

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

**MATHEUS HARB CORRÊA**

**Entre o furo e a especulação: o Jornalismo Esportivo de Folha e Estadão na  
venda de Neymar ao Barcelona**

**PORTO ALEGRE**

**2015**

MATHEUS HARB CORRÊA

**Entre o furo e a especulação: o Jornalismo Esportivo de Folha e Estadão na  
venda de Neymar ao Barcelona**

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

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

**PORTO ALEGRE**

**2015**



## **AGRADECIMENTOS**

À Professora Sandra de Deus, pelos conhecimentos passados ao longo destes anos de FABICO, a paciência e a disposição para que este trabalho pudesse se realizar.

Aos muitos amigos que a UFRGS me proporcionou nesta segunda (mas primeira “completa”) passagem, em especial Igor, Ariel, Hudson, João Pedro e Valéria, pela parceria e a chance de entender o verdadeiro valor das amizades. Sem esquecer de mencionar, claro, os Bondes do Grands e do Jornal, e os colegas de equipe do Patético Mineiro FF.

À FABICO, que apesar de todos os problemas, é o lugar ideal para se estar nos 20 e poucos anos (como um amigo citou), por me ajudar a crescer como pessoa, e como homem.

A meus tios e tias, primos e primas com os quais os voltei a cruzar caminhos há alguns anos, e cujo apoio incondicional só mostrou porque esse “familião” é único.

À minha irmã Francine, pelo cuidado e a cumplicidade que nos fez vencer juntos os momentos difíceis, e também de compartilhar os felizes.

À minha avó Therezinha, a mulher mais forte que irei conhecer na vida, pelo carinho, a fibra, e a dedicação para que eu pudesse chegar a este momento.

À minha mãe Maria Teresinha, pois apesar da saudade sem tamanho, é pelo seu amor que sou quem eu sou hoje, e que também me faz seguir em frente.

*Si a veintidós muchachos de veintidós países que hablan distintas lenguas, pertenecen a razas diferentes y profesan diferentes diversas se les da un balón y un árbitro, tienes muchas posibilidades de entenderse, jugar y divertirse*

Francisco Echevarría

## RESUMO

Este trabalho tem por objetivo investigar a veiculação de informações de fundo especulativo sobre o mercado de transferências do futebol por parte do jornalismo esportivo. Para isso, foram analisados os conteúdos publicados pelos jornais Folha de São Paulo e Estado de São Paulo a respeito da transferência do jogador Neymar do Santos Futebol Clube ao FC Barcelona, acompanhando um período aproximado de seis meses, em 2013, até que o negócio fosse concluído, e durante o qual foram aferidas a veracidade das informações referentes à negociação, bem como quais fontes foram predominantemente utilizadas. O embasamento teórico da pesquisa visa definir o jornalismo e proporcionar uma perspectiva histórica deste, além de discutir os preceitos e fatores que fazem parte do seu dia a dia, ao passo que também o aproxima do esporte, atividade conferida de importância comunicacional e social. O estudo conclui que os dois diários, embora inseridos num contexto de relativização de conceitos como objetividade e rigor da informação, ainda respeitam, em geral, tais princípios, ainda que algumas notícias isoladas endossem a preocupação levantada pela pesquisa.

**Palavras-chave:** jornalismo esportivo, esporte, Neymar, Barcelona, transferência, futebol, especulação.

## **ABSTRACT**

This work aims to investigate the publication of information originated on speculations on the soccer transfer market promoted by sports journalism. To achieve that, the content of newspapers Folha de São Paulo and Estado de São Paulo regarding the transfer of player Neymar from Santos Futebol Clube to FC Barcelona was analyzed during a period of about six months, in 2013, until the deal was completed, where the veracity of the information was measured as well as which sources could be identified the most. The theoretical basis for this work, on the other hand, aimed to define the concept of journalism and offer an historical perspective about it, while also discussing the precepts and factors that are part of these everyday activities, brings it closer to sports, activity of both communicational and social importance. This study concludes that both newspapers, despite inserted in a context where concepts like objectivity and information accuracy are relativized, still follow, in general, such principles, even if some isolated news endorse the concerns proposed by this research.

**Key words:** sports journalism, sports, Neymar, Barcelona, transfer, soccer, speculation.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

Ilustração 1: Frequência de menção aos clubes nas matérias de Folha e Estadão

Ilustração 2: Valores totais da transação relatados por Folha e Estadão

Ilustração 3: Neymar: anos de realização da transferência

Ilustração 4: Tipos de fontes por matéria nas publicações de Estadão

Ilustração 5: Tipos de fontes por matéria nas publicações da Folha

Ilustração 6: Gráfico das menções aos tipos de fontes nas matérias de Folha e Estadão



## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	10
2	<b>O ESPORTE E A INFORMAÇÃO</b> .....	14
2.1	Uma definição para o jornalismo.....	14
2.2	Percurso histórico do jornalismo.....	16
2.3	O jornalismo esportivo.....	19
2.3.1	Por que o esporte?.....	19
2.3.2	Origens e evolução do jornalismo esportivo.....	24
2.4	Critérios de noticiabilidade no esporte.....	28
2.4.1	Notoriedade.....	30
2.4.2	Proximidade.....	32
2.4.3	Relevância.....	33
2.4.4	A novidade e a notabilidade.....	33
2.4.5	Os critérios contextuais: disponibilidade, equilíbrio e concorrência.....	35
3	<b>OS DESAFIOS À PRÁTICA DO JORNALISMO</b> .....	37
3.1	Objetividade.....	38
3.2	O interesse das fontes.....	44
3.3	A rotina jornalística e a organização do trabalho.....	48
3.4	Jornalismo e especulação.....	51
4	<b>COMO FOLHA E ESTADÃO “VENDERAM” NEYMAR</b> .....	57
4.1	Percurso metodológico.....	56
4.2	A construção da imagem de Neymar.....	60
4.3	O mercado de transferências do futebol.....	62
4.4	Análise das matérias de Folha e Estadão.....	64
5	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	79
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	82

## 1 INTRODUÇÃO

O esporte foi, desde seus princípios, uma atividade entendida para além dos limites do seu aspecto lúdico, elemento capaz de aproximar sujeitos diversos ao redor de um mesmo propósito, no limite de ele mesmo ser comunicação. Não surpreende, portanto, sua ampla disseminação no mundo atual, e igualmente sua apropriação como objeto midiático que se preste a diferentes a diferentes fins – entre eles, aquele que o compreende como de origem de informações a uma audiência que, mesmo heterogênea, permanece fiel aos seus gostos. Explica-se, assim, como o jornalismo esportivo permanece firme apesar do preconceito daqueles que tentam confiná-lo a uma eterna condição de editoria menor, *toy department* que, por tratar do jogo, não tem a mesma seriedade tampouco merece o mesmo prestígio de outros campos (HENRIQUES, 2014).

O problema? Estes argumentos passam longe de ser injustificados. A face do esporte enquanto lazer se estendeu à forma como seu jornalismo é pensado e executado na contemporaneidade, ao ponto dos programas de televisão se converterem em verdadeiros canais de infoentretenimento que visa a produção do espetáculo (OSELAME, 2012), e de publicações tradicionais sucumbirem a pressões mercadológicas visando o consumo, onde o caso da revista “Placar” seja talvez o mais sintomático das transformações pela qual a atividade vem passando<sup>1</sup>. A argumentação crítica contra o jornalismo esportivo é, contudo, anterior a esses modelos, o que remete a um contexto ainda mais pessimista: esteve o esporte, em algum momento, regido pelos mesmos princípios do tratamento da informação dispendidos a outros temas?

Para Coelho (2013), Barbeiro e Rangel (2006), a resposta é que sim e, no entanto, os mesmos reconhecem que a difícil luta contra o preconceito sobre a área sofre um revés cada vez que uma matéria mal apurada é veiculada para as massas. E, pior ainda, quando é desmentida publicamente: “os repórteres esportivos precisam pôr um fim nas piadas que fazem a respeito do seu trabalho, e mostrar que é possível produzir boas reportagens, como em qualquer outro assunto” (BARBEIRO

---

<sup>1</sup> Placar publicou, em novembro de 2015, uma edição com um pôster em alusão ao Corinthians, então “99% campeão” da Série A do Campeonato Brasileiro de Futebol. O jornalista Juca Kfourri, editor da revista nos anos 1970, escreve a respeito no texto “Quero minha Placar de volta” (Disponível em: < <http://blogdojuca.uol.com.br/2015/11/quero-minha-placar-de-volta/>>. Acesso em 22 nov 2015).

e RANGEL, 2006, p. 20), ou seja, vencer o preconceito pressupõe, antes, superar más práticas jornalísticas ainda observadas nessas coberturas.

O nível de complexidade que envolve a prática esportiva oferece uma boa chance para legitimar o jornalismo, compreendendo-se sua extensão para áreas ligadas à política e à economia, por exemplo<sup>2</sup>, e também um desafio, frente às mudanças colocadas em marcha pelas novas tecnologias. Marcondes Filho (1993) chega ao ponto de afirmar que a própria objetividade, um dos valores sagrados da atividade jornalística, encontra-se mergulhada na crise do paradigma científico da atualidade, ao passo que a imagem reina sobre o texto e as culturas contemporâneas se encontram “como num processo de “dislexia”, segundo a qual está se reduzindo nas pessoas a capacidade de ler textos, principalmente textos longos ou que envolvem certa abstração” (MARCONDES FILHO, 1993, p. 101).

Embora com uma certa idade, as ideias do autor coincidem com os padrões de recepção instituídos com o advento das mídias digitais, contexto no qual também se multiplicaram os emissores e as mensagens e forçou, assim, os veículos tradicionais de imprensa a se readaptarem a uma nova realidade, sob pena de perderem seu poder de influência. Paradoxalmente, esse novo jornalismo onde a velocidade é lei realimenta, de certa forma, o desprezo pela própria objetividade: se as reportagens precisam ser curtas e produzidas com rapidez, algumas etapas de apuração terão de ser suprimidas do trabalho da redação. Como se a contemporaneidade não suportasse mais, de um modo geral, o respeito ao rigor e à exatidão dos fatos relatados.

É a partir destes preceitos, aliados ao tratamento espetacular do jogo, que se compreende o nível do jornalismo esportivo em nossos tempos: navegando entre o entretenimento e a informação, ele por vezes cede ao conteúdo banal, de fácil adaptação ao produto noticioso, mesmo que este esteja calcado longe da realidade, como rumores postos a correr que saciam as vontades do público sempre ávido pelo novo. São as notas sobre a vida pessoal dos atletas, brigas entre companheiros de equipe nos vestiários, polêmicas fora de campo e, por fim, as sagas que contam as transferências de jogadores de futebol, cujas cifras milionárias e a perspectiva de atuar nos grandes palcos da Europa mexem não só com estes profissionais, mas

---

<sup>2</sup> Boyle (apud HENRIQUES, 2014, p. 33) entende que, com essa amplificação de temas, faz mais sentido falar de um jornalismo sobre esporte, “num contexto mais geral, do que o jornalismo de nicho, rotulado, de forma limitada, como jornalismo esportivo”.

também estimula a imaginação do público que consome essas informações.

