para a teórica Gaye Tuchman (1993), existem quatro procedimentos que auxiliam o jornalista no alcance da objetividade na produção da notícia: o primeiro seria o levantamento de informações com todas as fontes possíveis, para posterior divulgação - se a fonte A afirma X, e a fonte B afirma Y, cabe ao jornalista revelar a opinião de ambos na notícia, mesmo que elas sejam contraditórias. O segundo procedimento identificado é a apresentação de provas auxiliares. A obtenção de dados que corroboram com as afirmações do jornalista, como documentos e gravações, fazem com que ele se aproxime da verdade e por consequência, da objetividade. O terceiro procedimento, segundo Tuchman, é o uso das aspas nas citações de opinião das fontes. Segundo ela, ao inserir a opinião de alguma fonte, os jornalistas

acreditam que deixam de participar da notícia e de que assim os fatos falem por eles mesmos. O quarto procedimento diz respeito à estruturação adequada da informação no texto noticioso: a informação mais importante deve vir no primeiro parágrafo, com a relevância dos fatos apresentada como uma pirâmide invertida. Para a autora, este procedimento identificado com a objetividade é o mais problemático, pois cabe ao jornalista e sua perspicácia profissional escolher “objetivamente”, entre os fatos concorrentes, quais são os mais importantes e interessantes. Na conclusão desta teórica todos esses procedimentos podem ser questionados, porque são um ritual estratégico adotado pelos jornalistas para se defenderem de possíveis processos.

Podemos inferir, a partir desses teóricos, que a objetividade é bastante útil aos jornalistas. É difícil imaginar o jornalismo feito atualmente sem esta noção de distância entre os profissionais do campo jornalístico e dos diversos agentes sociais, porque esses procedimentos ajudam o profissional a construir seu texto mantendo uma aparente independência que pretende passar para o leitor uma sensação de imparcialidade, quando informa a sociedade. Além disso, é importante destacar que parte deste conceito de objetividade no jornalismo é responsabilidade do próprio olhar que a sociedade possui sobre a profissão:

“A objetividade, ou uma outra designação de uma noção de equilíbrio, está associada pela esmagadora maioria dos cidadãos ao papel do jornalista, e é consagrada nas leis que estabelecem as balizas do comportamento dos profissionais, em particular os que trabalham nas empresas de comunicação social do setor público”. (TRAQUINA, 2005, p. 143)

Pelas palavras de Traquina, inferimos que os próprios leitores contribuem para a objetividade como valor-notícia para o jornalismo. A partir do momento que estes receptores da informação esperam e acreditam que seu jornal diário será objetivo no que diz respeito aos principais fatos do dia, por consequência o próprio jornalismo e seus profissionais agregam a si este valor, de maneira espontânea e natural.

## 1.2 A instantaneidade

Outro dos valores utilizados pelos jornalistas para saber se um fato se enquadra na categoria de notícia é a instantaneidade. A noção de instante é aplicada para qualificar um período de tempo muito curto, que parece não ter uma duração significativa que nos possibilitaria perceber a passagem do tempo. Este termo nos conduz para a apreensão da temporalidade do presente, para o fato que está acontecendo agora, neste momento. Para Franciscato (2005, p. 113) “no jornalismo, a duração do tempo da ação e dos fatos não se descola das ações e situações que estão sendo vivenciadas no presente”.

Essa utilização do termo instantâneo no campo do fazer jornalístico traz o sentido tanto de imediatez ou rapidez quanto de uma vinculação de um intervalo ínfimo de tempo ao momento presente. Franciscato (2005) explica que “o sentido predominante de instantaneidade que as experiências do jornalismo têm desenvolvido refere-se a uma desejada ausência de intervalo de tempo entre a ocorrência de um evento e a sua transmissão e recepção por um público” (2005, p. 114), ou seja, o instantâneo trata daquilo que está acontecendo agora, neste momento, e precisa ser noticiado com a maior brevidade possível ou até mesmo em “tempo real”, em simultaneidade com a ocorrência dos fatos.

É importante ressaltarmos ainda que, para Franciscato (2005), a instantaneidade como critério de noticiabilidade só pôde ser utilizado do final do século XX para cá. Foi com o ganho de velocidade e aceleração na operação das ferramentas de comunicação – principalmente a internet – que pudemos inserir o instantâneo como critério de notícia. Por exemplo, é impensável, à nossa concepção contemporânea de tempo, que o termo instantaneidade pudesse ser utilizado na Europa dos séculos XVII e XVIII para se referir ao envio, aos jornais, de cartas manuscritas por correspondentes localizados a léguas de distância da sede, utilizando os correios da época como sistema de troca de informações.

Por outro lado, quem não se lembra do fatídico dia 11 de setembro do ano de 2001, quando pudemos observar, em qualquer lugar do planeta, à queda aterrorizante das torres gêmeas de Nova Iorque. Durante o desenrolar dos fatos, as pessoas pararam o que estavam fazendo para colar os olhos à televisão ou os ouvidos ao rádio para observarem, estarecidas, o que estava acontecendo no



coração capitalista do mundo. Era como se todos estivéssemos aos pés do World Trade Center, sabendo de todos os fatos na medida em que eles iam acontecendo. Este é um exemplo claro de como o advento da tecnologia da informação está intimamente conectado ao critério de instantaneidade no jornalismo.

Segundo Franciscato (2005), a instantaneidade é uma categoria descritiva eficaz para mostrar como as práticas jornalísticas se modificaram em função de uma meta de ‘comunicação instantânea’. Nas palavras do autor, entendemos que essa busca pela instantaneidade localiza-se numa dimensão sócio-cultural, na forma como ela se transforma em modelo e valor cultural não só para o jornalismo, mas para a sociedade como um todo, que busca reconhecer no conteúdo jornalístico este papel e estas características.

“O sentido de instantaneidade surge social e culturalmente quando os jornais criam um conjunto de relações sociais e de sentido em torno da possibilidade de que as interações ocorressem sem intervalos significativos de tempo. (...) Essa sensação de que o “instante presente” dos eventos não vivenciados diretamente estava cada vez mais próximo do tempo da experiência cotidiana do leitor, só se tornou possível pela constituição histórica de uma instituição denominada de jornalismo”. (FRANCISCATO, 2005, p. 122)

No jornalismo esportivo, a instantaneidade é um dos critérios mais valiosos no dia a dia dos profissionais que lidam com o esporte. A televisão, o rádio e a internet se apresentam como os três veículos de mídia responsáveis por transmitir toda e qualquer notícia, por suas características de maior agilidade e flexibilidade, se comparadas ao jornal impresso. Mais especificamente no Brasil, o país do futebol, a palavra setorista ganhou um significado todo especial, por se tratar do repórter que praticamente “acampa” na sede do clube da cidade, e de lá transmite as informações em tempo real, durante o decorrer do dia. Uma troca de treinador, a contratação de um novo craque, tudo que no futebol é notícia e precisa ser informado com precisão e rapidez. Exemplo claro da importância do instantâneo no jornalismo esportivo.

### **1.3 A periodicidade**

Uma das formas mais recorrentes e visíveis de identificar o aspecto temporal do jornalismo está na característica da periodicidade de produção e circulação do

material jornalístico. Para alguns autores, esta periodicidade jornalística seria a responsável por uma revolução na consciência das sociedades, por ter criado (ou contribuído para criar) uma “mente comum” e ter definido uma “dimensão moderna de tempo”: enquanto poderia ser possível negar um fato noticioso isolado, não havia modo de refutar um jornal periódico como um todo (SOMMERVILLE apud FRANCISCATO, 2005, p. 136). A periodicidade traz para o jornalismo um aspecto específico que é fundamental: com a produção diária de notícias, o recebimento de informação torna-se uma necessidade para a sociedade contemporânea, que acostuma-se a ser abastecida por notícias em períodos regulares e com intervalos de tempo cada vez mais curtos.

Para os critérios de noticiabilidade, a periodicidade se apresenta também como um valor de notícia. Ela é uma das mais importantes ferramentas na busca da fidelização dos leitores ou receptores da informação. A periodicidade traz para os textos jornalísticos uma continuidade dos fatos, pois o jornal do dia seguinte vem a complementar a história no dia anterior. Quando aparece um acontecimento que é considerado notícia, produzir-se-á uma continuidade com os acontecimentos que têm relação com ele. Para Ericson, Baranek e Chan, três teóricos canadenses, a continuidade surge como valor-notícia, pois enquadra fatos novos em panoramas históricos que facilitam a apresentação desta nova notícia:

“[...] Para os veículos noticiosos, tudo o que se passa no fundo consiste em estabelecer e usar enquadramentos reconhecíveis para perceber o item específico a ser noticiado. A noticiabilidade implica o estabelecimento de um fluxo de notícias em termos de estruturas para visualizá-los. A falta de uma base para visualizar um acontecimento num enquadramento noticioso reconhecível levará a uma falta de interesse dos jornalistas neste acontecimento”. (ERICSON, BARANEK E CHAN apud TRAQUINA, 2008, p. 74).

Podemos também considerar a periodicidade importante para a cobertura de grandes eventos que ocorrem por um determinado tempo. Trazendo para o universo do jornalismo esportivo, peguemos como exemplo a Copa do Mundo, que ocorre de quatro em quatro anos: durante os 30 dias em que o evento acontece, é preciso fazer uma cobertura jornalística periódica, mesmo que não aconteçam jogos todos os dias. Os receptores das informações – assinantes de um jornal ou telespectadores, por exemplo – exigem que diariamente sejam veiculadas novidades

sobre o que acontece no evento, e não somente nos dias em que as partidas acontecem.

#### 1.4 A novidade

O termo novidade está entranhado nas definições mais comuns do jornalismo. Atualmente, parece impensável formularmos uma definição primária do campo jornalístico sem fazer referência ao universo das coisas novas que surgem constantemente em decorrência do fluxo de acontecimentos no mundo. Colocar o fator novidade como critério de noticiabilidade significa dizer que a notícia surge historicamente para dar conta da tarefa de prover a sociedade com um relato padronizado sobre novas ações, situações, debates e opiniões, que tenham relevância para uma coletividade (FRANCISCATO, 2005), isto é, que a sociedade necessita de informações padronizadas, hierarquizadas e de certo grau de atualidade, remetendo ao que é novo.

Porém, existe uma tensão entre os termos novidade e continuidade no campo jornalístico. Como não é possível apostar que todos os dias ocorram fatos novos, originais e singulares, percebemos que a notícia fala de um cotidiano familiar, não tão diverso da nossa realidade e compreensão. Assim, para Franciscato (2005), o trabalho jornalístico de identificar e apresentar o “novo” mostra-se em uma rotina e em um ambiente em que a novidade e a continuidade não se encaixam.

“O cotidiano pode estar ligado a um sentido de presença continuada, de frequência e de repetição: agentes, temas, situações e objetos que se repetem ou se sucedem num período temporal, gerando um sentimento de continuidade, proximidade e familiaridade, pois aquilo que se repete todos os dias se torna familiar”. (FRANCISCATO, 2005, p. 152)

O conceito de novidade, enquanto um atributo quase fundamental à notícia, opera, então, nesta tensão apontada por Franciscato, como “a emergência do novo e a continuidade que dá sentido tanto para o ‘novo’ como uma face específica do objeto quanto nos orienta para entendermos e constituirmos modos de definir o que seria algo aceito coletivamente como novo” (FRANCISCATO, 2005, p. 155). Pelas palavras do autor, percebemos que o valor-notícia “novidade” indubitavelmente estará inserido no fator continuidade, apesar desta dicotomia existente. Só

consideramos algo como novo quando inserimos e analisamos este fato em um panorama histórico já pré-existente. Para o jornalismo esportivo, a novidade é também um dos mais valiosos critérios de noticiabilidade, por estar ancorada em tudo que é recente e do interesse do leitor. No esporte, o inesperado pode ser bom ou ruim, e qualquer um dos dois lados deste critério de noticiabilidade prende e chama atenção daqueles que se interessam por esta forma de jornalismo especializado.