Tendo em vista a necessidade de reflexão sobre a emergência do jornalismo desta nova era e, especialmente, da árdua jornada que a informação esportiva ainda tem a trilhar, este trabalho se propõe a trabalhar a cobertura da ida do atacante Neymar, grande ídolo da atualidade no futebol brasileiro, do Santos FC ao Barcelona, concretizada em 2013. Sobre o atleta, Ferraz e Marques destacam a forma como a própria mídia contribuiu para atribuir a ele esse status, uma vez que, colocada à ingerência da cultura no processo, “o jogador jamais se tornaria um superastro do futebol brasileiro sem a produção espetacular de seus jogos, de suas aparições públicas nos demais âmbitos do entretenimento” (2012, p. 10). Naturalmente, o jornalismo esportivo teve importante papel neste processo, ao contar a saga de sua ida a uma das maiores equipes do planeta, como episódios de uma série dramática na qual ele surgia como protagonista.

Nossa investigação se dará em cima dos dois maiores jornais da capital paulista, Folha de São Paulo e o Estado de São Paulo<sup>3</sup>, no período que compreende entre a abertura da janela de transferências<sup>4</sup> de inverno (europeu) e o dia seguinte à sua apresentação oficial no Camp Nou<sup>5</sup>, no dia 4 de junho daquele ano. Neste meio tempo, pretende-se averiguar de que forma os dois diários noticiaram a possível venda do jogador, que sofria assédio de outros clubes e também cogitava permanecer na equipe do litoral até a disputa da próxima Copa do Mundo, em 2014. Serão avaliados diferentes aspectos das informações colhidas para, posteriormente, inferir onde a apuração foi correta, a forma como as fontes foram tratadas, e se a especulação e os boatos encontram, enfim, brechas para fazer valer suas informações – verdadeiras ou não<sup>6</sup> – no discurso dos veículos supracitados. A análise de conteúdo foi o método eleito para dar conta dos objetivos aqui expostos.

Antes de nos debruçarmos sobre o objeto, no entanto, foram realizadas aproximações teóricas acerca dos temas que nos proporcionem enquadramentos para a análise posterior. Iniciamos pelas tentativas de apreender um conceito para o jornalismo, remontar seu percurso histórico e a maneira pela qual recorta os fatos

---

<sup>3</sup> Para fins de supressão, iremos nos referir a eles como Folha e Estadão, apenas.

<sup>4</sup> Períodos do ano instituídos no qual os clubes podem contratar jogadores. Este conceito será aprofundado no capítulo 4.

<sup>5</sup> Estádio do FC Barcelona, localizado na referida cidade.

<sup>6</sup> “Dois atributos principais caracterizam o boato: 1) é antes de tudo uma informação: traz elementos novos sobre uma pessoa ou um acontecimento ligados à atualidade; 2) destina-se a ser acreditado, quer seja falso ou verdadeiro” (CHAPARRO, 2007, p. 81).

que virão a ser notícia, onde nomes como Traquina (2004; 2005), Karam (2004), Alsina (1989) e Bucci (2000) aportaram importantes contribuições. Ainda no primeiro capítulo, será dedicada uma parte à importância e à expansão do esporte aos moldes que conhecemos nos dias de hoje, bem como o surgimento e o fortalecimento do jornalismo esportivo, pontos sobre os quais Alcoba (2011) será uma fonte central. Coelho (2013) também traz uma perspectiva histórica da cobertura esportiva, mas, neste caso, sobre o contexto brasileiro.

Em seguida, serão discutidos alguns pontos-chave para se compreender a prática jornalística, a saber, a problematização sobre o conceito de objetividade, a questão do interesse das fontes e a influência dos procedimentos de rotina e da organização no trabalho dos profissionais da área. Para isso, foram consultados autores como Marcondes Filho (1993), Tuchman (1993), Groth (2011), Chaparro (2007) e Gomis (2004), enquanto Barbeiro e Rangel (2006) nos ajudam a aproximar algumas destas questões ao jornalismo esportivo. A discussão sobre especulação e prática também será abordada neste momento.

Por fim, será exposta a metodologia de pesquisa com base em Bardin (2011) que irá possibilitar, enfim, a análise do conteúdo das matérias veiculadas para que as hipóteses acerca da especulação no jornalismo esportivo, para o caso de Folha e Estadão, são válidas ou não.

## 2 O ESPORTE E A INFORMAÇÃO

### 2.1 Uma definição para jornalismo

A consolidação do jornalismo como elemento indispensável à sociedade desde o princípio do século XX têm levado pesquisadores da área a buscar a resposta à pergunta ‘o que é jornalismo?’, e também na configuração de teorias que ajudem a explicar a ação social que este executa na sua relação com o mundo. Com respeito à primeira questão, Nelson Traquina (2004), abre o primeiro volume do seu “Teorias do Jornalismo” afirmando ser impossível fornecer uma única definição satisfatória em uma frase ou livro, mas, talvez, esteja exatamente na problematização desta proposta e a complementariedade dos conceitos que se encontra a melhor aproximação para este fenômeno tão presente na vida contemporânea.

Não obstante, é possível começar a responder este questionamento com uma primeira ideia de que o jornalismo trabalha com as notícias, e seu relato para a sociedade como um todo. E que estas são “em última análise [...] tudo o que é importante e/ou interessante. Isto inclui praticamente a vida, o mundo e o *outer limits*” (TRAQUINA, 2004, p. 19). Outra noção proposta pelo teórico é a de que o jornalismo é um ‘conjunto de estórias’, e os jornalistas, aqueles que “veem os acontecimentos como ‘estórias’ e as notícias estão construídas [...] como narrativas, que não estão isoladas de ‘estórias’ e narrativas passadas” (2004, p. 21). Em busca de um conceito mais formal, é possível entender o jornalismo ainda como

[Os] conjuntos de materiais escritos ou impressos, falados ou visuais, muitas vezes em combinação, que, de uma forma documental, descrevem a realidade social atual, especialmente a de importância universal, e que através da multiplicação por diversos meios de comunicação social têm impacto de massas sobre um público diferenciado (HUDEC, 1980, p. 36).

Estes primeiros apontamentos já permitem inferir que o jornalista é aquele que trabalha a partir de um determinado objeto (o acontecimento) e lança mão de determinadas técnicas para transformá-lo no produto final (a notícia), muito embora seja perigoso reduzi-lo a um mero executor técnico e perder de vista a complexidade de tudo que envolve a atividade jornalística (TRAQUINA, 2005). Neste sentido, é

importante enumerar algumas características do jornalismo para que se possa compreender melhor a amplitude deste campo. Franciscato (2005) cita três princípios que começam a delimitar a atividade jornalística: a adoção de uma ideia de verdade do real e sua apreensão em relato noticioso, o compromisso da fidelidade nesta ação e a diversidade de conteúdo a serem informados para uma melhor convivência dos membros de uma sociedade. É sobre estes pontos, diz, que está baseada a legitimidade de seu papel social, de modo que esta atividade está permeada pelo mundo que a cerca, desde o diálogo permanente e a troca de expectativas com seu interlocutor (o público), passando pelos valores subjetivos dos profissionais e a limitação de suas possibilidades de atuação, sejam elas relativas às relações de poder com outros campos sociais ou constrangimentos impostos pelas organizações de imprensa.

As noções acima citadas são facilmente assimiladas quando nos perguntamos porque consultamos diariamente – e diversas vezes ao longo do mesmo dia – jornais e sites de notícias, no que se baseia a opção por um veículo em detrimento de outro e porque certas notícias suscitam nas pessoas os sentimentos de aprovação ou desaprovação, alegria e revolta. A busca pela informação do que está acontecendo hoje em nossas cidades e no resto do mundo responde não só a uma preocupação com o presente, senão também à manutenção da conexão com o passado e a projeção de um futuro. Karam (2004) dá especial atenção ao tema do presente no jornalismo, o qual define como “a síntese que opera com reduções no tempo”.

Tal síntese e disseminação (para o público) ampliam o universo de conhecimento social, reduzem a complexidade de um evento pela necessidade de acesso fácil e imediato [...] e multiplicam mensagens ao infinito para o máximo de participantes, num espaço curto de tempo (KARAM, 2004, p. 30).

Por outro lado, faz-se necessário reconhecer que este presente jamais poderá ser apreendido pelo jornalismo em sua totalidade e, por consequência, também nunca será a realidade. Se a atividade é também reflexo do universo no qual está inserida, então o ritmo de vida contemporâneo irá impor certos enquadramentos com os quais o fazer jornalístico irá operar de modo a dar conta deste real tão amplo. Por isso, será sua função determinar um conjunto finito de acontecimentos que serão noticiáveis, em detrimento de outros (KARAM, 2004), aproveitando como base a produção de outros campos do conhecimento e dando-

lhe uma apresentação que, embora sintética e menos densa, potencializa seu acesso público e sua adesão à memória social.

Vale ressaltar, ainda, que seria difícil imaginar o jornalismo exercendo aspectos tão abrangentes para a humanidade se não fosse realizado em sociedades democráticas. A noção de liberdade para os profissionais do campo é uma conquista histórica comemorada até os dias atuais, e defendida com avidez toda vez que se vê ameaçada (TRAQUINA, 2005). Não poderia o jornalismo informar os cidadãos e fomentar uma troca de ideias e opiniões se no seu entorno tal direito fosse estrangido, e tampouco atuar como uma espécie de guardião do governo, ideia consagrada na noção de Quarto Poder, fiscalizando a atividade dos demais. Tais conquistas e afirmações do jornalismo no espectro social correspondem a uma evolução histórica da atividade, que foi sofrendo sucessivas adaptações até o modo como percebemos o campo nos dias de hoje.

## **2.2 Percurso histórico do jornalismo**

Se na atualidade não se questiona a legitimidade do jornalismo e seu entendimento também como exercício profissional, não se pode perder de vista também uma perspectiva histórica que ajude a compreendê-lo em sua contemporaneidade. Para Traquina (2004), o grande salto do jornalismo se deu no século XIX, período em que se desenvolveu o primeiro *mass media*, a imprensa. Nessa época, já foi possível constatar a presença de verdadeiras empresas de comunicação nascentes, cujas publicações se orientavam não mais pelo aspecto panfletário e identificado com causas políticas, mas sim como veículos de informação a serviço de um público disposto a pagar por ela. Os jornais, então, passam a ser compreendidos como negócio que deve apontar ao lucro dos donos, a partir da oferta de um produto que não é mais a opinião, e sim a notícia, baseada em fatos.

Uma consequência lógica de tal movimento foi a necessidade de uma profissionalização da área, fortemente estimulada pelos avanços tecnológicos da imprensa e a concorrência cada vez maior pelo surgimento de novos jornais – um exemplo da expansão desse mercado pôde-se observar na França, que viu seus periódicos crescerem quase dez vezes em número entre 1830 e o princípio da Primeira Guerra Mundial (TRAQUINA, 2004). O profissional remunerado do campo,



o jornalista, emerge como um grupo social próprio, que reivindica o monopólio de um conhecimento específico, a saber, o que é notícia.

Embora as novidades tecnológicas viessem somar à expansão da imprensa, possibilitando o aumento das tiragens, a inserção de imagens nos jornais a partir da fotografia e a troca de informações a grandes distâncias graças ao telégrafo, é nos aspectos sociais e econômicos que podemos compreender melhor a face atual do que conhecemos por jornalismo. Para Traquina (2004), o surgimento de novos formatos de financiamento que possibilitaram aos proprietários a emancipação em relação aos subsídios políticos a partir da veiculação de informes publicitários vieram ao encontro da proposta deste novo jornalismo mais informativo e menos opinativo. A indústria cada vez mais diversificada na época de consolidação do capitalismo como regime das principais nações irá buscar meios de estimular a circulação de suas mercadorias, e o faz através da publicidade, base para o modelo econômico da comunicação como o conhecemos até os dias atuais.

Este mesmo processo de industrialização da sociedade levou, da mesma forma, à concentração da população em grandes centros urbanos, com impactos significativos no estabelecimento da forma comercial da comunicação: a alfabetização das massas em função da criação das escolas públicas estimulou o surgimento de um público leitor considerável, ávido por um novo produto de consumo (o jornal). Pela própria configuração das cidades, a distribuição desses periódicos se viu também facilitada em função da concentração de seus clientes em espaços de grande densidade demográfica das futuras metrópoles como Londres, Paris e Nova Iorque.

Além dos aspectos materiais enumerados, há também uma importante conquista simbólica nas sociedades ocidentais ao longo do século XIX: “a liberdade, cerne de lutas políticas seculares que incendiaram revoltas e revoluções, valor central da emergência de um novo conceito de governo – a democracia” (TRAQUINA, 2004, p. 40). Este valor terá papel fundamental no processo de despolitização da imprensa, com o combate à censura e o ganho de respeito com relação ao próprio poder político. Apesar das particularidades em cada país, é possível perceber que

a relação entre democracia e jornalismo é fundamentalmente simbiótica em que a liberdade se encontra como estrela brilhante de toda uma constelação teórica que fornece ao novo jornalismo emergente uma legitimidade para a atividade/negócio em expansão e

uma identidade para seus profissionais (TRAQUINA, 2004, p.42).

Tal identidade profissional foi conquistada paulatinamente pelos jornalistas em paralelo ao já descrito desenvolvimento das empresas jornalísticas. Se nas décadas iniciais do século XIX sequer havia uma formalização do conceito de jornalista, trabalhador de pouco prestígio social, mal remunerado e que convivia com a insegurança no emprego, é posteriormente com a formação de clubes, associações e sindicatos que o campo irá reivindicar seu *status* de profissão, diz o mesmo autor (2004). Mais do que simples companheirismo ou por respeito ou direitos laborais, essa mobilização intensificou uma preocupação coletiva dos jornalistas em qualificar cada vez mais sua atividade, de modo a “conquistar e fortalecer o seu lugar no Estado e na sociedade” (FERENCZI apud TRAQUINA, 2004, p. 83), processo que também viu grande contribuição com a instituição do ensino universitário profissional e do surgimento de códigos deontológicos para o jornalismo, ainda na virada daquele século.

A constatação, pelo teórico português, da existência dessas duas primeiras fases da imprensa parece concordar com a aceção de Eugênio Bucci, que cita “quatro idades da imprensa” do teórico francês Bernard Miège em seu percurso histórico. Para além das eras opinativa e comercial, o autor cita ainda um terceiro estágio, dos meios audiovisuais de massa, “que alarga o espaço público e transforma o público em massa” (2002, p. 194), a partir do advento do rádio, do cinema e da televisão ao longo do século XX. É a era do espetáculo e da indústria do entretenimento que, na percepção do autor, reduziu a área de influência da imprensa em termos relativos, de modo que os limites da comunicação social ultrapassaram os próprios meios de comunicação.

A fase final da imprensa aparece por volta dos anos 1970, quando é possível notar um marco significativo no modo de produção e circulação da informação que, via de regra, competia exclusivamente ao jornalismo: a chamada “era das relações públicas generalizadas”, quando Estados, empresas e instituições localizadas fora do âmbito comunicacional tomam para si a criação e a organização dos conteúdos, orientados para veiculação na mídia, de modo que um contingente considerável de profissionais habilitados em jornalismo passa a integrar assessorias de imprensa e agências de departamentos de relações públicas. Para Bucci (2002), o jornalista precisa dar conta desse novo cenário em que ele não mais detém o monopólio da produção da notícia em tempo real e é bombardeado, ao mesmo

tempo, pela comunicação oficiosa das instituições. Do repórter comentarista capaz de discorrer sobre determinado tema, aparece uma nova ideia de especialização para os profissionais, que aponta para a necessidade de

um preparo crítico para [a figura do jornalista] não ser engolida pela lógica das relações públicas generalizadas e para não assumir como verdades factuais os pontos de vista pré-fabricados por elas [...] o preparo ético é indispensável para a performance técnica (BUCCI, 2002, p. 197).

Essas discussões que dão conta do fazer jornalístico serão retomadas em um capítulo posterior. O importante é salientar que, a partir da expansão observada no campo da comunicação nos últimos séculos, da massificação dos públicos e da maior complexidade da vida moderna, a imprensa precisa dar conta de um mundo cada vez mais homogêneo de temáticas e interesses. Alsina (1989) define que a sociedade dos *media* é uma sociedade ‘acontecedora’, onde o acontecimento é multiplicado tanto em quantidade quanto em tipo: embalado como notícia, ele atravessa grandes distâncias em períodos reduzidos de tempo, estimulando uma “diversificação de tipos de acontecimento esportivos, econômicos, de sucesso, técnicos, etc” (1989, p. 89).

## 2.3 Jornalismo esportivo

### 2.3.1 Por que o esporte?

A compreensão do esporte para a sociedade contemporânea passa por seu entendimento como fenômeno social que atravessou eras de história da humanidade, ainda que seja alvo de críticas que o veem seu aspecto único como jogo e diversão, tão preconceituosas quanto incipientes. Antonio Alcoba (2011)<sup>7</sup>, é um dos principais teóricos que refutam ideias superficiais como esta, desenvolvendo no seu “*Periodismo deportivo*” a argumentação que insere o esporte como elemento relevante e não condenável da vida em sociedade. O espanhol faz notar que, se for realizado um levantamento sobre o século XX

una actividad humana que haya interesado a la totalidad de los habitantes de la Tierra de manera continuada, prácticamente se [...] comprobará que el deporte há sido la actividad que más volumen de

---

<sup>7</sup> Professor de Ciências da Informação da Universidade Complutense de Madrid

información y comunicación há generado<sup>8</sup> (ALCOBA, 2011, p. 8).

Faz-se necessário compreender, porém, como o esporte foi se integrando à vida do homem, desde seu aspecto de jogo até o de competição como conhecemos nos dias atuais. Partindo das concepções da professora de psicologia Dorothy V. Harris e do filósofo Johan Huizinga, Alcoba (2011) defende que o esforço físico é quem pôs em movimento a psique dos antepassados do *Homo sapiens*, e as atividades físicas como elemento de fomentação da cultura humana, em grande parte graças à criação do exercício voluntário das mesmas: o jogo. Desde então, ele serve como base ao esforço físico obrigatório e descanso mental às demais atividades cotidianas e também como meio de sustento, aspectos que se mantêm inalterados ao longo da história.

O primeiro jogo inventado pelo homem teria sido, talvez, o lançamento de pedras: ao repetir a ação e comparar seus diferentes resultados, o indivíduo pôde perceber a diferença de distâncias percorridas pelo objeto. Quando os demais membros de seu clã também são atraídos a repetir o ato, teria surgido, então, o desejo de comprovar qual deles conseguiria atirar a pedra mais longe, proporcionando assim uma noção das variáveis envolvidas no lançamento e o surgimento de uma ideia muito rudimentar de regulamento para o jogo (ALCOBA, 2011).

El valor del juego, y por tanto del deporte, radica en determinar su esencia por la realización de una actividad que impone ciertas reglas aceptadas voluntariamente, pese a no ofrecer ningún beneficio material, sino acometen por placer, por diversión<sup>9</sup> (ALCOBA, 2011, p. 16).

O aspecto lúdico do jogo é, sem dúvidas, um traço que permanece durante toda sua evolução. No entanto, os mesmos gestos citados anteriormente também lograram promover os aspectos de competição, quando se passou a discutir a proclamação de um vencedor que superasse os demais no arremesso de pedras, considerando o respeito às regras, e uma pontuação que permitisse apontar o melhor entre os competidores. A diversão deixa de ser a única possibilidade de

---

<sup>8</sup> “uma atividade humana que interessou a totalidade dos habitantes da Terra de maneira continuada, praticamente se [...] comprovará que o esporte foi a atividade com maior volume de informação e comunicação gerado” (tradução livre).

<sup>9</sup> “O valor do jogo e, portanto, do esporte, se localiza em determinar sua essência pela realização de uma atividade que impõe certas regras que são aceitas voluntariamente que, embora não ofereça nenhum benefício material, a elas se submetem [as pessoas] por prazer, por diversão” (tradução livre).

recompensa do jogo quando se torna também objeto de dedicação dos mesmos lançadores de pedras que, segundo Alcoba (2011, p.16), “ensayarán, entrenarán rudimentares técnicas [...] que serán estudiadas por el colectivo de lanzadores<sup>10</sup>”. A atenção cada vez maior aos exercícios e disputas passa a reunir cada vez mais participantes, fossem eles do mesmo coletivo ou representantes de outras tribos.

Com o surgimento das primeiras civilizações, já é possível encontrar sociedades em que o jogo e a competição se encontram plenamente integralizados. Nesse contexto, a figura do vencedor ganha especial significado para os poderes públicos instituídos.

La popularidad [...] de los vencedores de las diversas competiciones de lo que consideraba juego permite a los dirigentes de la religión, la milícia y la política comprender que esa actividad [...] puede ser rentabilizada por ellos para beneficio de sus particulares asuntos<sup>11</sup> (ALCOBA, 2011, p. 18).