### **1.5 A proximidade**

Não são poucos os pesquisadores que têm colocado o fator proximidade como um dos principais critérios de noticiabilidade. Este critério deve ser entendido não somente no âmbito geográfico, mas também no social e psicológico. Aqui, torna-se necessário elucidar a questão da proximidade nas suas duas dimensões: a temática e a geográfica. A primeira, a temática, supre a necessidade de grupos que buscam trocar informações, têm afinidades em temas diversos e algumas expectativas em comum. Proximidade essa que envolve certos efeitos psicológicos de identificação e implicação afetiva. (ALSINA, 2009, p. 105). A segunda, a geográfica, diz respeito à proximidade espacial, que está inserida de modo direto na convivência cotidiana das pessoas, gerando um grau de interação e afetividade ainda maiores. São as notícias da rua, do bairro e da cidade onde se mora compartilhadas com vizinhos e moradores da sua cidade.

Por mais que seja uma constante na sociedade atual a figura do “eu” cada vez mais individualizada, onde as pessoas buscam uma identidade própria, com características e modos que as distingam das outras e que as tornem únicas, nos meios de comunicação o que se percebe é o contrário: a multiplicação dos jornais de bairro nas capitais, a figura do grande jornal que retrata principalmente os fatos que acontecem na cidade onde ele é produzido, as rádios voltadas para um segmento de público específico, e até mesmo os canais de televisão, com programas e filiais voltadas para grupos sociais específicos, demonstram que no meio jornalístico a proximidade é ainda um dos principais critérios do que é (e vende) notícia. Podemos buscar um exemplo no jornalismo esportivo: em Porto Alegre, os cadernos de esporte dos principais jornais dão preferência às notícias locais, que tenham

proximidade com os leitores gaúchos. Para se chegar a essa conclusão, não é preciso nem uma análise mais profunda, basta uma rápida passagem de olho. Este padrão se repete nos periódicos de todas outras capitais do país. Em São Paulo, destaque para o esporte feito em São Paulo. Em Belo Horizonte, destaque para as notícias e fatos que acontecem em Minas Gerais. No Rio de Janeiro, Curitiba, Salvador e em todas as outras grandes cidades do Brasil, este padrão se mostra exatamente o mesmo.

## 1.6 A relevância

A relevância como um dos critérios de noticiabilidade tem relação com a preocupação de informar o público dos acontecimentos que são considerados importantes, em função de terem um grande impacto sobre a vida das pessoas e da sociedade. Em outras palavras, a relevância serve para o jornalismo como valor-notícia, pois tem a ver com a capacidade de perceber se os acontecimentos incidem ou tem impacto suficiente sobre a vida das pessoas, do país e do mundo.

Para Traquina (2008), é parte da responsabilidade dos jornalistas darem sentido às notícias para tornar os acontecimentos relevantes para as pessoas, demonstrando de que forma um determinado fato tem significado para elas. O autor traz o exemplo da poluição do Mar Báltico, que se torna relevante para os portugueses pelo fato de que grande parte do pescado de bacalhau, que é consumido no país, vem desse mar. Na construção da notícia, coube ao jornalista fazer compreender a relevância da poluição como uma referência a esse fato. Trazendo um exemplo mais próximo a nossa realidade, a discussão sobre o possível desarmamento no país: caberia aos jornalistas brasileiros mostrarem de que forma este fato mexeria com a vida das pessoas e incidiria em um possível aumento e/ou diminuição da violência. A tarefa dos jornalistas seria, então, mostrar o porquê de o desarmamento ser relevante como informação e por essa razão ser levada para a sociedade.

A questão da relevância para o jornalismo, que também pode ser denominada significação, é também uma questão relacionada aos valores pertencentes a determinada sociedade e sua cultura. Um exemplo: o lançamento do novo *tablet* da Apple é de enorme relevância para países desenvolvidos, como os Estados Unidos,

pois lá as pessoas possuem poder aquisitivo para tal compra e se interessam por tecnologia. Já no Haiti, país localizado na América central, onde mais de 80% da população vive abaixo da linha da pobreza, o lançamento do *lpad* não teria a mesma relevância.

“A significação pode ocorrer por sintonia cultural ou por relevância no acontecimento. Portanto, aumenta a possibilidade de seleção se um acontecimento está de acordo com os interesses e com a cultura de uma determinada comunidade. Qualquer jornalista sabe que, quando o time local de futebol ganha, vendem-se mais jornais”. (ALSINA, 2009, pg. 158).

É interessante que Alsina (2009) nos apresente um exemplo ligado ao jornalismo esportivo, que está diretamente relacionado ao que esse trabalho está tratando. Para essa forma de jornalismo especializado, a relevância pode apresentar um peso diferente se comparado ao restante dos outros gêneros jornalísticos. Um fato pode ter extrema importância no mundo dos esportes, mas não ter a mesma significação para o público que lê/ouve/assiste ao jornal local, pois sua relevância, em função da proximidade, será muito pequena. Por outro lado, um acontecimento envolvendo um time local, sem grande expressão nacional, provavelmente não teria muito significado para o “universo” do jornalismo esportivo mundial, mas para o leitor da pequena cidade do interior, onde o time está situado, possui enorme valor de notícia.

## 2. ESPORTE NA IMPRENSA

Nesse capítulo, procura-se fazer uma pequena explanação de como o esporte foi incluído na imprensa brasileira e de que forma, devido a sua relevância e audiência, ele acabou se estabelecendo como um tema tratado diariamente nos jornais, rádios e canais de televisão, ampliando seu espaço e se firmando como gênero jornalístico. Por fim, abordar-se-á o jornalismo esportivo como um gênero específico do jornalismo especializado, tal como a política, a economia e a ciência. Vou partir do mais amplo para o mais específico, iniciando a explicação do que é o jornalismo especializado. O mais específico será o jornalismo esportivo em si: suas particularidades, regras e costumes.

No Brasil, seguindo a onda de industrialização e especialização, o jornalismo esportivo pede espaço na imprensa. Para Paulo Vinicius Coelho (2004), o esporte ganhou espaço pela primeira vez nos jornais em 1910. Eram relatos de página inteira dos jogos de times de futebol amador italiano no jornal denominado *Fanfulla*. Ainda não era o que conhecemos hoje – e que definiremos a seguir – por jornalismo esportivo. Eram apenas relatos e informações esportivas. Contudo, as páginas do *Fanfulla* foram de grande relevância para a história do futebol – e por consequência do jornalismo esportivo: é pelas páginas da revista que sabemos o resultado dos primeiros clássicos paulistas, o momento em que surgiu futebol em um clube de regatas chamado Flamengo, entre outras preciosidades do mundo esportivo.

Só em 1922 os grandes jornais começaram a dedicar maior espaço para os lances e resultados de futebol. Mais do que em qualquer outro lugar do país, no Rio de Janeiro, os jornais abriam cada vez mais espaço ao tema esportivo. Foi no Rio, com a aceitação de atletas negros em seu plantel, que o Vasco começou a trilhar seu caminho no futebol carioca. Dessa forma, popularizou o esporte bretão<sup>3</sup>. O esporte na imprensa conviveu por muito tempo com uma série de preconceitos, pois era consenso nas primeiras décadas do século XX que apenas as pessoas de classe mais baixa da população, e por consequência de pouco poder aquisitivo, seriam leitoras de notícias vinculadas ao esporte (COELHO, 2004, pg. 9).

---

<sup>3</sup> A expressão “esporte bretão” faz referência à região de origem do futebol como o conhecemos hoje: a Grã-Bretanha. Bretão: Da antiga Britânia (nome dado à Inglaterra pelos romanos) ou relacionado a ela.

A partir da década de 30 a história começa a mudar, com a instauração do profissionalismo do futebol. Em 1933, Mário Filho, irmão mais velho de Nelson Rodrigues, publica o primeiro diário dedicado exclusivamente ao mundo esportivo no país.

“Os anos 30 ampliam os ‘pequenos boletins esportivos’ em narrações de partidas, pioneiras, precárias, mas carregadas de uma imensa criatividade na voz dos locutores. Nasce, assim, a narração lance a lance, um grande avanço, pois anteriormente as transmissões limitavam-se a indicar o nome do jogador que chutava a bola”. (DALPIAZ, 2002, p. 70).

Pelas palavras de Dalpiaz (2002), o processo de evolução pelo qual passava o jornalismo esportivo foi amadurecendo a medida que os esportes, e mais especificamente o futebol, ganhavam seguidores e aficionados pelo Brasil. Com as conquistas das Copas de 1958, 1962 e 1970 pela Seleção Canarinho<sup>4</sup>, ocorre o boom do jornalismo esportivo em todo território nacional. No rádio, as transmissões são cada vez mais completas, com narradores, comentaristas e repórteres que se revezavam na transmissão de tudo que acontecia no estádio. O jornalismo impresso, na figura dos grandes periódicos de circulação nacional, já dedicava respeitável espaço para os esportes, e seus repórteres tinham as viagens financiadas para cobertura ao vivo dos eventos. Essa visão sintetiza como o jornalismo esportivo ganhou importância no cenário brasileiro com o passar dos anos.

## 2.1 Jornalismo especializado

Antes de começar a falar do jornalismo esportivo como forma de especialização do jornalismo, precisa-se identificar o que é especialização. Em uma sociedade multicultural e dividida em diferentes níveis sociais como a nossa, é difícil se medir o grau de importância que uma informação pode ter sobre certo grupo de pessoas. Na realidade, a escolha de um assunto que possa interessar a toda comunidade parece ser uma decisão difícil de ser tomada. Mesmo quando as

---

<sup>4</sup> A Seleção Brasileira começou a ser chamada de Seleção Canarinho a partir de 1953, quando foi realizado um concurso nacional para se escolher o novo desenho do uniforme brasileiro. A exigência era que a nova vestimenta tivesse as quatro cores da bandeira nacional. O vencedor foi um jovem gaúcho, Aldyr Garcia Schlee, que criou o uniforme verde-amarelo. As camisas fizeram sua estréia em 1954, na Copa do Mundo da Suíça. E, durante esta competição, nasceu o apelido "Seleção Canarinho", obra do radialista brasileiro Geraldo José de Almeida.



notícias possuem enorme relevância para certas pessoas, pode muitas vezes não suprir as carências e necessidades de outro grupo.

É nesse estágio, em que as escolhas individuais prevalecem sobre o engajamento com o específico, que o jornalismo em suas diferentes especializações surge e ganha sentido, procurando atender às especificidades ao se dirigir a públicos diferenciados. O jornalista Mário Erbolato (1981), em seu livro *Jornalismo Especializado*, afirma que para se escrever sobre cada assunto específico, é necessário ter um bom conhecimento. O papel do profissional que lida com o jornalismo não é apenas o de pesquisar, escrever, diagramar e ilustrar, mas sim de dominar o assunto que se está tratando. O público deseja cada vez mais uma produção personalizada, que crie a sensação de que o repórter está falando diretamente com ele e para ele.

“A aceitação das produções segmentadas indica que os indivíduos necessitam encontrar um fator de união e de identificação entre si. O que pode ser conseguido através da partilha de interesses com o segmento que busca o mesmo tipo de informação”. (ABIAHY, 2000, pg. 4).

Nas palavras de Abiahy (2000), compreende-se que é uma necessidade da sociedade atual a busca por veículos de comunicação que criem, através da linguagem e dos próprios critérios de noticiabilidade, uma sensação de identidade para com eles. O público anseia por uma produção personalizada, que acaba resultando diretamente no crescimento da segmentação do mercado que consome informação.

Fazer jornalismo especializado é dividir assuntos, fazer matérias específicas, criar até mesmo veículos direcionados para determinado público-alvo. O desenvolvimento da especialização no jornalismo está relacionado à lógica econômica que busca a segmentação do mercado como uma estratégia de atingir os grupos que se encontram dissociados entre si. Muito além de ser uma ferramenta eficaz para gerar lucro para os conglomerados midiáticos, o jornalismo especializado é uma tentativa de resposta a essa demanda por informações direcionadas que caracteriza a formação das audiências específicas (ABIAHY, 2000, pg. 5). A pluralidade de opções dá a esses leitores o direito de escolher o que mais lhes agrada.

“Ou seja, quanto maior for o número de mídias e quanto mais diferenciadas e plurais forem suas linhas de compreensão e construção interpretativa dos fenômenos, mais democrática será a rede das mídias, na medida em que a multiplicidade dos pontos de vista fornece ao público receptor alternativas de escolha entre interpretações diversas”. (SANTAELLA apud ABIAHY, 2000, pg. 14)

O esporte, como vimos anteriormente, é um tema que ganhou destaque e que, portanto, precisou migrar da sua fase inicial, de apenas divulgação de resultados, para uma veiculação de matérias que abrangem o dia a dia das modalidades, e não apenas o acontecimento principal – jogos, finais de campeonato, Olimpíadas. É assim que o jornalismo esportivo começa a ganhar corpo e adquirir status de jornalismo especializado, como se verá a seguir.

## **2.2 Jornalismo esportivo como especialização**

Um pensamento bastante retrógrado, mas que ainda persiste no imaginário do senso comum é o de que qualquer um poderia escrever, falar ou comentar sobre eventos esportivos. Alguns acreditam que ser jornalista esportivo não exigiria nada mais do que conhecer futebol, escalões, e ser prolixo o bastante para dominar uma conversa entre amigos no bar da esquina. Ao analisar um pouco da história do jornalismo, percebemos que esse tipo de ideia encontrava sustentação:

“Os primeiros jornalistas esportivos foram rotulados como jornalistas de segunda, já que a área de que tratavam estava ao alcance de qualquer um e todos poderiam divulgar tais informações. O novo gênero de jornalismo especializado não podia ser comparado com as outras sessões de um jornal diário: internacional, nacional, regional, economia... Para escrever sobre esses assuntos era preciso uma preparação e educação política, enquanto que para o jornalismo esportivo nada disso era necessário”. (ALCOBA, 2005, pg. 65)

Como qualquer outro tipo de jornalismo especializado, o esportivo tem sua importância e complexidade e não é assunto fácil de ser tratado. Falar de esporte envolve muito mais do que apenas o jogo e requer estudo e acompanhamento constante. Essa confusão pode ser fruto do pensamento geral de que o esporte está apenas vinculado ao lúdico e ao entretenimento, mas não: o esporte é produtor de benefícios em todos os aspectos, desde os culturais aos industriais. Para Yanez (2005), o entendimento do esporte e o reconhecimento do que ele significa para a

sociedade são as melhores armas para o jornalista lutar pelo reconhecimento do seu trabalho. É responsabilidade do jornalismo esportivo tratar de uma variedade de modalidades, com linguagens e regras completamente distintas umas das outras. Mais do que somente ter atenção, é necessário que o jornalista domine o assunto do qual está escrevendo, seja no esporte, na política ou na economia.

Aos poucos, esse cenário foi mudando. Para Alcoba (2005), o esporte que aparece nas páginas de espaços esportivos, sem perder a essência de jogo e diversão, acaba por alcançar outros setores nos quais existem muitos interesses envolvidos. Ele afirma que o jornalista esportivo não é apenas um aficionado por esportes, que por assim ser já está capacitado para descrever e analisar competições: o jornalista esportivo necessita sim é de especialização e de estudo da área.

“O profissional do jornalismo que lida com esportes está obrigado a dominar todos os pontos e variáveis de um determinado esporte. Ser um autêntico especialista que conheça, se não o todo, porque isso é impossível, mas o máximo de aspectos e situações que se passam no esporte analisado”. (ALCOBA, 2005, pg. 69)

Como exemplo de um desses aspectos, complexos, citados pelo autor, tem-se a linguagem própria de cada modalidade. O jornalista que cobre futebol precisa conhecer expressões específicas como “luvas” (não as do goleiro), mas a quantia em dinheiro que os jogadores recebem ao assinar um novo contrato. O fato de o esporte ser um tema que possui grande número de seguidores e que muitos deles entendem do assunto aumenta ainda mais a responsabilidade do profissional que lida com essa área, pois este deve estar munido de conhecimento, demonstrando que é um especialista, pois qualquer erro será notado por esses fãs, desqualificando o trabalho do jornalista. Para Muniz (1991), o leitor é muito mais do que um simples torcedor, pois espera dos jornais informações sobre tudo que envolve o esporte pelo qual é apaixonado.

Para demonstrar o nível de complexidade que o jornalista esportivo encontra ao lidar e falar sobre esportes, Alcoba (2005) elenca em seu livro *Periodismo Deportivo* quais seriam as principais fontes primárias e secundárias que esse profissional deveria recorrer para levar aos leitores a melhor informação. Como fontes primárias, que seriam aquelas ligadas diretamente à atividade desportiva, o autor cita sete entidades: o jogador, o técnico, o clube, os dirigentes, os

empregados, as federações e os órgãos. Segundo ele, conhecer de onde procede a notícia permite ao jornalista confrontar as informações e descobrir se existe alguma tentativa de manipulação no que foi levantado. Ao lidar com essas fontes primárias no dia a dia da cobertura de um esporte, é possível conseguir o máximo de informações que darão corpo e propriedade à notícia produzida pelos jornalistas (ALCOBA, 2005).

Posteriormente, o teórico destaca como fontes secundárias as comerciais e publicitárias. A esse tipo de fonte ele analisa como podendo ou não ter interesses esportivos, mas que por serem subjetivas torna-se necessário fazer o levantamento de informações com as mesmas (ALCOBA, 2005). Outras fontes com as quais o jornalista deve ter a devida atenção são os círculos de imprensa (o convívio com os colegas), os rumores, além de ler e entender as entrelinhas e as fontes documentais.

A especialização apresenta-se para o jornalismo esportivo pela carga de responsabilidade que recai sobre os ombros dos profissionais que lidam diariamente com o esporte. Antes de tudo, o comunicador é também um educador, e através da produção de notícias, crônicas e comentários, ele levará ao público o conhecimento da situação do mundo esportivo. O esporte movimenta a paixão de milhões de pessoas espalhadas pelo planeta, e isso torna o público cada vez mais exigente, que busca novidades, mas também informações de qualidade. Informações desconstruídas ou erradas são motivos de queda na audiência ou, em último caso, de dispensa do jornalista. Não há como enganar os fãs de esporte: quem acompanha sua paixão está sempre interessado no assunto e suspeita quando algo está sendo publicado apenas para “benefício do próprio noticiado”. É de responsabilidade do jornalista esportivo selecionar, de acordo com os valores-notícia, já destacados nesse trabalho, a informação que será veiculada. Todas essas exigências agregam valor ao jornalismo esportivo, e o reforça como forma de especialização do universo jornalístico.

### **2.3 Jornalismo esportivo impresso**

Nos jornais diários, o esporte ganha cada vez mais destaque e um número maior de páginas dedicadas a ele. Trazendo para a realidade brasileira, o futebol é o

carro-chefe das editorias de esporte, justificando essa predominância por se tratar de uma paixão nacional. Em uma rápida olhada pelos principais jornais diários do Brasil, percebemos que o espaço dedicado ao futebol e aos esportes “minoritários” cresceu de acordo com o nível de profissionalização de cada prática esportiva.

Em um jornal de informações gerais, como a *Zero Hora*, é comum o esporte encerrar o informativo, e daí vem o surgimento da brincadeira de que muitos brasileiros gostam de ler seu jornal de trás pra frente. Como nas outras editorias, o esporte possui uma equipe de jornalistas que compõem um time para apenas produzir matérias de cunho esportivo. A editoria de esportes tem no futebol seu principal foco, mas geralmente reserva algumas páginas e espaços para outros esportes, que de preferência tenham brasileiros envolvidos – como o Tênis com o atleta Thomaz Bellucci, que vem ganhando destaque no cenário mundial, ou a Fórmula 1 com Rubens Barrichello e Felipe Massa, únicos brasileiros que disputam o maior torneio de corrida automotiva do planeta.

Nos jornais diários esportivos, como o *Lance!*, encontram-se matérias mais aprofundadas, com maior número de informações, dados, boa documentação, registro dos acontecimentos e busca aprofundada com as fontes. De qualquer forma, vemos uma redução dos textos, com maior destaque às imagens e fotos coloridas, infográficos, que tem por objetivo atrair a atenção dos leitores. Assim, o espaço a opiniões e crônicas fica reduzido a colunas assinadas. Com relação aos esportes minoritários, surgem no Brasil revistas especializadas, que geralmente se dedicam a falar de apenas um esporte e travam um diálogo mais próximo com seu público alvo. São revistas sobre ciclismo, corrida, musculação, etc. Essas publicações, no entanto, são semanais ou até mesmo mensais.

#### **2.4 O esporte no jornal *Zero Hora***

O jornal *Zero Hora* foi fundado em 1964, pela Rede Brasil Sul (RBS), hoje o maior grupo de comunicação do Sul do país. Trata-se de um jornal de circulação diária no estado do Rio Grande do Sul, mas que também conta com pontos de venda em Santa Catarina, Paraná e alguns países do MERCOSUL. Segundo a

Associação Nacional de Jornais (ANJ) <sup>5</sup>, a *Zero Hora* ocupa atualmente o posto de sexto jornal mais vendido do país, sendo o primeiro do Rio Grande do Sul, com média de venda de 184.663 exemplares diários.

A partir do ano de 2008 o periódico passou a contar com uma versão remodelada na internet. O site oficial do jornal fica no endereço [www.zerohora.com](http://www.zerohora.com), e conta também com uma versão virtual da publicação impressa, que pode ser acessada somente pelos assinantes do jornal. Além das notícias gerais, os internautas podem acessar o endereço [www.clicesportes.com](http://www.clicesportes.com), que representa basicamente a editoria de esportes online de *Zero Hora* e do site ClicRBS (portal do Grupo RBS), contendo informações e notícias dos acontecimentos esportivos gaúchos, com atualizações diárias.

A editoria de esportes de *Zero Hora* publica, de terça a domingo, de seis a oito páginas com material relacionado às competições esportivas. Às segundas-feiras, o jornal traz um caderno de esportes mais completo, geralmente com 13 páginas, trazendo informações sobre os acontecimentos esportivos do final de semana. A cobertura esportiva de *Zero Hora* ainda conta com três colunistas: Ruy Carlos Ostermann, Wianey Carlet e mais recentemente Diogo Olivier, que assinam colunas que levam seus nomes e tratam de futebol. Existe ainda a coluna “Bola Dividida”, geralmente assinada por Luis Zini Pires, mas que, dependendo da circunstância, é confeccionada por outros repórteres do jornal. Esta coluna traz curiosidades do futebol e outros esportes. Dentro da editoria de esportes de *Zero Hora*, há ainda uma subeditoria de *Outros Esportes*, que trata das modalidades esportivas fora do futebol, como o vôlei, o tênis, as corridas, etc., mas que preferencialmente envolvam atletas e representantes nascidos no estado gaúcho.