Não por acaso, estes exemplos estão presentes ao longo da trajetória humana. Sacerdotes prestavam homenagens aos campeões, tidos como eleitos dos deuses, numa espécie de exploração propagandística de seus feitos para a exaltação da própria fé. Trajetória similar à de personagens bíblicos como David, cujo triunfo sobre o gigante Golias o consagrou não só como um hábil lançador de funda, mas como referência para toda a fé cristã.

Para a guerra, a prática esportiva se mostrou um excelente elemento de preparação das forças militares, não apenas no aspecto do aprimoramento físico, mas também pelo fato da própria lógica bélica ser intrínseca ao jogo, a partir da ideia de superação do outro, da existência de estratégias, de disciplinas específicas e de líderes que colocam ordem nos enfrentamentos. Entende-se, logo, porque os vocabulários bélico e esportivo encontram muitas coisas em comum, dada a aproximação que existe entre a batalha e o jogo.

El juego y el deporte suponen un desafío en el que se propone ver quién és mejor en la realización de una determinada especialidad, de manera que se induce a los jugadores, y también a los espectadores, a la confrontación, enfrentamiento o lucha, de la que deberá salir un

---

<sup>10</sup> “Ensaaiaram, treinaram técnicas rudimentares [...] que serão estudadas pelo coletivo de lançadore” (tradução livre).

<sup>11</sup> “A popularidade [...] dos vencedores das diversas competições do que se considerava jogo permite aos dirigentes da religião, da milícia e da política compreender que esta atividade [...] pode ser rentabilizada por eles para benefício de seus assuntos particulares” (tradução livre)

triunfador<sup>12</sup> (ALCOBA, 2011, p. 19).

Constatados os benefícios proporcionados pelo jogo nos campos religioso e militar, entende-se porque o poder político irá, da mesma forma, explorar tais potencialidades. Traço possível de ser observado desde a Grécia antiga, com o envio de campeões de todas as localidades à disputa dos Jogos Olímpicos, conquista que lhes possibilitaria retornar à casa como verdadeiros heróis da cidade. Na ocorrência de triunfo, não eram raros os casos em que os vencedores eram recebidos pelas autoridades com todo o tipo de honraria, lembra Alcoba (2011), citando os relatos do poeta Píndaro em suas *Olímpicas*. Exemplos mais recentes da incidência política sobre o esporte podem ser observados ainda na instituição de ministérios que passem a controlar seu desenvolvimento de modo a atender determinadas ideologias e programas de governo: caso como o aproveitamento notável, embora repreensível, da Alemanha de Adolf Hitler, cujo uso político do esporte nas Olimpíadas de 1936 foi revertido em ganhos na máquina da propaganda nazista.

A movimentação destas três forças, que promovem o jogo em sua prática agonal, permite o nascimento do profissionalismo, escreve Alcoba (2011, p. 21), “consecuencia de la creciente popularidad de la actividad y de los jugadores destacados, resultado del espectáculo producido<sup>13</sup>”. É justamente sobre a face espetacular do esporte que se desenrola a exploração econômica do mesmo, fenômeno que também encontra suas origens na Antiguidade e ajuda a explicar as cifras bilionárias que esta atividade movimenta na atualidade, desde os altos salários pagos a atletas profissionais, passando por lucrativos contratos publicitários até o benefício indireto a setores como turismo e hotelaria, quando da realização de grandes eventos esportivos como a Copa do Mundo de futebol.

Es probable que cuanto hemos expuesto sorprenda, pero demuestra cómo la actividad deportiva en su escala de espectáculo no ha sido patrimonio del siglo XX ni del actual, sino que es, quizá, tan antigua como la práctica del deporte<sup>14</sup> (ALCOBA, 2011, p. 25).

---

<sup>12</sup> “O jogo e o esporte supõem um desafio em que se propõe ver quem é o melhor na realização de uma determinada especialidade, de maneira que se induz os jogadores, e também os espectadores, à confrontação, enfrentamento ou luta, da qual deverá sair um triunfador” (tradução livre)

<sup>13</sup> “consequência da crescente popularidade da atividade e dos jogadores destacados, resultado do espetáculo produzido” (tradução livre).

<sup>14</sup> “É provável que o quanto expusemos surpreenda, mas demonstra como a atividade esportiva em sua escala de espetáculo não foi um patrimônio do século XX nem do atual, senão que é, talvez, tão antiga como a prática do esporte” (tradução livre).

Tão antiga é, também, a apreciação do esporte como elemento benéfico para o bem-estar e busca do aprimoramento do homem. Se a atividade física competitiva “delega en el cuerpo alguna de las virtudes más fuertes del alma: la energía, la audacia, la paciencia<sup>15</sup>” como cunhou Giradoux (apud ALCOBA, 2011, p. 26), por consequência tem também efeitos unificadores sobre a sociedade, ao oferecer uma possibilidade de entendimento através de uma atividade social que supera todo tipo de diferenças (ALCOBA, 2011), baseada numa unidade de critérios compartilhadas por todas as raças, religiões e ideologias. Não é para menos que vigora até hoje a noção do esporte como idioma universal da humanidade, à qual se atribui o ressurgimento dos Jogos Olímpicos em 1896, idealizados pelo Barão de Coubertin e seu ideal do esporte como fórmula educacional com um fim integrador.

Assim, o esporte foi não apenas acompanhando a história como também se expandiu e multiplicou em uma gama de modalidades conhecidas até o momento. O grande impulso, no entanto, pôde ser observado na transição dos séculos XIX e XX, quando ocorre o entrelaçamento do esporte nas diversas áreas do tecido social a partir de um novo olhar sobre a atividade: na ciência, que o toma como objeto de estudo para a investigação de seus potenciais benéficos para o corpo; na educação, com a instituição da Educação Física nas escolas; no comércio e na indústria, com a ampliação da oferta de produtos que sirvam à crescente demanda por esporte, sublinha Alcoba (2011). Diz o espanhol, também, que a própria configuração da sociedade pós-Segunda Revolução Industrial faz com que essa dependa do jogo como elemento estabilizador para as massas, numa época em que

La mayor disponibilidad de tiempo libre, al racionalizarse el trabajo con horarios más justos, y la necesidad de las masas, atrapadas en una convivencia urbana que les agobia [...] los estamentos públicos y privados, conscientes de la situación, buscan y encuentran el remedio que permita un respiro al ritmo de vida ocasionado por la sociedad urbanita y permita la evasión de las preocupaciones promoviendo la actividad deportiva<sup>16</sup> (ALCOBA, 2011, p. 34).

O incentivo da atividade esportiva nos âmbitos de prática e de espetáculo,

---

<sup>15</sup> “delega ao corpo algumas das virtudes mais fortes da alma: a energia, a audácia, a paciência” (tradução livre).

<sup>16</sup> “A maior disponibilidade de tempo livre, ao se racionalizar o trabalho com horários mais justos, e a necessidade das massas, presas e uma convivência urbana que a oprime [...] os estamentos públicos e privados, conscientes da situação, buscam e encontram o remédio que permita um respiro ao ritmo de vida ocasionado pela sociedade urbanita e permite a evasão das preocupações na promoção da atividade esportiva (tradução livre).

além dos impactos econômicos, científicos e educacionais citados, estimula também o campo da comunicação, onde os meios passam a difundir “el desarrollo de las competiciones y las actividades deportivas en sus variantes más relevantes [...] los aspectos personales o colectivos de la gran familia deportiva<sup>17</sup>” (ALCOBA, 2011, p.35).

### 2.3.2 Origens e evolução do jornalismo esportivo

Desde o lançamento da primeira pedra, conforme teorizado por Alcoba (2011), o jogo dependeu da comunicação para se propagar, tão logo os membros daquele clã primitivo se deram conta da ação executada por um dos seus. Com o desenrolar da atividade em seu sentido de disputa, surge a figura do vencedor que, defende o autor, pode ser considerado o primeiro aspecto propagandístico e comunicativo do esporte, característica que permaneceu destacada através dos tempos. Porém, essa informação “se materializó como asunto de interés en la prensa cuando las hazañas de deportistas anónimos traspasaron el área concreta de una hacienda, un pueblo y una ciudad<sup>18</sup>” (ALCOBA, 2011, p.37). Nesse sentido, é possível especular que autores clássicos como Homero e Miguel de Cervantes aportaram uma contribuição para o que viria a ser o jornalismo esportivo, com descrições diretas e indiretas da prática esportiva em suas obras, ainda que carregadas de emoção e expectativas comuns às narrativas literárias (ALCOBA, 2011).

Relatos como a luta de boxe entre o cozinheiro de Lord Smith e o padeiro do Duque de Bridge, inicialmente noticiados por seu caráter curioso, foram ganhando mais e mais espaço nos jornais. A descrição de modalidades, os benefícios do esporte para a saúde e resultados de confrontos entre representantes de clubes e associações são à época da nascente imprensa comercial, os fatos que serão divulgados pelo *Journal des Haras* em Paris, no ano de 1828, e no inglês *Sportman*, em 1852, considerados os pioneiros da imprensa esportiva no planeta. A estes, nota Alcoba (2011), somam-se outros periódicos dedicados ao esporte ao

---

17 “o desenvolvimento das competições e as atividades esportivas em suas variantes mais relevantes [...] os aspectos pessoais ou coletivos da grande família esportiva” (tradução livre).

18 “se materializou como assunto de interessa na imprensa quando as façanhas dos esportistas anônimos ultrapassaram a área concreta de uma fazenda, um povoado e uma cidade” (tradução livre).



longo dos dois últimos séculos, com destaque para os espanhóis de referência *As, Marca, Sport e Mundo Deportivo* – este, o mais longevo no país, publicado desde 1906 em Barcelona.

A informação esportiva permaneceu, contudo, limitada a tais publicações especializadas até 1895, quando o magnata da mídia norte-americana William Randolph Hearst decidiu incluir resultados de corridas de cavalos no seu *The New York Journal*, forçando seus competidores a fazer o mesmo e, em decorrência disso, a divulgação de mais modalidades com o passar do tempo. Trinta e um anos depois, o *New York Times* quebra outro paradigma para o jornalismo esportivo ao publicar, na primeira capa, as celebrações da vitória do pugilista Gene Tunney sobre Jack Dempsey, na Filadélfia: o esporte, como gênero informativo, sedimenta suas bases na sociedade, ocupando áreas que até então eram de exclusividade da política, economia, polícia, entre outros. Processo que se completa no século XX, com as transmissões esportivas no rádio e na televisão, possibilitando ao jornalismo alcançar públicos ainda mais amplos em períodos de tempos mais reduzidos.

Da relevância alcançada pela atividade, resulta a crescente profissionalização do jornalismo esportivo.