## 2.5 Eventos de importância no esporte

Como em qualquer outra editoria de um jornal diário, o esporte possui temas mais relevantes e de maior destaque de acordo com a época do ano. Na editoria de

---

<sup>5</sup> Os números da Associação Nacional de Jornais citados neste trabalho foram retiradas do site do jornalista Políbio Braga, no endereço <http://polibiobraga.blogspot.com/2011/01/tres-dos-dez-jornais-mais-vendidos-do.html>, em notícia do dia 27 de janeiro de 2011.

política, por exemplo, temos de dois em dois anos<sup>6</sup> as eleições para os representantes aos cargos de Presidente, Governador e Prefeito que mobilizam toda redação e o time de jornalistas da editoria, que produzem matérias e até mesmo cadernos especiais para cobrir o grande evento. No esporte, não é diferente.

Eventos de importância são todos os fatos e acontecimentos que possuem destaque e que, por consequência, agregam a si uma grande quantidade e variedade de valor-notícia, como relevância, novidade e proximidade. A Copa do Mundo, as Olimpíadas, o Campeonato Brasileiro, todos são eventos de importância, mas é engano pensar que apenas jogos ou competições possam ser considerados dentro desse perfil. Qualquer fato, desde que se encaixe na explicação dada acima, pode ser considerado como um evento de importância. No universo do futebol, por exemplo, uma grande transação de jogadores entre dois clubes pode ser considerada um acontecimento de relevância. Já imaginaram se Real Madrid e Barcelona trocam Cristiano Ronaldo e Messi de lados? É apenas um exemplo, mas serve para ilustrar que todo e qualquer fato pode ser considerado evento de importância.

O mês de abril de 2011, que foi o período escolhido para a análise do caderno de Esportes de *Zero Hora*, objeto de estudo desse trabalho, reservou uma série de acontecimentos que mereceram destaque e uma grande cobertura por parte das editorias de esporte. No futebol, presenciamos em abril três grandes eventos em termos de importância: as oitavas de final da Copa Libertadores da América, envolvendo cinco equipes brasileiras na disputa por vaga às quartas de final, entre elas o Grêmio e o Internacional. A Copa Libertadores é o maior torneio da América do Sul, e conta com as melhores equipes de cada país. O campeão da competição ganha o direito de disputar o Mundial de Clubes da FIFA, realizado em dezembro. Além disso, tivemos nesse período a reta final do Campeonato Gaúcho de 2011, que por envolver a dupla Gre-Nal nas finais, ganhou em importância, divulgação e repercussão entre os torcedores. Por último, podemos listar a contratação de Paulo Roberto Falcão como novo técnico do Internacional, após a demissão de Celso Roth. A chegada do ex-atleta e ídolo colorado movimentou tanto o lado vermelho do Rio Grande do Sul quanto o azul, por se tratar de uma nova rivalidade no âmbito

---

<sup>6</sup> Toma-se como referência o período eleitoral de dois em dois anos em função das mesmas ocorrerem em biênios alternados.

estadual: agora temos duas grandes representações nas casamatas de Inter e Grêmio: Paulo Roberto Falcão e Renato Portaluppi.



### 3. PERCURSO METODOLÓGICO

São diversas as formas de pesquisa e de classificação das mesmas. Do ponto de vista da sua natureza, ela pode ser básica ou aplicada; do ponto de vista da forma de abordagem, pode ser quantitativa ou qualitativa; no que diz respeito aos objetivos propostos, as pesquisas podem ser exploratórias, descritivas ou de cunho explicativo; já em termos de procedimentos técnicos utilizados, elas podem ser bibliográficas, documentais, experimentais, de levantamento, de estudo de caso, ou, finalmente, *expost-facto* (quando são realizadas após os fatos).

Neste trabalho, adotou-se para a realização da pesquisa uma abordagem qualitativa, mas que inclui também a pesquisa quantitativa, essa mescla segue uma linha de pensamento mais contemporânea. O intuito foi o de analisar as reportagens de capa do caderno de Esportes do jornal *Zero Hora*, periódico pertencente ao Grupo RBS que é vendido diariamente no sul do Brasil, e interpretar quais são os critérios de noticiabilidade utilizados pela editoria para se afirmar que uma notícia serve (ou não) para abrir o caderno de Esportes. A metodologia empregada para isto foi a Análise de Conteúdo.

#### 3.1 Metodologia

Para Bardin (2009), a análise de conteúdo deve ser considerada um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Ela tem seu nascimento datado do início do século XX, nos Estados Unidos, surgindo como uma forma de analisar os textos jornalísticos produzidos naquele país. Os problemas decorrentes da Segunda Guerra Mundial potencializaram a utilização do método de pesquisa: durante os anos da guerra, os departamentos políticos do Governo americano incitaram seus analistas a desmascararem possíveis jornais ou revistas suspeitos de vincularem propaganda subversiva (principalmente nazista) entremeados em seus textos. Anos mais tarde, a Análise de Conteúdo passa a ser também utilizada em outros campos de pesquisa das Ciências Humanas, como a Psicologia e a Sociologia.

Primordialmente definida como “uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da

comunicação” (BERELSON apud BARDIN, 2009, pg. 20), a Análise de Conteúdo acabou passando por um processo de evolução com o passar dos anos, sendo agregadas a ela novas características metodológicas e epistemológicas. Conseqüência dessa evolução, a Análise de Conteúdo perde um pouco do seu caráter exclusivamente descritivo, e passa a tomar-se consciência de que sua função e objetivo é também analisar o que está inferido no texto jornalístico.

A Análise de Conteúdo, através de descrições qualitativas, ajuda a descrever e interpretar mensagens em um nível de compreensão que ultrapassa àqueles empregados em uma leitura simples, do dia a dia. É tarefa do analista de conteúdo desviar o olhar do senso comum e procurar outras significações, expressas implicitamente.

Esse método de pesquisa procura identificar aspectos relativos à construção das mensagens, procurando evidenciar, segundo Bardin (2009), as condições de produção dos textos:

“A Análise de Conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. [...] A intenção da Análise de Conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)”. (BARDIN, 2009, pg. 38)

Essas inferências, ou deduções lógicas, citadas por Bardin (2009), visam a responder basicamente duas questões: 1) o que conduziu o autor do texto a um determinado enunciado, e 2) quais são as conseqüências que este determinado enunciado deverá provocar. Assim, produzir inferências significa embasá-las em pressupostos teóricos previamente estabelecidos e identificar situações concretas de acordo com o contexto histórico e social da amostra que nos propomos a analisar – no caso, selecionada a partir de todas edições do jornal *Zero Hora* do mês de abril de 2011.

### **3.2 Etapas da Análise**

1. Pré-exploração do material: é a fase da organização propriamente dita. Segundo Bardin (1977), corresponde a um período de intuições, mas que tem por

objetivo operacionalizar e sistematizar as idéias iniciais, de maneira a conduzir um esquema preciso das operações sucessivas, num plano de análise. Geralmente, esta etapa possui três missões: escolher os documentos que serão submetidos à Análise de Conteúdo; a formulação das hipóteses e dos objetivos da pesquisa e a elaboração de indicadores (tabelas) que fundamentem e dêem embasamento à interpretação final.

Neste trabalho, foram realizadas leituras flutuantes de todo o caderno de Esportes do jornal *Zero Hora* (da primeira à última página), das edições de 1º a 30 de abril. O objetivo foi o de identificar e organizar, de forma não-estruturada, aspectos considerados relevantes para o estudo. Após esse primeiro contato com os documentos, foram selecionadas somente as matérias de capa do caderno de Esportes do jornal, com as seguintes chamadas nos títulos:

- Edição 01/04/2011 – Renato de praia
- Edição 02/04/2011 – Criar ou marcar?
- Edição 03/04/2011 – Leandromania
- Edição 04/04/2011 – Menino sem medo
- Edição 05/04/2011 – Chão quente
- Edição 06/04/2011 – No bafo de Tuxtla
- Edição 07/04/2011 – Pimenta mexicana
- Edição 08/04/2011 – Mais encorpado
- Edição 09/04/2011 – A sacada Falcão
- Edição 10/04/2011 – O jeito Falcão de ver futebol
- Edição 11/04/2011 – Em casa
- Edição 12/04/2011 – Donos do vestiário
- Edição 13/04/2011 – Falcão fechado
- Edição 14/04/2011 – Fantasma LDU
- Edição 15/04/2011 – Que vexame!
- Edição 16/04/2011 – Fé no professor
- Edição 17/04/2011 – O passado posto à prova
- Edição 18/04/2011 – Victor e vitória
- Edição 19/04/2011 – Vestiário leve
- Edição 20/04/2011 – Sem diversão
- Edição 21/04/2011 – Gre-Nal da América

Edição 22/04/2011 – Gre-Nais a prazo  
Edição 23/04/2011 – No sintético  
Edição 24/04/2011 – Rojão  
Edição 25/04/2011 – Uma semana trepidante  
Edição 26/04/2011 – Barba na cara  
Edição 27/04/2011 – Hora de rezar  
Edição 28/04/2011 – Contra 60 mil  
Edição 29/04/2011 – Bem pertinho  
Edição 30/04/2011 – Os rolos

2. Seleção das Unidades de Análise: com o intuito de responder à questão “quais são os critérios de noticiabilidade utilizados pelos jornalistas de *Zero Hora* para escolher a matéria de abertura do caderno de Esportes?”, as unidades de análise foram selecionadas tendo o mês de abril como escolha por se tratar de um período de tempo em que grandes acontecimentos envolvendo o esporte movimentaram o noticiário do Rio Grande do Sul, entre eles as fases de mata-mata da Copa Libertadores da América, as finais do Campeonato Gaúcho 2011 e a demissão de Celso Roth, com a conseqüente contratação de Paulo Roberto Falcão para o cargo de treinador do Sport Club Internacional.

É importante ressaltar-se que vivemos em um dos estados brasileiros onde a dualidade e a motivação da rivalidade é um dos componentes das notícias esportivas, sendo constantemente acionada no imaginário dos gaúchos. Ou se é de esquerda ou de direita. Ou se ama o PT ou se odeia. Somos colorados ou gremistas. Isso tudo reflete diretamente na produção de um jornal, que se utiliza destas oposições e dos gostos específicos de seus leitores (compradores e assinantes) para fazer a notícia diariamente. O motivo da escolha por *Zero Hora* e não outro jornal de Porto Alegre também está fundamentado, em parte nesta perspectiva, por ser o jornal de maior distribuição entre os gaúchos. É interessante apontarmos essa dualidade e relacionarmos com os critérios de noticiabilidade utilizados pelo periódico em seu caderno esportivo.

Outro ponto que foi levado em conta é que esta análise foi realizada tendo jornais como objetos de estudo. Jornais, como se sabe, utilizam estruturas de uma determinada língua – no caso, a língua portuguesa – e a análise se dá, portanto, em cima das palavras. É importante ressaltar, contudo, que este estudo não se

preocupa com as questões relacionadas à ordem lingüística, e sim com as questões de importância contextual; o que interessa à análise é a mensagem e seu conteúdo manifesto, seja ele expressado de forma explícita ou implícita.

Partindo desse olhar metodológico, fundamentado sob os pressupostos teóricos apresentados nos primeiros capítulos, realiza-se este estudo para responder a já mencionada pergunta: “quais os critérios de noticiabilidade estão presentes nas matérias de capa do caderno de Esporte da *Zero Hora*”?