En las redacciones de los periódicos, y luego en las de los medios audiovisuales, surgieron periodistas que al percatarse de la laguna existente para el tratamiento del deporte y el interés que éste provocaba en los lectores, decidieron pasar de unos géneros en los que la competencia era muy grande al tratamiento periodístico del deporte<sup>19</sup> (ALCOBA, 2011, p. 50).

Estes profissionais tiveram contribuição fundamental para o tratamento do esporte como matéria séria, a despeito do preconceito ainda vigente dos que questionam os benefícios do esporte para a sociedade e a validade da divulgação deste tipo de informação. Visão compartilhada por nomes como o escritor Graciliano Ramos, ao proferir que o futebol, jogo de origem inglesa, jamais alcançaria grande penetração no Brasil. Paulo Vinícius Coelho (2003) é quem apresenta esta citação ao explicar as origens da imprensa esportiva no país, também esta desconsiderada pela maioria da população em seus primórdios.

Entre o surgimento do jornal *Fanfulla* em São Paulo, na década de 1910, e do *Jornal dos Sports* no Rio de Janeiro, primeiro diário a tratar exclusivamente de

---

<sup>19</sup> “Nas redações dos periódicos, e logo nas dos meios audiovisuais, surgiram jornalistas que, ao perceberem a lacuna existente para o tratamento do esporte e o interesse que este provocava nos leitores, decidiram passar de gêneros onde a concorrência era muito grande ao tratamento jornalístico do esporte” (tradução livre).

esportes criado em 1931, os veículos foram registrando os primeiros feitos esportivos em espaços reduzidos, mercedores de tratamento menor em relação a outros tópicos da sociedade. Por outro lado, foi nesse intervalo que o Brasil conquistou o bicampeonato sul-americano e o Vasco da Gama venceu a segunda divisão do campeonato carioca de futebol tendo jogadores negros em seu elenco, impulsionando a popularidade deste esporte de modo a superar inclusive o remo, modalidade dominante no princípio do século XX. Mas isso ainda não convenciu as publicações tradicionais a apostarem suas fichas na divulgação esportiva – exceção feita ao *A Gazeta* e seu suplemento que daria origem, mais tarde, ao *Gazeta Esportiva* – ao mesmo tempo em que o contexto social dos anos 1920 dificultava a criação de uma massa leitora.

Dirigir redação esportiva queria dizer tourear a realidade. Lutar contra o preconceito de que só os de menor poder aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário [...] De fato, menor poder aquisitivo significava também menor poder cultural e, conseqüentemente, ler não constava de nenhuma lista de prioridades (COELHO, 2013, p. 9).

Para Coelho (2013), esse cenário dificultou a sobrevivência de revistas e jornais de esporte naqueles anos, muito embora a crônica esportiva ganhasse seu espaço a partir de nomes como Mário Filho e Nelson Rodrigues. “Importava menos a informação precisa. Os cronistas cuidavam mais dos personagens e suas histórias, eventualmente romanceando-as” (COELHO, 2013, p. 17). Tidos como dois dos maiores jornalistas esportivos da imprensa brasileira, os irmãos do Rio de Janeiro ajudaram a fortalecer o imaginário coletivo sobre o futebol, elevando jogadores a heróis, criando mitos e proporcionando relatos que ficaram eternizadas no esporte brasileiro. Narrativas que foram rareando a partir de 1970, com o compromisso maior com a verdade adotado pelas publicações. O autor adota uma postura crítica quanto à ausência generalizada de carga emotiva na área, defendendo um equilíbrio mais justo entre realidade e emoção.

A noção de realidade que o jornalismo esportivo carrega nos tempos atuais torna a cobertura esportiva tão brilhante quanto qualquer outra no jornalismo. O ponto-chave é que, muitas vezes, tal cobertura exige mais do que noção da realidade (COELHO, 2013, p. 22).

Coincidentemente, foi neste mesmo período em que os cadernos de esporte foram admitidos mais amplamente nos jornais de grande circulação, fundamentados pelo ideal de objetividade com o qual o jornalismo se identifica na contemporaneidade (COELHO, 2013). Criado em 1967, o *Jornal da Tarde* se

destacou por apostar na grande reportagem sobre os bastidores do esporte, abrindo caminho para outros diários seguirem também este enfoque, como a *Folha de São Paulo* faria mais tarde. O Brasil entrava de vez na cena da imprensa esportiva mundial, ao ponto de ser considerado entre os países em que este ramo jornalístico encontrava maior extensão, apesar de continuar lutando por sua autonomia no campo. Como afirma Coelho (2013, p. 10), os jornais cariocas e paulistas “dessa época para cá [...] lançaram cadernos esportivos e deles se desfizeram como se tratasse de objeto supérfluo”, o que indica, talvez, dificuldades de como conceber o esporte por parte destas empresas jornalísticas. Nesse cenário de incertezas e desconfiança surgiu a revista *Placar*, que continua presente como uma das referências no tratamento do futebol.

Ainda assim, o esporte foi consolidando seu status de gênero informativo na imprensa nacional graças, também, à televisão e ao rádio, cujas transmissões de jogos e eventos logo se tornaram carros-chefes em suas programações, e que permitiram acompanhar, entre outros, os três títulos mundiais do Brasil no futebol com uma instantaneidade que só veio a somar à popularidade do esporte. Bem mais tarde surge o diário *Lance!*, iniciativa do empresário Walter de Mattos Junior em sua ideia de replicar o sucesso de periódicos europeus como *La Gazzetta dello Sport*, *Marca* e *L'Equipe* à cobertura nacional e dedicada do esporte.

Colocado em prática em 1997, o jornal foi fruto de muito planejamento e estudo em termos de projeto editorial e modelo administrativo, estabelecendo-se rapidamente na cena local num processo impensado, levando em conta exemplos de diários esportivos que fecharam as portas no passado. Coelho vê esta questão a partir do entendimento das restrições impostas pelo próprio mercado esportivo brasileiro e os consequentes erros de avaliação por investidores, e também devido ao

Entra e sai de gente sem experiência que se verifica no mercado esportivo [...] que explica a repetição seguida de erros na história dos grandes veículos da imprensa esportiva. E do constante risco de desaparecimento deles (COELHO, 2013, p. 106).

Ao mesmo tempo em que passava a circular suas edições dedicadas a Rio de Janeiro e a São Paulo, o *Lance!* colocou no ar sua versão online, o portal *Lancenet*, repetindo a tendência de outros veículos já consolidados. Também no

final do século XXI surgiram a edição nacional do site da *PSN*<sup>20</sup>, o *Pelé.net* e o *IG*, reforçados por jornalistas vindos do impresso e remunerados com salários muito maiores que estas áreas, tão certos estavam seus investidores no retorno que poderia advir destes projetos (COELHO, 2013). Não demorou muito para que essas aventuras cessassem, promovendo demissões em massa ou aliando-se a outros sites que conseguiram racionalizar o *boom* da internet.

Na contramão dessas experiências fracassadas, o *Lancenet* triunfou com um modelo de gastos reduzidos, aproveitando o material direcionado ao impresso para também figurar no portal e eliminando, dessa forma, a necessidade de contratar mais profissionais que dessem conta da demanda. Medida que, embora econômica, provocou o transtorno dos jornalistas, em especial daqueles que trabalhavam em veículos tradicionais como a *Folha de São Paulo*, que só resolveu os problemas relativos ao não-pagamento de adicionais por matérias que também eram publicadas no site através de um acordo com seus funcionários (COELHO, 2013).

Os efeitos do advento da internet no jornalismo esportivo brasileiro, para além do estrago causado a carreiras de bons repórteres e da reconfiguração das redações, também podem ser vistos no seu potencial danoso ao processo jornalístico, em especial às futuras gerações que irão se criar num cenário marcado pela velocidade e o imediatismo impostos pelo *online*. Sobre isto, o jornalista faz uma previsão pessimista:

Não há efeito mais difícil de remover do que o da falta de referência. Ou da falta de critério, da falta de cuidado com a informação [...] Vale a velocidade, mais do que o critério jornalístico. Vale, portanto, todo o cuidado do mundo ao jovem jornalista convidado a fazer parte de uma dessas aventuras (COELHO, 2013, p. 63).

## 2.4 Critérios de noticiabilidade no esporte

Qualquer análise pretendida sobre o conteúdo jornalístico remete, invariavelmente, ao estudo dos princípios que norteiam a atividade do profissional da área, desde a obtenção da informação, passando pela seleção e adequação da mesma até sua divulgação nos meios para o público. Muito embora tais parâmetros

---

<sup>20</sup> *Pan-American Sports Network*, Empresa de TV à cabo criada em 2000, dirigida a todo o mercado latino-americano. Fechou suas portas em 2002.

estejam intrínsecos aos jornalistas, que por vezes sequer sabem aponta-los com precisão, e opacos para o entendimento do público, fica claro que as notícias apresentam uma estrutura razoavelmente previsível, que se deve aos critérios de noticiabilidade. Definidos como:

O conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia” (“*newsworthiness*”) (TRAQUINA, p. 63, 2005).

Importante notar ainda que, embora este mesmo público seja leigo em termos de um ferramental técnico do campo jornalístico, é precisamente da interação com o objeto notícia que certos valores de sua determinação são reforçados e perpetuados na prática dos profissionais da área. Franciscato (2005) sublinha a complexidade de variáveis às quais o termo ‘notícia’ está sujeito, uma vez que esta mesma audiência impõe certas expectativas para a manutenção da legitimidade do campo jornalístico como responsável pelo fornecimento deste bem simbólico, optando por renovar ou não este vínculo a cada edição. Desta negociação, portanto, é que são internalizadas certas condições para a noticiabilidade, bem como suas transformações e adaptações ao longo do tempo.

É a partir do próprio Traquina (2005) que se busca traçar qual a natureza de tais critérios. Fazendo um percurso histórico sobre os eixos temáticos das notícias, desde os assassinatos e milagres relatados nas ‘folhas volantes’ europeias no século XVII ao telejornal que segue os passos dos políticos mais proeminentes na década de 1970, ele nota que este sistema de valores não passou por grandes mutações apesar das profundas transformações da atividade jornalística neste mesmo período. De fato:

Podemos imaginar um sistema de notícias que desdenhasse o insólito em favor do típico, que ignorasse o proeminente, que dedicasse tanta atenção ao datado como ao atual (...)? (STEPHENS apud TRAQUINA, 2005, p. 69).

Em sua construção, o teórico português classifica os critérios de noticiabilidade entre aqueles de seleção – e, como subdivisões deste, os critérios substantivos e contextuais – e construção, que fazem referência às diferentes etapas da elaboração da notícia. Para este estudo, porém, serão destacados aqueles que mais dizem respeito aos temas ligados à rotina do jornalismo esportivo, mais especificamente, ao que tange a transferência do jogador Neymar.

### 2.4.1 Notoriedade

Para o autor, “a notoriedade do ator principal do acontecimento é outro valor-notícia fundamental para os membros da comunidade jornalística”, o que fica evidenciado pela forma como os profissionais da área seguem as personalidades de um determinado campo social, em seu exemplo, os políticos em um congresso partidário (TRAQUINA, 2005). É fácil admitir esta hipótese como correta, uma vez que a sociedade preza pelos relatos que versam desde a rotina do Presidente da República ao último filme estrelado pelo grande ator de cinema.

Alsina (1989, p. 133) formaliza essas premissas ao afirmar que a seleção da matéria-prima para as notícias segue dos princípios: o da autoridade e o da função social. O primeiro remete ao fato de que os *media* estão normalmente propensos a tomar como objeto de informação “lo que proviene de una autoridad, de forma que cuanto mayor sea el nivel de la autoridad, más difundidos serán sus mensajes<sup>21</sup>”, estejam estes personagens nos âmbitos político, econômico, cultural e demais campos de interesse social. Complementar a este, o princípio da função social se dá em função à origem social do indivíduo passível de transformação em objeto comunicativo e de seu papel na sociedade, pressupondo um respeito a normas de convívio coletivo. “Así el individuo asocial está al margen del circuito de la información. Todo lo que no tiene una utilidad social queda excluido y [...] limitado a la comunicación interpersonal<sup>22</sup>” (ALSINA, 1989, p. 134), levando ao entendimento que, por lançar mão de tais princípios, opera uma função dupla na hierarquização dos personagens aos quais irá se referir, já que consolida certas autoridades em seu discurso ao inseri-las na comunicação de massas, e empurra para a periferia de sua consideração os indivíduos que, por caso, não tiverem uma contribuição significativa para a manutenção das relações sociais.

Processos dessa natureza podem ser observados diariamente no caso do esporte, onde Alcoba (2011) já destacava a importância do aparecimento do vencedor para como fato comunicativo: hoje, com a expansão das modalidades e da exploração do esporte como espetáculo, a questão dos campeões ganha um novo

---

21 “o que provém de uma autoridade, de forma que quanto maior seja o nível da autoridade, mais difundidas serão suas mensagens” (tradução livre).

22 “Assim, o indivíduo insociável está à margem do circuito da informação. Tudo o que não tem uma utilidade social fica excluído e [...] limitado à comunicação interpessoal” (tradução livre).

patamar especialmente no futebol, esporte que

Apresenta-se como um produto global, consumido e elaborado [...] por meio de uma eleição pautada nos índices de audiência e nas cifras astronômicas do mercado futebolístico/midiático constrói pessoas admiráveis. Ídolos que devem extrapolar o âmbito esportivo, coabitando as demais áreas do entretenimento, da publicidade, e principalmente do viver cotidiano (FERRAZ e MARQUES, 2012, p. 2).

Essa existência múltipla do ídolo em diversas justifica sua exposição extensiva nos veículos que tratam de esporte, uma vez que será possível tratar não apenas de sua performance atlética, como também de sua vida pessoal e amorosa, do lançamento do material esportivo que leva sua rubrica, de sua participação em filmes e programas de variedades na televisão. E, mesmo no que tangencia o esporte, estes personagens passam a ser objeto do escrutínio da imprensa, que dará especial destaque a uma expulsão polêmica, uma atitude antidesportiva em campo de jogo e desavenças com o técnico ou diretor do clube que podem colocar em risco sua continuidade na equipe.

A atenção do jornalista esportivo para com os personagens com os quais lida exige, no entanto, que estes virtuosos se mantenham num alto padrão de competitividade. Não é preciso um olhar muito aprofundado para perceber que um grande ginasta vira manchete quando conquista alguma competição importante, sendo esquecido no momento seguinte até realizar outra façanha digna de nota, como se observa no tratamento midiático dos veículos brasileiros onde o futebol impera soberano.

Mesmo no futebol isso é observado, haja vista a cobertura direcionada sobre uma determinada “equipe-sensação” que surpreende em determinado campeonato, ou da reavaliação constante a que são submetidos os craques da atualidade como Cristiano Ronaldo, Lionel Messi e o brasileiro Neymar, que ocupam posições de destaque em importantes clubes e seleções do planeta. Se deixam de ocupá-las, é muito provável que deixem de ocupar também as páginas dos jornais e programas de televisão, fenômeno percebido também quando um atleta promissor não cumpre as expectativas impostas a ele, e para jogadores aposentados: se estes não mantêm vivo algum tipo de vínculo com o esporte, caem no ostracismo depois de realizada sua carreira profissional. Não por acaso, muitos deles acabam assumindo postos de comentaristas especializados na imprensa esportiva, também como uma maneira de manter sua autoridade e reverência construídas ao longo de

anos de dedicação ao esporte.

#### **2.4.2 Proximidade**

É facilmente perceptível o quão caro é o acontecimento que se desenrola na proximidade geográfica do jornalista. Uma conclusão simples, e óbvia: os leitores querem estar informados sobre o que está acontecendo no seu bairro, cidade ou país. Traquina (2005) nos oferece um exemplo de um acidente de trânsito com poucas mortes nas proximidades de Lisboa, que pode vir a ser notícia em algum periódico da capital, mas pode muito bem não ser relatado em algum jornal do Porto, e muito dificilmente o será em um veículo baseado além das fronteiras de Portugal. As pessoas querem, e têm direito, à informação sobre o espaço em que habitam, a fim de que possam exercer sua cidadania mais plenamente.

Transportando esse conceito ao esporte, também podemos apontar exemplos simples de como isso se dá: os diários do Rio de Janeiro concentram sua cobertura nos quatro grandes clubes da capital fluminense, enquanto em Belo Horizonte e Porto Alegre os cadernos de Esporte terão um espaço maior dedicado às duplas Cruzeiro-Atlético e Gre-Nal. O mesmo ocorre nos casos de Estadão e Folha para o trio paulistano e o Santos Futebol Clube.

Falar em proximidade, no entanto, vai além da simples dimensão material e se estende a critérios mais subjetivos. Isto é, a sociedade está unida por fatores não apenas geográficos, mas culturais, de modo que indivíduos distantes espacialmente possam encontrar afinidades e compartilhar suas opiniões sobre determinados interesses (SILVA, 2011). É muito possível imaginar um brasileiro, fã de futebol, buscar na mesma proporção as notícias do dia sobre o time de sua cidade quanto dos últimos resultados dos campeonatos europeus, dada a exposição que o esporte internacional recebe em tempos de um mundo globalizado.

Realizar a seleção de notícias em um conjunto cada vez mais amplo, como se percebe, torna-se um desafio ainda maior para os membros da comunidade jornalística. Ainda que a noção de proximidade forneça algum entendimento para certas escolhas editoriais, por si só não resolve o processo de seleção dos fatos.



### **2.4.3 Relevância**

É impossível imaginar que os fatos que tenham impacto sobre a vida das pessoas, em maior ou menor escala, passem despercebidos pelo olhar do repórter, uma vez que sua função tem por ideal levar à sociedade informação que seja de seu interesse. A inflação variante, os desvios no trânsito, os resultados no esporte: o jornalista deve estar preparado para relatá-los em forma de notícia e, mais ainda, explicitar de que forma os fatos têm significado para o receptor do relato.

Como Traquina (2005, p.80) coloca, este valor “responde à preocupação de informar o público dos acontecimentos importantes”, como no seu exemplo do jornalismo norte-americano durante a Guerra Fria: enquanto os blocos de países liderados por Estados Unidos e União Soviética ocupavam a maior parte da cobertura em função do conflito entre estas duas potências, as demais nações ficavam relegadas ao segundo plano, sendo esporadicamente noticiadas nos seus acontecimentos. Respeitando as diferenças de cada caso, podemos inferir uma explicação para o modo como o noticiário brasileiro costuma se referir à África na atualidade. Enquanto as relações econômicas e comerciais com o nosso país e o risco de um surto do vírus Ebola atravessar o Atlântico têm recebido atenção considerável dos veículos, os temas relacionados à geopolítica interna do continente são pouco, ou nada divulgados pelos nossos meios.

Para o jornalismo esportivo, este critério opera de maneira semelhante ao da proximidade, já que os veículos procuram focar suas atenções às equipes, atletas locais, dando ao leitor a informação que este procura, mas também com uma particularidade: se, por um lado, a relevância auxilia a restringir o universo dos fatos, por outro também o amplia, se considerarmos a quantidade de aspectos que têm se integrado à cobertura esportiva. Não basta ao jornalista dito especializado mencionar a lesão ou a suspensão de determinado atleta; ele deve ser capaz de compreender a gravidade da contusão, e estar igualmente inteirado das leis da justiça desportiva.

### **2.4.4 A novidade e a notabilidade**

Embora dois conceitos via de regra tratados separadamente pelos teóricos do jornalismo, é possível traçar uma linha que os aproxime. A definição que

traz Adriano Duarte Rodrigues (1993, p. 27) já adianta que “é acontecimento tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história”, muito embora será apenas de sua combinação com outros valores-notícia que este será tratado como material de fato noticiável.

É bastante óbvio apontar que tudo que há de novo é suscetível a ser transformado em notícia: a própria periodicidade dos veículos de imprensa exige a publicação de fatos que irrompam à normalidade da sociedade, com menor ou maior impacto (o inesperado, também considerado por certos autores como um valor-notícia em si), ou que agreguem uma informação ou fato novo a um determinado assunto que já venha se desenvolvendo há algum tempo. Mais do que um capricho dos profissionais do campo, este traço atende uma necessidade vital às sociedades contemporâneas: abastecidas por fornecimento de notícias em escala industrial, as pessoas exigem dos veículos que consomem aquilo que há de novo, esteja o acontecimento mais ou menos isolado ou facilmente ligável à uma cadeia em desenvolvimento. Em outras palavras: “al ser un acontecimiento noticiable, se producirá una continuidad en la noticiabilidad de los acontecimientos que guardan relación con el<sup>23</sup>” (ALSINA, 1989, p. 111).

Por outro lado, faz-se também necessário que as novas histórias passíveis de serem relatadas no jornal tenham algo de notável, isto é, que possuam “a qualidade de ser visível, de ser tangível” (TRAQUINA, p. 82, 2005). E justamente por isso, segue o autor, que os jornalistas se veem em grande parte muito mais voltados ao aspecto superficial dos fatos do que para suas problemáticas; no seu exemplo, como é mais fácil relatar a declaração de greve dos funcionários de uma fábrica do que apurar com profundidade e relatar as condições de trabalho que possam ter motivado este mesmo movimento. Se o jornalista dá como cumprido seu dever em transmitir ao leitor aquilo que está ocorrendo com precisão, por outro ele mina sua possibilidade de refletir mais criticamente sobre um determinado assunto justamente pela ausência dos elementos que escapam ao olhar mais corriqueiro.