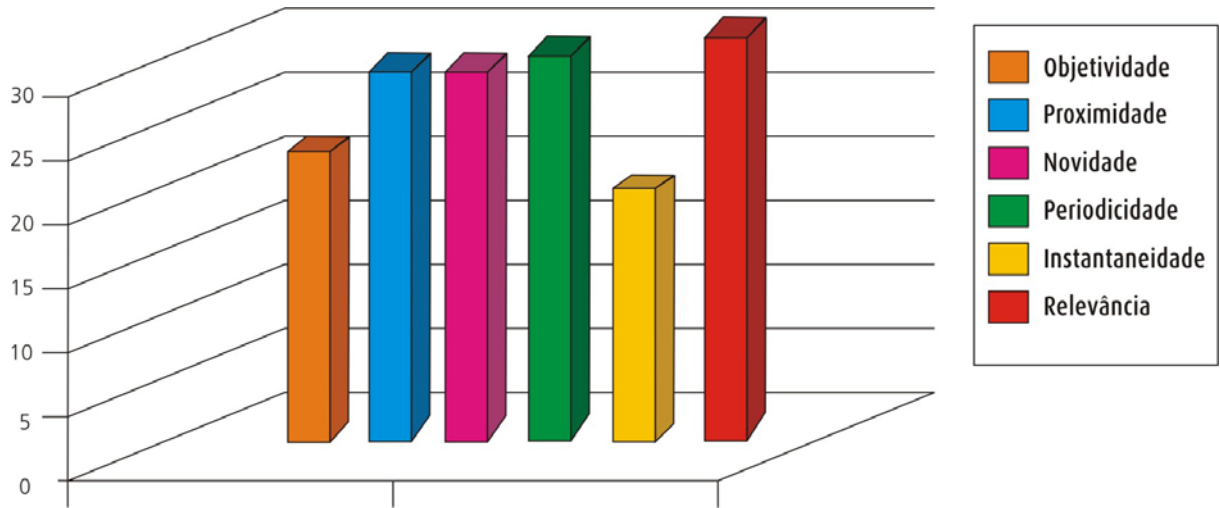
#### 4. OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE PRESENTES NA CAPA DO CADERNO DE ESPORTES DE ZERO HORA

A partir da escolha das categorias, feita previamente, montou-se a tabela 1, a fim de se mensurar a quantidade de aparições de cada uma delas nas 30 edições analisadas, assim como a frequência com que elas apareciam no texto:

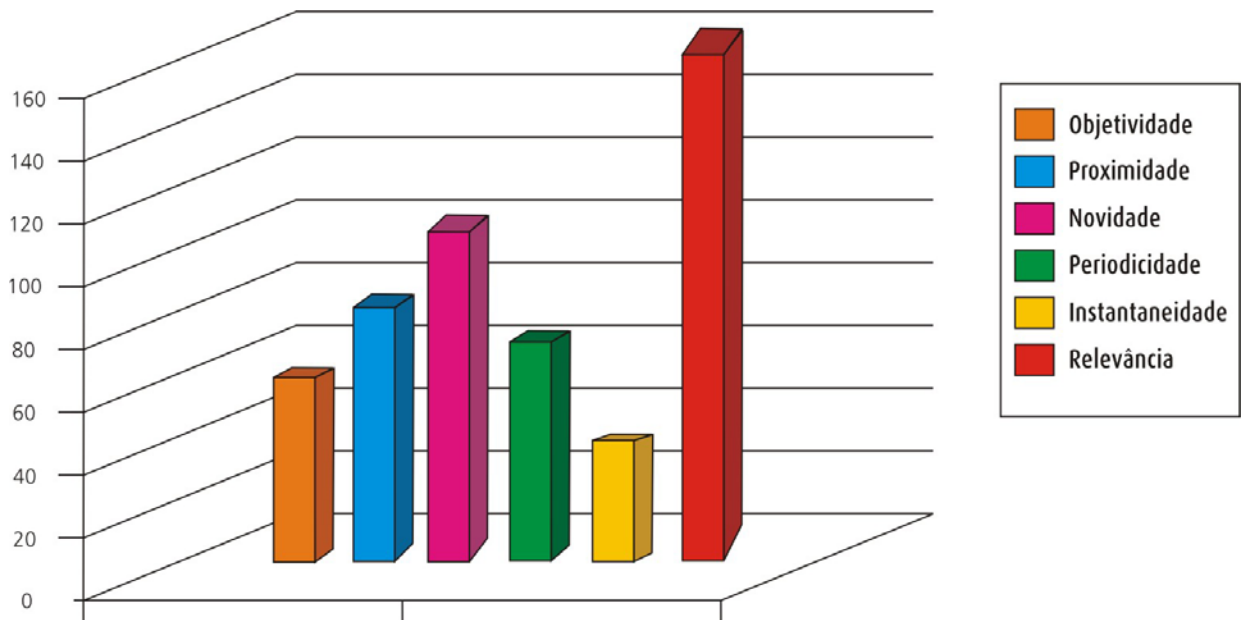
| Edição (dia do mês) | 1. Objetividade | 2. Proximidade | 3. Novidade | 4. Periodicidade | 5. Instantaneidade | 6. Relevância |
|---------------------|-----------------|----------------|-------------|------------------|--------------------|---------------|
| 1º                  | 2x              | 4x             | 5x          | 1x               | -                  | -             |
| 2                   | 1x              | 4x             | 1x          | -                | -                  | 6x            |
| 3                   | 1x              | 3x             | 2x          | 2x               | -                  | 6x            |
| 4                   | -               | 1x             | 3x          | 3x               | 1x                 | 4x            |
| 5                   | 1x              | 1x             | 4x          | 2x               | 1x                 | 3x            |
| 6                   | 1x              | 1x             | 1x          | 1x               | 1x                 | 3x            |
| 7                   | 2x              | 2x             | 1x          | 1x               | 1x                 | 2x            |
| 8                   | 3x              | 3x             | 1x          | 2x               | 1x                 | 3x            |
| 9                   | -               | 6x             | 9x          | 3x               | 2x                 | 8x            |
| 10                  | 2x              | 1x             | -           | 3x               | -                  | 6x            |
| 11                  | -               | 4x             | 3x          | 1x               | -                  | 6x            |
| 12                  | -               | 5x             | 2x          | 2x               | -                  | 7x            |
| 13                  | 1x              | 2x             | 4x          | 4x               | -                  | 5x            |
| 14                  | 1x              | -              | 1x          | 4x               | 2x                 | 4x            |
| 15                  | 1x              | 3x             | 4x          | 2x               | -                  | 5x            |
| 16                  | -               | 1x             | 2x          | -                | 1x                 | 7x            |
| 17                  | 1x              | 3x             | -           | 1x               | -                  | 6x            |
| 18                  | 2x              | -              | 1x          | 1x               | 1x                 | 4x            |
| 19                  | 2x              | 1x             | 5x          | 1x               | 1x                 | 7x            |
| 20                  | 7x              | 2x             | 1x          | 3x               | -                  | 4x            |
| 21                  | -               | 6x             | 7x          | 3x               | 1x                 | 5x            |
| 22                  | 3x              | 5x             | -           | 1x               | -                  | 6x            |
| 23                  | -               | 1x             | 5x          | 1x               | 2x                 | 5x            |
| 24                  | 1x              | 1x             | 4x          | 2x               | 2x                 | 4x            |
| 25                  | 3x              | 2x             | 5x          | 3x               | -                  | 8x            |
| 26                  | -               | 1x             | 3x          | 2x               | 2x                 | 6x            |
| 27                  | 5x              | 2x             | 3x          | 2x               | 2x                 | 6x            |
| 28                  | -               | 3x             | 4x          | 2x               | 1x                 | 7x            |
| 29                  | 7x              | 4x             | 2x          | 2x               | 1x                 | 5x            |
| 30                  | -               | -              | 10x         | 3x               | -                  | 6x            |
| <b>Total</b>        | <b>20</b>       | <b>27</b>      | <b>27</b>   | <b>28</b>        | <b>17</b>          | <b>29</b>     |
| <b>Frequência</b>   | <b>47x</b>      | <b>72x</b>     | <b>93x</b>  | <b>58x</b>       | <b>23x</b>         | <b>154x</b>   |

Tabela 1: incidência das categorias na amostra.

O gráfico 1 apresenta a o total de aparição das categorias presentes nas 30 edições analisadas. Enquanto que o gráfico 2 mostra a freqüência com que foram aferidas no texto durante a análise de conteúdo:



**Gráfico 1:** total de aparições das categorias nas edições de 1º a 30 de abril.



**Gráfico 2:** freqüência com que foram aferidas as categorias na análise dos documentos.

A partir do levantamento feito através da tabela, pode-se elencar uma ordem de aparição das categorias nas trinta edições do caderno de Esportes de *Zero Hora* analisados, conforme segue abaixo:

- 1º) Relevância, presente em 29 das 30 edições;
- 2º) Periodicidade, presente em 28 das 30 edições;
- 3º) Proximidade e novidade, presente em 27 das 30 edições;
- 4º) Objetividade, presente em 20 das 30 edições;
- 5º) Instantaneidade, presente em 17 das 30 edições.

Podemos também ordenar a frequência com que as categorias foram inferidas no texto analisado. A ordem que se segue é parecida, com algumas variações com relação à simples aparição. Confira:

- 1º) Relevância: 154 vezes
- 2º) Novidade: 93 vezes
- 3º) Proximidade: 72 vezes
- 4º) Periodicidade: 58 vezes
- 5º) Objetividade: 47 vezes
- 6º) Instantaneidade: 23 vezes

A colocação de uma ordem de aparição e frequência das categorias serve para termos uma noção da utilização destes critérios de noticiabilidade nas matérias de capa do caderno de Esportes de *ZH*. Realizada a quantificação das categorias de nossa análise, percebeu-se que todas as 30 reportagens de capa que compuseram a amostra apresentaram pelo menos três das categorias elencadas. A maior presença da relevância, tanto no número total de documentos analisados, quanto na frequência de aparições nos textos, demonstra que esse é o principal critério de noticiabilidade utilizado pelos jornalistas esportivos de *Zero Hora* na produção das reportagens do caderno de capa da editoria.

Posteriormente, selecionarei alguns trechos de texto dos jornais analisados para ficar mais visível o detalhamento. A escolha procurou atender edições de diferentes datas, com o intuito de evitar eventuais vieses da amostra.



## 4.1 A presença massiva da relevância

Nas trinta matérias de capa do caderno de Esportes do jornal *Zero Hora*, a categoria relevância só não esteve presente em uma delas (dia 1º de abril), e sua frequência chama bastante atenção: foram percebidas 154 incidências desse critério de noticiabilidade nos textos analisados. Mas porque essa categoria foi disparada a mais utilizada pelos jornalistas na produção da capa do caderno de Esportes do jornal? Separamos alguns trechos de diferentes edições que explicitam essa utilização:



Figura 1: capa do caderno de Esportes do dia 3 de abril

### Edição do dia 3 de abril

Essa é a primeira matéria de capa do caderno de Esportes do mês de abril que podemos inferir que faz referência a um fato considerado relevante para o futebol gaúcho. Diferentemente das duas primeiras edições, o texto mescla informações de cunho relevante (inferido seis vezes) e de novidade (duas vezes) para o público leitor. Mesmo que na matéria venha embutido o serviço de jogo de Grêmio x Veranópolis, pelo Campeonato Gaúcho de 2011, o que é realmente é

destacado (e inferido) na análise do texto é o fato de que Leandro, o craque promissor do Grêmio, tem uma multa rescisória de valor muito baixo para o mercado nacional:

[...] O mais preocupante, porém, são os valores da rescisão. Para o Brasil, a multa rescisória é de apenas R\$ 9 milhões (cerca de US\$ 5,4 milhões ou 3,9 milhões de euros). Para o Exterior, a soma se eleva a R\$ 25 milhões (cerca de US\$ 15 milhões ou 10,8 milhões de euros). Números muito distantes dos 30 milhões de euros, ou R\$ 60 milhões, anunciados esta semana pela direção e que afastam qualquer negociador do pátio do Olímpico. (Ed. 3 de abril, pg. 39)

Essas “novas” e “relevantes” informações são destacadas para chamarem mais a atenção dos leitores do que o fato do Grêmio ter mais uma partida, pela frente, no campeonato regional.