Ao nos debruçarmos sobre o jornalismo esportivo brasileiro, percebemos como seus esforços estão, em grande parte, voltados em noticiar a continuidade dos fatos sobre as equipes e jogadores – do resultado das partidas, à repercussão e

---

23 “o ser um acontecimento noticiável, se produzirá uma continuidade na noticiabilidade dos acontecimentos que guardam relação com ele” (tradução livre).

preparação para o próximo compromisso, e assim sucessivamente – a jogar mais luz sobre os mesmos e fornecer novas ferramentas a seus leitores. Em parte, é verdade, devido ao próprio ritmo imposto pelo esporte profissionalizado e seus calendários exaustivos. Mas não é possível que falte aos próprios jornalistas esportivos o questionamento sobre esta prática, ou porque ainda é tão difícil que sua área seja tão credível quanto outros campos especializados, como a economia ou a política.

#### **2.4.5 Os critérios contextuais: disponibilidade, equilíbrio e concorrência**

Do mesmo modo que a identificação dos elementos noticiosos do acontecimento são parte central na elaboração do conteúdo jornalístico, também os aspectos relativos ao processo produtivo influem nos recortes e enquadramentos adotados pelos jornalistas (TRAQUINA, 2005).

O primeiro deles, conforme elencados pelo teórico português, é o da disponibilidade. A estrutura empresarial das organizações jornalísticas, com seus orçamentos pré-definidos, é que limita a abrangência da cobertura diária que seus repórteres poderão realizar, dada a finitude dos recursos disponíveis para o funcionamento do veículo. Em outras palavras: impossibilitado de cobrir todos os acontecimentos que se desenrolam no seu entorno, o jornalista precisa escolher, em certos casos, quais pautas justificam o investimento para só então realiza-la. Uma consequência óbvia é observada na profundidade que certos temas são apresentados pelo jornal, em detrimento de outros.

Surge, então, um segundo aspecto de seleção que diz respeito ao equilíbrio temático de um veículo. Constrangidos pelo ritmo de produção e pela disponibilidade já mencionada, os jornalistas procuram dar ao produto final uma diversidade de assuntos tanto quanto for possível, uma vez que a abrangência de informações é algo esperado pelo público-leitor. Sendo assim, a noticiabilidade de um acontecimento pode estar relacionada com a quantidade de notícias que já publicadas no mesmo veículo, num passado não muito distante, o que leva a empresa e o próprio profissional a racionalizarem que certa pauta “não tem valor-notícia porque já demos isso há pouco tempo” (TRAQUINA, 2005, p. 89).

Por fim, entre os critérios que melhor se adequam a este estudo, está a noção de concorrência, que pode ser compreendida de duas maneiras: a primeira, e

mais óbvia, diz respeito à concorrência entre as empresas jornalísticas. Em sua busca de fidelizar parcelas cada vez maiores de público, os veículos têm a tendência de apostar em conteúdo que seus concorrentes não publicam: são as entrevistas exclusivas e os furos de reportagem, sempre bem destacados para os leitores, tidos como elementos de diferenciação no mercado cada vez mais homogêneo da informação. Via de regra, o material exclusivo acaba se sobressaindo aos demais, recebendo atenção entusiasmada nas edições finais.

Seguindo este mesmo conceito, tem-se a noção de que “os acontecimentos estão em concorrência com outros acontecimentos” (TRAQUINA, 2005, p. 90). É o dia noticioso, no qual a avalanche de fatos percebidos pelos profissionais de imprensa é tão grande que não há escolha senão optar pelo relato de certas estórias em detrimento de outras. Nem mesmo o planejamento prévio entre os membros de uma redação pode evitar este tipo de conflito: qualquer “mega-acontecimento”, como um desastre natural ou ataque terrorista, pode mudar drasticamente os planos para a cobertura do dia.

Em condições normais, os cadernos de esporte apresentam uma composição razoavelmente homogênea entre os diversos veículos, no que diz respeito às modalidades (o futebol dominando as páginas) e nos acontecimentos a serem abordados (partidas, campeonatos, treinos, coletivas de imprensa, etc.). Uma concorrência tão homogênea tende a salientar a busca pelo furo, ainda que este possa aparentemente intervir no equilíbrio de uma determinada publicação. Tal necessidade terá grande impacto no modo como esta informação exclusiva será obtida e noticiada, em especial para alguns aspectos centrais para o desenvolvimento deste estudo.

### 3 OS DESAFIOS À PRÁTICA DO JORNALISMO

Falar no exercício do jornalismo exige não apenas compreender sua consolidação ao longo da história humana, como também refletir acerca das condições nas quais este exercício se dá em um mundo de relações complexas. É reforçar a concepção de que, apesar de tratar de uma atividade socialmente legitimada sobre o monopólio de um saber (notícias) e ideais que a norteiam, ela é submetida a constantes tensionamentos no dia a dia, nem sempre resolvidos com simples definições de conceitos ou consultas a manuais de redação ou tratados deontológicos.

O dever primordial de relatar a verdade dos fatos se encontra em meio a conflitos e negociações entre fontes, editores, pressões empresariais e sociais de toda a ordem, exigindo dos jornalistas reflexões constantes que surgem com cada nova pauta. A maneira como lidam com tais discrepâncias influi, com maior ou menor peso, no resultado final do seu trabalho – a notícia ou a reportagem – contribuindo também para a manutenção, ou podendo levar até à destruição de sua credibilidade profissional, de acordo como o público entender a sua atuação.

Neste capítulo serão destacados os fatores com os quais o jornalista precisa lidar diariamente, e de que maneira estes se fazem presentes no produto que será posteriormente apresentado às audiências ou leitores. O conceito de objetividade, sustentáculo ao entendimento do jornalismo como atividade marcada pelo equilíbrio, imparcialidade e respeito aos fatos, serve a seu propósito, mas sua aplicação pura é muito mais problemática do que sugere o senso comum. Dependerá de fontes, cujos subsídios podem tanto auxiliar como inviabilizar a correta apuração jornalística, uma vez que o profissional corre risco de encontrar informações exclusivas e boatos mal-intencionados em igual proporção se não tiver ciência sobre capacitação e intenções de quem os fornece. Preceitos que se estendem ao esporte, cuja relevância humana já foi suficientemente reforçada, não obstante o preconceito que ainda sofre como gênero informativo.

Além disso, a própria estruturação do trabalho jornalístico em um ambiente de imposições comerciais, concorrências externas e internas à redação, prazos de entrega e, como apontou Bucci (2000), de um cenário comunicativo que não se limita mais aos media, impõe uma série de competências aos profissionais. Aptidões que serão fornecidas por uma formação universitária ampla mas,

principalmente, pelo incentivo à especialização de jornalistas nas diversas áreas do conhecimento como propósito de qualificação do material noticioso em um momento de complexificação crescente da vida contemporânea.

### 3.1 Objetividade

Ao longo de todo o processo de luta por sua afirmação enquanto atividade, o jornalismo internalizou em si uma cultura própria, com símbolos, valores e cultos inerentes a ela que reforçam e justificam sua identidade profissional, ou seja, “um *ethos*, uma definição de uma maneira de como se deve ser (jornalista)/estar (no jornalismo)” (TRAQUINA, 2004, p. 126). A liberdade de imprensa aparece como elemento fundador, já que esta mantém aberta a possibilidade do jornalismo como defensor do interesse público nas sociedades democráticas, e surge associada à independência e autonomia dos profissionais em relação aos demais campos sociais, uma vez que estes dois fatores balizam a ideologia do profissionalismo conforme defendida por Phillip Elliott (TRAQUINA, 2004).

Estabelecidas as bases, há ainda outros princípios que ajudam a firmar a posição social ocupada pelo jornalismo: a associação com a verdade, de onde decorre a necessidade de um rigor na informação que será apurada, tratada e, posteriormente, veiculada pelos meios de comunicação. Tais premissas dialogam de maneira ainda mais próxima de seu papel como serviço público, o que implica um esforço contra o seu desvirtuamento e em favor da transparência e honestidade:

O jornal tem necessariamente algo de monopólio [as notícias] e o seu primeiro dever é afastar as tentações de um monopólio [...] Sob perigo de perder a alma, deve fazer com que este fornecimento não seja manchado. Nem no que dá, nem no que não dá, nem no modo de apresentação, deve a límpida face da verdade sofrer qualquer mal (ELLIOTT apud TRAQUINA, 2004, p. 134).

Estes conceitos abordados remetem à noção de objetividade, que ganhou espaço no campo jornalístico nas primeiras décadas do século XX apesar da primazia dos fatos já ser uma das âncoras da atividade há muitas décadas. O autor explica que essa incorporação aparentemente tardia não se dá ao acaso, como está relacionada à crise da democracia ocidental, numa época marcada pela desconfiança nas instituições e a ascensão ao poder de regimes totalitários, e pelo surgimento das relações públicas, campo que passa a influir diretamente no jornalismo ao introduzir pautas sobre indivíduos e organizações que viessem ao

encontro de seus interesses. Ou, como apontou um dos pioneiros no ramo, o relações-públicas “não era apenas o fornecedor de informações; era mais logicamente o criador de notícias” (SCHUDSON apud TRAQUINA, 2004, p. 137).

Dessa forma, surge a necessidade de conferir ao jornalismo um método que o ajude a navegar por um terreno de incertezas e dúvidas. Ocorre, então, uma mudança no agir profissional do jornalista, na qual a fé pura nos fatos dá lugar a “uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa” (TRAQUINA, 2004, p. 138), que vem a se conhecer por objetividade. Esta não deve ser encarada como uma negação da subjetividade, mas antes o reconhecimento de sua inevitabilidade por parte dos jornalistas, que usam deste recurso para protegerem seu trabalho de eventuais acusações e críticas. É por isso que Gaye Tuchman (1993) atribui à objetividade um papel como “ritual estratégico”, isto é, como uma série de procedimentos rotineiros que tenham por fim a defesa de sua atuação, e que estes estão ligados à forma, ao conteúdo das notícias e às relações internas à organização onde o jornalista está inserido.

A socióloga menciona quatro procedimentos adotados pelos profissionais da área com vistas a alcançar tal objetividade. O primeiro deles seria a apresentação de possibilidades conflituosas sobre um mesmo assunto: se o jornalista não consegue provar por si a validade da informação de uma determinada fonte, ele pode trazer à discussão alguém que o faça, reivindicando uma apuração objetiva ao apresentar mais de um lado da questão, entregando ao leitor a tarefa de confiar no relato da fonte A ou da fonte B. Embora vise à pluralidade de falas, esta medida em si não resolve a objetividade, uma vez que a publicação de alguns pontos de vista suscita a emergência de muitas outras vozes, cada uma delas “com pretensões de verdade impossíveis de verificar, representando cada uma delas uma possível realidade” (TUCHMAN, 1993, p. 80) e tornando ainda mais complexa uma apuração que se pretende objetiva. É necessário ir além.