Figura 2: capa do caderno de Esportes do dia 10 de abril

### Edição do dia 10 de abril

Outra matéria que tem na categoria relevância seu principal pilar de construção é “O jeito Falcão de ver futebol”, publicada no dia 10 de abril. A ela não pode ser agregada o critério de noticiabilidade “novidade”, pois ainda não existe um

anúncio oficial por parte do clube de que Paulo Roberto Falcão é realmente o novo técnico do time. A notícia ainda está no terreno das incertezas, das especulações. Por isso, a escolha do jornalista é a de carregar o texto de fatos que valorizam a informação, agregando relevância, trazendo ao leitor informações da carreira do ex-jogador, de seus resultados como técnico durante os anos 90, da sua carreira como bom jornalista e dos seus contatos com técnicos de primeira linha do futebol mundial – como José Mourinho e Rafa Benítez. A ilustração utilizada (Figura 2) na montagem da capa também dá mais peso à categoria relevância, pois mostra Falcão com um jornal *Zero Hora* debaixo do braço – fazendo alusão a sua qualidade como jornalista – e uma bola girando em seu dedo indicador, demonstrando o domínio que o craque tem sobre o universo do futebol.



Figura 3: capa do caderno de Esportes do dia 16 de abril

**Edição do dia 16 de abril**

Outra estratégia dos jornalistas ao produzir a matéria de capa do caderno de Esportes de *Zero Hora* é trazer a opinião de nomes reconhecidos para agregar valor ao texto. Mesmo sendo uma matéria pré-jogo – o Internacional enfrentaria o Santa Cruz, pelo Campeonato Gaúcho, horas mais tarde – a preferência dada é a de traçar um panorama do novo técnico colorado, que estará comandando o time pela

primeira vez desde que retornou à casamata. O jornalista reproduz a opinião de três jogadores que foram comandados por Falcão na Seleção Brasileira, em 1991: Neto, César Sampaio e Márcio Santos.

Volante como Falcão, César Sampaio é outro ex-Seleção que salienta a didática do treinador com os jogadores. [...] – Ele exige uma saída veloz para pegar a defesa adversária ainda desarrumada. Antes de conhecê-lo, eu era um pitbull à frente dos zagueiros. Depois, aprendi a jogar com toques rápidos, chegar à frente e marcar gols. (Ed. 16 de abril, pg. 39)

Ao embasar os fatos na opinião de três ex-jogadores bastante conhecidos pelo público leitor do jornal, o jornalista agrega relevância ao texto. Podemos destacar também o título e a foto que estampam a matéria (figura 3). “Fé no professor”, com uma foto de Paulo Roberto Falcão sorrindo para a câmera, transmite ao leitor a sensação de que todos confiam no bom desempenho, na estreia dele como treinador do Internacional.

#### **4.2 A categoria novidade no jornalismo esportivo**

Conforme vimos anteriormente, o termo novidade está entranhado nas definições mais comuns do jornalismo. Parece até mesmo impensável formularmos uma definição primária do campo jornalístico sem fazer referência ao universo das coisas novas que surgem constantemente no mundo. No jornalismo esportivo não é diferente. Porém, ao analisarmos o conteúdo de um caderno esportivo de um jornal impresso, isso muda um pouco. Na televisão e no rádio, a produção de notícias que tem na novidade seu principal critério de noticiabilidade é enorme. Mas no jornal impresso, isso é mais difícil, devido a seu caráter de produção: durante todo o dia, os jornalistas vão atrás dos principais fatos ocorridos e preparam suas matérias para serem impressas durante a madrugada. O jornal que chega à casa dos leitores pela manhã acaba trazendo as notícias do dia anterior. A categoria novidade se mostra no jornalismo esportivo impresso quando os fatos apurados e sua averiguação são mais completos que o realizado pelos outros veículos de comunicação.



Figura 4: capa do caderno de Esportes do dia 30 de abril

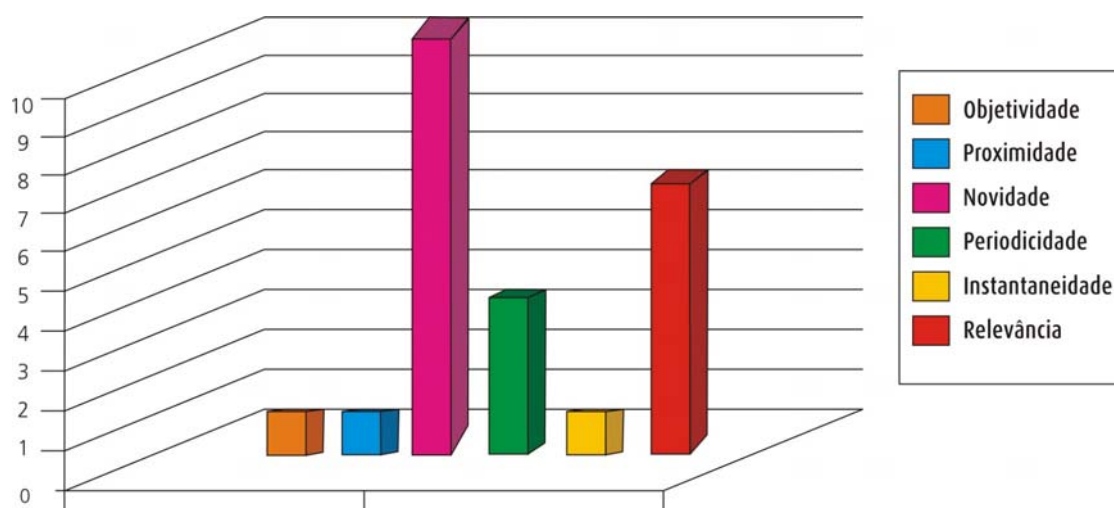
### Edição do dia 30 de abril

Um exemplo disso está na edição do dia 30 de abril: durante todo o mês analisado, tivemos diversos fatos novos acontecendo. Jogos finais do Campeonato Gaúcho de 2011, as oitavas de final da Copa Libertadores da América, contratação de Paulo Roberto Falcão para técnico do Internacional. Porém, é na edição do dia 30 de abril, que diz respeito à demissão do jogador Carlos Alberto pelo Grêmio, que encontramos o texto com maior reincidência da categoria novidade, aferida dez vezes durante a análise de conteúdo. Na leitura pontual dos parágrafos, encontramos dez fatos novos, que por seus detalhes ou ainda, por serem de fontes próprias, não eram do conhecimento dos leitores.

[...] Sábado, após a vitória sobre o Cruzeiro, entrou enfurecido no vestiário do Passo D'Areia. Quebrou um vidro com um chute e deixou atônitos os funcionários do São José. E isso que Renato já havia chamado sua atenção à beira do gramado, temendo por expulsão. (Ed. 30 de abril, pg. 41)

Percebemos a novidade presente em outros cinco parágrafos do texto. Nessa matéria, a categoria serve para atualizar o leitor dos fatos ocorridos, não tanto para repercutir algo que já aconteceu. Mesmo que a demissão do jogador tenha sido

efetuada no dia anterior (29 de abril), o texto traz muitas informações desconhecidas, que ajudam o leitor a entender melhor os porquês do ocorrido. Confira no gráfico abaixo a presença massiva da categoria novidade comparada as outras na matéria do dia 30 de abril:



**Gráfico 3:** frequência das categorias na edição do dia 30 de abril.

### ***Edição do dia 9 de abril***

Outra edição que tem a novidade como destaque é a do dia 9 de abril. Coube a ela destacar a demissão de Celso Roth e a possível contratação de Paulo Roberto Falcão para novo técnico do Internacional. Quando se há um fato novo de proporções gigantescas para o futebol, como esse, cabe aos jornalistas escolherem o que possui maior apelo junto aos leitores: a demissão do antigo técnico ou a chegada do novo.

Também pesou contra Roth as recorrentes reclamações de associados. Centenas telefonaram para a Central de Atendimento ao Sócio. Ameaçavam ficar inadimplentes ou deixar o quadro social enquanto o técnico permanecesse. E o Inter ontem à noite daria início à campanha para atingir os 200 mil associados. Roth não era um bom garoto-propaganda. Assim, Falcão foi contatado. E, como ídolo, terá a aprovação quase total da torcida. (Ed. 9 de abril, pg. 48)

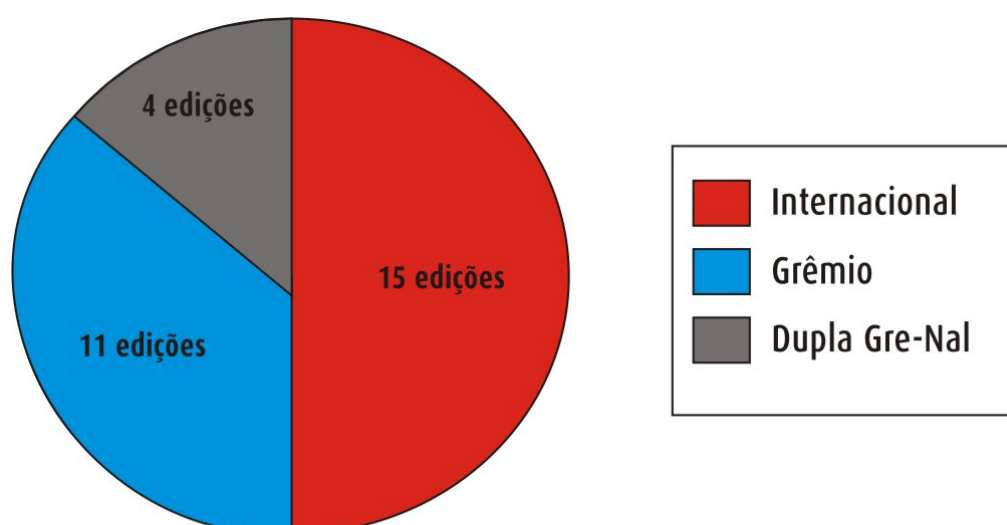
Para *Zero Hora*, a notícia de maior impacto foi a iniciação das conversas com Falcão para que ele retornasse ao Internacional, tanto que a chamada “A sacada Falcão” e a foto principal da capa fazem referência à possibilidade de ele ser o novo

comandante. Em um texto longo, de 18 parágrafos, percebemos a predominância de novas informações: a categoria novidade é inferida nove vezes no decorrer do texto. Como a demissão de Roth ocorreu durante a noite, muitos dos assinantes e leitores receberam a notícia em primeira mão através do jornal impresso.

### 4.3 Proximidade com o torcedor

Como vimos anteriormente, para Alsina (1993) existem duas dimensões do critério proximidade no jornalismo: a temática e a geográfica. A primeira, a temática, supre a necessidade de grupos que buscam trocar informações, têm afinidades em temas diversos e algumas expectativas em comum. Proximidade essa que envolve certos efeitos psicológicos de identificação e implicação afetiva. (ALSINA, 1993, p. 105). A segunda, a geográfica, diz respeito à proximidade espacial, que está inserida de modo direto na convivência cotidiana das pessoas, gerando um grau de interação e afetividade ainda maiores.

No jornalismo esportivo, as proximidades temáticas e geográficas se misturam constantemente. Para o torcedor, que é um apaixonado pelo esporte e pelo clube do coração, podemos inferir tanto a proximidade temática – identificação e afetividade – quanto à geográfica, supondo que a maioria dos brasileiros torce por um time de sua cidade. No Rio Grande do Sul isso é regra, não exceção. Das trinta matérias de capa do caderno de Esportes de *Zero Hora*, 15 tinham como destaque o Internacional, 11 o Grêmio e quatro a dupla Gre-Nal, conforme o gráfico 4, abaixo:



**Gráfico 4:** distribuição dos temas das matérias de capa do caderno de Esportes do jornal Zero Hora do mês de abril/2011.

Ou seja, todas as matérias falavam de Inter, Grêmio ou ambos, e sempre de futebol. Por isso, precisamos deixar claro que a análise de conteúdo deste trabalho foi feita principalmente em cima dos textos, mas levando em consideração, também, fotos e legendas. Assim se explica que a proximidade não tenha sido a categoria mais presente durante o trabalho. Vamos a um exemplo para mostrar isso de uma melhor forma:

**Edição do dia 22 de abril**

O desenrolar dos fatos da semana de 18 (segunda-feira) a 24 de abril (domingo) apresentaram novidades para o futebol gaúcho: a possibilidade de ocorrência de muitos clássicos Gre-Nais, pelo Campeonato Gaúcho e Copa Libertadores da América.



**Figura 5:** capa do caderno de Esportes do dia 22 de abril

A edição do dia 22 aborda o assunto, e nela vemos pela primeira vez a predominância da categoria proximidade (percebida cinco vezes) no texto. Observemos o parágrafo a seguir:



Desde já se fala em Gre-Nal da América, Gre-Nal do Século, Gre-Nal do Milênio, alguns dos grandiloqüentes apelidos correntes. Há um outro clássico dentro do Gre-Nal. Renato Portaluppi e Paulo Roberto Falcão disputam uma decisão com envolvente gosto de passado vencedor. (Ed. 22 de abril, pg. 29)

Fica claro que o jornalista cria estratégias para aproximar o texto do seu público leitor. Nesse parágrafo podemos perceber a repetição das palavras “clássico” e “Gre-Nal”, e, além disso, o texto traz a tona a disputa entre os dois técnicos, cada um ídolo de sua torcida, o que dá ainda mais um caráter de proximidade junto ao leitor.

### ***Edição do dia 28 de abril***

Outro exemplo da averiguação da proximidade na análise de conteúdo está na edição do dia 28 de abril. A matéria de capa do caderno de Esportes de *Zero Hora* destaca o confronto de ida do Internacional nas oitavas de final da Copa Libertadores, diante do Peñarol. Mesmo que a categoria mais encontrada na edição tenha sido a relevância, é a proximidade que mais chama atenção na análise deste dia. É interessante perceber que o jornalista cria estratégias em seu texto para que o leitor perceba que há uma relação de proximidade entre este e o jornalista. Ele procura fatos pitorescos e informações para agregar proximidade (inferida três vezes) ao texto, como vemos em a seguir:

[...] Pelas ruas de Montevidéu, no entanto, nada de torcedores do Peñarol vestidos a caráter. Pelo bairro *Punta Carretas* – uma espécie de Moinhos de Vento, de Porto Alegre –, onde a delegação do Inter está hospedada no luxuoso Hotel Sheraton, nada de camiseta amarela e preta. (Ed. 28 de abril, pg. 55)

Neste trecho percebemos que o jornalista traz um exemplo próximo dos leitores para que eles entendam do que ele está falando. Era vital para a informação que ele comparasse o bairro *Punta Carretas* com o Moinhos de Vento, em Porto Alegre? Não necessariamente. Mas essa maneira de escrever traz o ambiente da partida para a realidade próxima do leitor, fazendo com que se situe e se sinta próximo da informação.



Figura 6: capa do caderno de Esportes do dia 28 de abril

Outro trecho que deixa transparecer esse critério de noticiabilidade adicionado ao texto é quando o jornalista cita o irmão de um dos jogadores do elenco colorado:

[...] Um outro torcedor carbonero que apareceu também se disse colorado. Era o irmão do zagueiro Sorondo. Marcelo, de 35 anos, deixou a academia do estádio às 20h30min de ontem. Estava totalmente ornamentado com uniforme do Inter, presente do mano. O zagueiro está em recuperação em Montevidéu, mas voltará com a delegação para Porto Alegre. (Ed. 28 de abril, pg. 55)

Trazer a informação de que um uruguaio torcerá pelo Internacional durante a partida decisiva também aproxima o texto do leitor. Quando o jornalista descreve que o irmão de Sorondo estava totalmente vestido com adereços do Internacional, ele está claramente trazendo o público-alvo para perto da informação.

#### 4.4 Existe instantaneidade no jornalismo impresso?

A utilização do termo instantâneo no campo do fazer jornalístico traz o sentido tanto de imediatez ou rapidez quanto de uma vinculação de um intervalo ínfimo de tempo ao momento presente. Franciscato (2005) explica que “o sentido predominante de instantaneidade que as experiências do jornalismo têm desenvolvido refere-se a uma desejada ausência de intervalo de tempo entre a

ocorrência de um evento e a sua transmissão e recepção por um público” (2005, p. 114). Com base nessa afirmação, podemos levantar o questionamento: existe instantaneidade no jornalismo impresso?

Como já afirmamos anteriormente, é muito complicado fazer da instantaneidade um dos critérios mais presentes nas notícias de um jornal. Ao contrário do rádio e da televisão, o jornal impresso é produzido durante todo o dia, e repercute as informações de uma só vez: pela manhã, ao sair das gráficas e ser distribuído a todos os leitores. Mesmo assim, os jornalistas de periódicos impressos se esforçam para passar aos seus textos o caráter e a sensação de instantaneidade. Baseado nos documentos analisados durante o trabalho, trago aqui alguns exemplos:

### Edição do dia 27 de abril

Nesta edição, percebemos o esforço do jornalista em agregar instantaneidade a matéria de capa. O subtítulo, “*Grêmio fracassa no Olímpico*”, está no tempo verbal do presente exercendo essa função de ser instantâneo. Além disso, a foto da torcedora com a mão na cabeça e ar de preocupação (figura 7) nos coloca no ambiente do jogo, que terminou a algumas horas, antes do jornal ser fechado e distribuído.



Figura 7: capa do caderno de Esportes do dia 27 de abril

Dois lances em menos de cinco minutos complicaram a permanência do Grêmio na Libertadores. O gol de Pratto e a expulsão infantil de Borges, no primeiro tempo, encaminharam o 2 a 1 em favor do Universidad Católica, ontem, no Olímpico, e deixaram o time de Renato na necessidade de vencer na partida de volta das oitavas, quarta-feira, no Chile. Terá de fazer lá o que não conseguiu aqui. (Ed. 27, pg. 48)

O parágrafo que abre a matéria, citado acima, também tem a intenção de transmitir instantaneidade. Mesmo que o tempo verbal esteja no passado em alguns trechos do texto, o jornalista tenta fazer com que a informação pareça a mais recente possível, principalmente no trecho em que diz “*Terá de fazer lá o que não conseguiu aqui*”. Utilizando o verbo ter no futuro, ele faz com que a informação esteja no presente, no agora.

### ***Edição do dia 6 de abril***

Outro exemplo do subterfúgio que os jornalistas adotam para dar caráter de instantaneidade à notícia está na edição do dia 6 de abril. Ao utilizar o verbo no presente no subtítulo “*Inter pega o Jaguares às 19h30min*”, percebemos, através da análise, que o jornalista presentifica o ocorrido dando um caráter de instantâneo ao texto.

## **4.5 A periodicidade como continuidade**

Uma das particularidades do jornalismo esportivo impresso percebidas durante a análise de conteúdo é a utilização da categoria periodicidade como continuidade dos fatos e não somente da publicação. É bastante comum que as matérias que dizem respeito ao dia seguinte à cobertura dos jogos tenham esse caráter agregado. Vamos aos exemplos:

### ***Edição do dia 7 de abril***

Como já afirmamos anteriormente, das trinta matérias de capa do caderno de Esportes de *Zero Hora*, todas elas tinham o futebol como destaque. Então, conseqüentemente, muitas dessas matérias abordavam o pós-jogo de partidas realizadas na noite anterior.



Figura 8: capa do caderno de Esportes do dia 7 de abril

Os leitores do jornal e torcedores, em sua maioria, assistiram ao jogo e sabem de todos os detalhes do que ocorreu. Ao abrirem o jornal no dia seguinte, estão a procura do que foi considerado mais relevante na opinião dos jornalistas: ‘o que desencadeou a derrota’, ‘quem foi o responsável pela vitória’, ‘o time pode render mais?’. Tudo isso se encaixa na categoria de periodicidade, dando uma continuidade aos fatos que ocorreram na noite anterior. Confirma o *lead* da matéria do dia 7 de abril:

O Inter foi ao México com a tentativa de assegurar a primeira colocação geral na Libertadores. Porém, jogando mal, levou 1 a 0 do Jaguars, resultado que evitou a classificação antecipada da equipe de Celso Roth, que agora precisará ser confirmada no próximo dia 19, contra o Emelec, no Beira-Rio. (Ed. 7 de abril, pg. 55)

No *lead* fica clara a intenção do jornalista de transmitir continuidade aos fatos ocorridos na partida entre Jaguars X Internacional. Em apenas cinco linhas, ele consegue transmitir ao leitor o que aconteceu, o porquê e as conseqüências desses fatos.

Mas não é somente nas matérias de pós-jogo que podemos identificar a periodicidade como continuidade. Toda a matéria que diz respeito a uma informação que já foi veiculada anteriormente, e que venha a agregar novos fatos, pode ser encaixada nessa mesma categoria. Veja o exemplo abaixo:

**Edição do dia 4 de abril**

No domingo, dia 3 de abril, tivemos na matéria de capa do caderno de Esportes de *Zero Hora* um texto falando sobre o bom momento do atacante Leandro, recém revelado das categorias de base e que está pleiteando lugar no time titular do Grêmio. Além das informações relevantes de Leandro, o jornal de domingo apresentava um pequeno serviço do jogo entre Grêmio x Veranópolis, no Olímpico.



**Figura 9:** capa do caderno de Esportes do dia 4 de abril



**Figura 10:** matéria de capa do Esporte do dia 4 de abril

No dia seguinte, no jornal de segunda-feira, 4 de abril, novamente é Leandro que está na capa do caderno de Esportes, e as informações que foram veiculadas no dia anterior ganham complementação. Ao invés de repercutir a vitória do Grêmio sobre o Veranópolis, o jornal se detém a falar do desempenho do atacante e de como essas boas atuações tem mudado sua vida. Reforçamos, a partir desse exemplo, que muitas vezes o principal critério utilizado nas matérias de Esporte de *Zero Hora* é o da periodicidade como continuidade.

## 4.6 Objetividade no texto esportivo

Um dos questionamentos mais recorrentes do estudo do jornalismo é o que é a objetividade. Conforme vimos anteriormente nos primeiros capítulos, ser objetivo é primar pela concisão, ir direto ao ponto. Para Traquina (2005), a objetividade é um procedimento que os jornalistas utilizam para assegurar credibilidade, como parte não-interessada no que diz respeito à notícia e para se protegerem de possíveis críticas ao seu trabalho.

Mas como isso se encaixa no jornalismo esportivo impresso? Pela análise de conteúdo das matérias de capa do caderno de Esportes de *Zero Hora*, pudemos aferir que a objetividade está na descrição simples e direta dos fatos. Essa objetividade se fez presente em vinte das trinta edições analisadas, e é bem provável que nas dez em que não foi percebida, a explicação resida no fato de que a matéria não tratava de algo factual. Alguns exemplos demonstram bem como a objetividade pode ser percebida no jornalismo esportivo impresso. Vamos a eles:

### Edições dos dias 20 e 29 de abril



Figura 11: capa do caderno de Esportes do dia 20 de abril



Figura 12: capa do caderno de Esportes do dia 29 de abril

As matérias de capa do caderno de Esportes dos dias 20 e 29 de abril destoam das restantes do mês pela presença massiva da categoria objetividade. Em

todas as outras edições analisadas, que diziam respeito à repercussão de partidas ocorridas na noite anterior, os jornalistas procuravam detalhes e pequenos fatos para ressaltar a relevância. Nas duas edições, não. Os jornalistas Leandro Behs (no dia 20 de abril) e Diego Guichard (dia 29) vão direto ao ponto: analisam o resultado, as conseqüências dele e os principais lances da partida. Sem adjetivações ou qualquer outro tipo de recurso. Observem este parágrafo, retirado da edição do dia 20 de abril:

Com a insistente manutenção do 0 a 0, aos poucos, a ansiedade começou a tomar conta dos jogadores e da torcida. A partir dos 20, o Emelec passou a tomar conta das ações ofensivas. Foram pelo menos três cruzamentos para a área colorada, que acabaram interceptados pela defesa e por Renan, que teve muito boa atuação. Sem velocidade, bem marcado e errando passes, o Inter não encontrava soluções para dominar o jogo. (Ed. 20 de abril, pg. 46)

Pela análise do parágrafo percebemos que o jornalista vai direto ao ponto na análise da partida. É assim também na edição do dia 29 do mesmo mês:

No segundo tempo, com Oscar no lugar de Sobis, o Inter teve outra cara. Partiu para cima do Peñarol, dominou o jogo, mas não conseguiu efetividade. D'Alessandro havia dado dois chutes a gol. E só. Aos 19, porém, em um contra-ataque, Leandro Damiano bateu de fora da área. A bola desviou no pé de um zagueiro e desceu no canto de Sosa – foi o seu 18º gol em 17 jogos no ano. O 1 a 1 fazia justiça. (Ed. 29 de abril, pg. 55)

Outro recurso utilizado para reforçar a objetividade na edição do dia 20 de abril é o título e a imagem. Intitulada “Sem diversão”, acompanhada de uma fotografia em que os jogadores do Internacional estão sérios na comemoração do primeiro gol, a matéria é seca, objetiva, sem floreios.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados levantados na análise, fica evidenciado que a produção e escolha das matérias de capa do caderno de Esportes do jornal *Zero Hora* são feitas baseadas na relevância como principal critério de noticiabilidade. Ao aferir nos textos, fotografias e legendas das matérias de capa as categorias previamente escolhidas, teve-se esta surpresa: ao contrário do que se imaginava, a proximidade não foi o critério de noticiabilidade mais presente na produção dos textos feitos pelos jornalistas da editoria de Esportes de *Zero Hora*. Quando comparada à relevância (percebida 154 vezes durante a análise contra 72 vezes da proximidade), a proximidade é apenas o terceiro critério escolhido pelos jornalistas para a produção de matéria de capa.

É preciso deixar claro que a análise de conteúdo deste trabalho leva em consideração não apenas a escolha do tema geral das matérias de capa do caderno de Esportes. Se fosse por isso, a proximidade teria sido obviamente o critério mais presente. Basta perceber-se que, das 30 edições analisadas do mês de abril, todas elas envolviam Grêmio, Internacional ou ambos. Quando pensado assim, é natural se concluir que é a proximidade que une os leitores à publicação: Grêmio e Internacional são os dois maiores times do Rio Grande do Sul; a grande maioria dos leitores de *Zero Hora* são gaúchos e torcem por um dos dois times, logo, é a proximidade psicológica e geográfica que leva os jornalistas a falarem sempre de um ou outro time, ou até mesmo de ambos.

Nesse ponto é que entra a análise de conteúdo proposta nesse trabalho de conclusão de curso. O intuito foi o de averiguar quais critérios de noticiabilidade são realmente adotados no momento da produção dos textos jornalísticos, das fotografias tiradas e na escrita das legendas para as mesmas. Ao adotar-se uma leitura mais criteriosa e embasada em precedentes teóricos, percebemos que foi sim a relevância que mais se fez presente nas escolhas feitas pelos jornalistas. Para isso foi preciso desviar o olhar do senso comum, buscando relacionar tanto o número de vezes em que o critério aparecia no decorrer do texto, quanto o número de cadernos de esporte em que o critério estava presente. Nessa relação é que se pode aferir que a relevância está mais inserida na produção das matérias.

Tem-se de ressaltar também que as seis categorias se fizeram presentes, em diferentes intensidades e quantidades. Antes do início do trabalho, baseados nos preceitos de critério de noticiabilidade estabelecidos por Traquina (2005, 2008) e outros importantes teóricos, tentamos imaginar quais critérios melhor se encaixariam em uma das modalidades mais populares e apaixonantes do jornalismo especializado: o esportivo. A escolha pela objetividade, proximidade, periodicidade, novidade, instantaneidade e relevância como as categorias a serem analisadas nos documentos se deu em função de serem esses também, os principais critérios adotados para a produção do jornalismo em geral, seja ele esportivo, econômico, político ou policial.

A presença das categorias nas matérias de capa do caderno de Esportes de *ZH* nos levou a perceber esta particularidade do jornalismo esportivo na sua forma impressa. Diferentemente de outros veículos, um jornal impresso precisa adotar diferentes critérios para agradar ao público-alvo, por não possuir ferramentas que outros meios de comunicação possuem. Percebemos durante a análise que a categoria instantaneidade só foi percebida 23 vezes, em uma análise de documentos consideravelmente extensa. Como se explica isso, sendo que esse critério de noticiabilidade – a instantaneidade – se faz cada vez mais presente no jornalismo atual? O jornal impresso precisa buscar outros critérios para cativar seus leitores e assinantes, pois não pode ser instantâneo devido a seu modo de produção. Ao contrário do rádio, da televisão e da *internet*, o jornal impresso informa seu público-alvo somente uma vez por dia, no ato de leitura da edição. Muito provavelmente reside aí a presença massiva da relevância como principal critério adotado pelos jornalistas. Já que não podemos trazer instantaneidade na informação, vamos buscar o que de fato é realmente mais relevante para quem lê nosso jornal.

A surpresa mostrou-se também na segunda colocação de frequência das categorias na análise dos documentos. O critério novidade esteve presente em 28 das 30 edições analisadas do mês de abril, e foi percebida 93 vezes. Previamente a realização da análise dos documentos, não imaginávamos que a categoria novidade estaria entre as três primeiras colocadas. Somente com o andamento do trabalho, pudemos perceber esta outra particularidade do jornalismo esportivo feito nas matérias de capa de *Zero Hora*: o trabalho de averiguação das informações por parte dos jornalistas é igual ou maior aos profissionais de outros meios, como rádio

e televisão. Surpreendemos-nos ao perceber que os textos estavam recheados de informações novas, que foram produzidas a partir de fontes específicas e que provavelmente não foram divulgadas nos outros veículos. A matéria do dia 30 de abril, que revela o desfecho da demissão do atleta Carlos Alberto pelo Grêmio, é um exemplo significativo disso: informações antes reclusas a grande maioria das pessoas estavam ali, concentradas na matéria de capa do caderno de Esportes do jornal. Os três jornalistas que assinam o texto averiguaram pontos cruciais para a melhor informação: a irritabilidade do jogador, as más companhias e o gosto pelas noitadas, e assim fizeram com os leitores entendessem de maneira muito transparente o porquê da demissão e das recorrentes más atuações do jogador.

Outra característica que se mostrou bastante presente nos documentos analisados é a transformação do critério de noticiabilidade periodicidade em continuidade. Essa característica é também comum em outros meios de comunicação, mas mostra-se bastante presente no jornalismo impresso, e especialmente, no jornalismo esportivo feito em *Zero Hora*. Em diversas das edições analisadas, o critério periodicidade como continuidade estava tão presente – e de forma específica – quanto à própria relevância, apesar de sua frequência ter sido menos percebida. É parte da escolha dos jornalistas tratar uma informação em um dia, dando destaque para ela na capa, e no dia seguinte trazer as complementações daquela informação, respondendo às perguntas que ficaram sem resposta no dia anterior. O que aconteceu após o desenrolar dos fatos? Quais foram as consequências? Como as pessoas envolvidas reagiram e qual é a nova opinião delas sobre o assunto? Tudo isso parte do critério periodicidade, que é bastante presente nas matérias de capa esportiva do jornal *Zero Hora*.

Por fim, é importante destacar que este estudo se baseou nas reportagens de capa do caderno de Esportes do jornal *Zero Hora*, não sendo extensivo ao restante do conteúdo. Leituras flutuantes, pela demais páginas da editoria, porém, apontaram indícios que vão ao encontro do que se observou em todo o material de capa. A relevância parece ser a diretriz mais presente também nas matérias que dizem respeito aos outros esportes, de menor apelo junto aos leitores da publicação, e até mesmo nos textos assinados pelos colunistas esportivos de *Zero Hora*. Mas para chegar a essas conclusões precisaríamos fazer um outro trabalho.

Esperamos ter contribuído para os estudos que se dedicam a área de critérios de noticiabilidade, sejam eles aferidos no jornalismo esportivo ou em qualquer outra

forma especializada de se fazer jornalismo. Pensar e refletir a forma com que se faz e produz jornalismo sempre se mostrará importante, hoje e sempre. Consequentemente, devemos entender a importância do estudo dos critérios de noticiabilidade, pois são eles que elucidam o papel e as diretrizes adotadas pelos jornalistas de nossa época.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. Paraíba, 2000. Trabalho acadêmico (Graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal da Paraíba. Documento eletrônico disponível em : <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf>. Acesso: em 16 de maio de 2011.

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

ALSINA, Rodrigo Miquel. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009: Tradução de Jaob A. Pierce.

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

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2004.

DALPIAZ, Jamile Gambá. **O futebol no rádio de Porto Alegre: um resgate histórico (dos anos 30 à atualidade)**. Porto Alegre, 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

ERBOLATO, Mario L. **Jornalismo Especializado: emissão de textos no jornalismo impresso**. São Paulo: Atlas, 1981.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão: Editora UFS, 2005.

MUNIZ, Almir. Os donos da bola. **Revista de Comunicação**. Rio de Janeiro, vol. 7, n. 25, pg. 8 – 11, junho, 1991.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade. Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol.II Nº 1 - 1º Semestre de 2005. Disponível em: <http://200.144.189.42/ojs/index.php/estudos/article/viewFile/5931/5402>. Acesso em: 7 de maio de 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, Ed. 2, 2005: Porque as notícias são como são.

\_\_\_\_\_. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, Ed. 2, 2008: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.

TUCHMAN, Gaye. **“A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas”**. In: TRAQUINA, Nelson (ORG). **Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’**. Lisboa: Veja, 1993.

YANEZ, Carlos Ivan. El balón puede esperar. **Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación**. Quito: Ciespal, n. 51, pg. 48-51. Julho, 1995.