O próximo procedimento diz respeito à apresentação de provas auxiliares, como documentos e gravações capazes de referendar um determinado fato noticiado. A este soma-se o uso judicioso das aspas que, segundo Tuchman (1993), responde à ideia comum aos membros da tribo jornalística de que “os fatos falam por si”: ao publicar as declarações das fontes, o jornalista acredita estar minimizando sua intervenção nos fatos, os quais veem também como provas auxiliares, ainda que a própria opção por uma ou outra fala possibilite que ele utilize tal ferramenta para

emitir seus próprios juízos e opiniões. Da mesma forma, as aspas podem ser utilizadas para pôr em questão uma designação atribuída como, no exemplo da autora, a diferença de significados ao se falar em Nova Esquerda e “Nova Esquerda”. Enquanto um se refere a um determinado grupo, o segundo sugere uma nomenclatura atribuída por esse mesmo grupo, e que é posto em causa no texto jornalístico.

O último procedimento seria a estruturação da informação numa sequência apropriada, em que o mais importante é apresentado no primeiro parágrafo da notícia, e cada parágrafo subsequente conter informações de menor importância. É o conceito de “pirâmide invertida”, ou lead, que traz problemas à noção de objetividade uma vez que existe uma ação direta e clara do jornalista na escolha e hierarquização das informações. Neste ponto, o jornalista recorre ao seu profissionalismo para justificar esta interferência, e que as decisões foram tomadas de determinada forma a partir da existência de um *news judgement*.

A invocação do *news judgement* (perspicácia profissional) é uma atitude inerentemente defensiva, pois [se trata de uma] capacidade de escolher “objetivamente” de entre “fatos” concorrentes para decidir quais os “fatos” que são mais “importantes” ou “interessantes” (TUCHMAN, 1993, p. 83).

Assim, justifica-se também a existência dos “seis servidores” em uma determinada notícia, a saber “o quem, o quê, o quando, o onde, o porquê e o como”, as “coisas mais materiais” de um fato, utilizadas pelo jornalista no lead para conferir sua credibilidade. Entretanto, tais avaliações oscilam de acordo com o perfil de cada profissional e das empresas, uma vez que “diferem na sua escolha dos “fatos” materiais, nas suas políticas noticiosas [...] mas todos se reclamam “objetivos” (TUCHMAN, 1993, p. 84).

A presença dos elementos e rituais citados na elaboração do relato jornalístico não se trata de uma exigência, mas antes uma imposição institucionalizada pelo ritmo existente no seu local de trabalho. Nas palavras da teórica norte-americana, o jornalista tem um repertório limitado para defender sua objetividade, ao mesmo tempo em que precisa “tomar decisões imediatas relativamente à validade, fiabilidade e “verdade” a fim de conhecer os problemas impostos pela natureza da sua tarefa” (TUCHMAN, 1993, p. 76), onde a pressão dos prazos de entrega do material corre ao lado dos riscos de processos judiciais e das



reprimendas dos seus superiores<sup>24</sup>.

A finalidade da aplicação de tais métodos, muito mais do que a satisfação das exigências organizacionais, está em garantir um outro valor essencial aos jornalistas: a credibilidade. Os profissionais da área julgam estar cumprindo seu papel social à medida que seu público lhes confere tal característica, na medida em que esta leva a uma fidelização destes leitores e garante, da mesma forma, uma abertura maior com relação às fontes, cujo envolvimento com o material produzido se dá de maneira singular e individualizada<sup>25</sup>. Envolve, portanto, uma relação construída intersubjetivamente entre as duas partes do processo comunicativo, como defende Sílvia Lisboa (2012). Para esta, a crença em determinados relatos começa na disposição em falar a verdade por parte do enunciador, mas depende que ele o faça repetidas vezes para conquistar status como fonte credível ao entendimento do interlocutor, que irá basear suas decisões futuras com base na experiência acumulada, analisando o caráter do orador, o conteúdo da mensagem e o contexto vinculado a ela, bem como suas próprias razões para acreditar. Esses dispositivos ajudam a explicar como, no campo jornalístico, a objetividade aparece como um legitimador da idoneidade do veículo e sua mensagem, uma vez que o leitor pode identificar a aplicação de certos procedimentos a ela ligados.

Pode-se considerar, então, a credibilidade como um elemento base ao jornalismo contemporâneo: se ela é o capital ao qual aspiram os membros do campo jornalístico, conforme Lisboa (2012) cita no conceito aportado por Berger, e está relacionada a uma ideia de verdade no relato, logo estes profissionais se esforçarão em aplicar métodos que aproximem seu produto final desse ideal objetivo, reforçando a ideia de um contrato de comunicação entre o campo e o público.

Os procedimentos que asseguram os efeitos de verdade e a percepção de credibilidade garantem, portanto, a existência do contrato – seu descumprimento acarreta uma ruptura (LISBOA, 2012, p. 30).

A existência de rituais e de um ideal objetivo para o jornalismo em sua face moderna ainda não soube responder a uma questão fundamental, formulada

---

<sup>24</sup> Groth (2011, p. 368) acrescenta que, na esfera das relações interorganizacionais, o repórter precisa, ainda, “adaptar a escolha dos detalhes, o comprimento do relato e a formulação estilística de acordo com a particularidade e o público específico do jornal”.

<sup>25</sup> Tuchman (1993, p. 77) realiza essa subdivisão dos consumidores de notícias entre o leitor comum e o leitor “interessado”, isto é, “a pessoa que o artigo cita, descreve e/ou noticia”. É a estes últimos que estão relacionados o risco de processos por difamação, já que seu envolvimento direto lhe possibilita questionar judicialmente a maneira como foi retratado na notícia.

por Otto Groth (2011, p. 369): “o poder humano consegue constatar os fatos de um acontecimento de forma “objetiva”, “fiel à realidade”?”. Para ele, os sujeitos estão constantemente absorvendo e julgando novas vivências com base em experiências anteriores, de modo que a percepção de mundo é sempre diferente da anterior, resultando numa atenção diferente para com as coisas que os cercam. Diferenças que são observadas entre pessoas e, da mesma forma, entre profissionais de diferentes áreas.

Se o homem da ciência, pela natureza de sua atividade, precisa ser objetivo e focar sua atenção a casos isolados, ao jornalista é imposta a necessidade de um olhar diferenciado, mais amplo, que dê conta de um texto e de um contexto.

O jornalista com talento de repórter percebe simultaneamente muitas coisas e também detalhes interessantes e não vê uma configuração sistemática naquilo que se oferece a ele [...] E a notícia feita pelo cientista “argucioso” [...] não é só jornalisticamente inútil, como também se mostra objetivamente “falsa” (GROTH, 2011, p. 370).

A estes fatores unem-se também outros de potencial influência sobre o processamento daquilo que é percebido, como interesse pessoal, desejos, formação e educação do indivíduo, além do próprio estado anímico e das condições físicas de quem tenta apreender o mundo. O mau-humor, a contrariedade e a fadiga interferem tanto na apreensão quanto disposição e entusiasmo exagerados. No consumo das notícias, é possível inferir uma falta de certas informações essenciais em determinadas peças, na mesma medida em que nos deparamos com reportagens acaloradas, exageradas, elaboradas por um profissional demasiadamente disposto a impressionar e agradar seu público (GROTH, 2011).

Não só os profissionais da área lançam mão da objetividade de maneira instrumental, como também as próprias empresas jornalísticas. Sob a bandeira de que “o comentário é livre, mas os fatos são sagrados”, a imprensa capitalista manifesta seu compromisso com o rigor na exatidão das informações que veicula de modo a manter-se credível e lucrativa, mas omite do processo as relações de classe onde os fatos se dão, silenciando a voz do repórter e dando sua interpretação subjetiva na forma dos editoriais, como notou Alsina (1989, p. 172). “Se da un reflejo falseado de la realidad. Además, la auténtica objetividad no es ni neutral ni imparcial<sup>26</sup>”.

---

<sup>26</sup> “Dá-se um reflexo falso da realidade. Além disso, a autêntica objetividade não é nem neutra, nem imparcial” (tradução livre).

De qualquer forma, a problematização da objetividade no jornalismo não deve ser entendida como o fim de qualquer pretensão de se relatar a verdade, ou carta-branca para a instauração de qualquer tipo de prática no campo. Daniel Cornu traz esta preocupação ao afirmar que “a objetividade, como intenção na ordem dos fatos, não pode ser simplesmente expulsa a favor de uma honestidade definida muito vagamente” (apud KARAM, 2004, p. 41), e parece concordar com Groth (2011) que, ciente das limitações acerca da notícia verdadeira, afirma que a mesma deve ser entendida não como ideologia, mas como ideal, atingível ou não, da prática jornalística. Sugere o autor que estas limitações devem ser reconhecidas e debatidas sobre os pontos de vista teórico e ético, ao mesmo tempo em que este ideal de noticiário objetivo deve ser cultivado pelo campo jornalístico dentro de suas possibilidades já conhecidas.

Para Cornu, defender a objetividade é respeitar os próprios princípios do jornalismo, como a exatidão, descrição correta dos fatos, o uso de informações com origem conhecida, retificação dos próprios erros, confirmação de dados, inclusão de informações essenciais e fidelidade a textos e documentos. “Despedida sem cerimônia, a objetividade deixa a via livre ao ‘vale-tudo’. A um jornalismo de aproximação e de preguiça” (CORNU apud KARAM, p. 42).

Com isso em mente, entende-se que, se a objetividade continua sendo um valor indispensável ao jornalismo, ela se torna ainda mais cara ao jornalismo esportivo em sua busca por legitimação perante as outras áreas do conhecimento. O recurso à informação apurada em profundidade, à neutralidade dos fatos e à sobriedade pode, nesse sentido, contribuir para uma percepção mais séria da sociedade com relação a esta editoria, combatendo, de certa forma, o cenário atual marcado pelo infotimento, como nota Oselame (2012, p. 87) acerca das transmissões esportivas na televisão: “o objetivo [do jornalismo do novo milênio] já não era buscar, apurar, redigir e divulgar as informações, mas, sim, divertir, distrair e entreter o telespectador”. Assim, Barbeiro e Rangel (2006, p. 22) defendem para o tratamento do esporte o mesmo tipo de princípio que deveria nortear o jornalismo em geral, especialmente em relação à reportagem

sem acurácia não se pode divulgar nada. É preciso ter o máximo de informações do assunto tratado. Na apuração, o que deve predominar é a exatidão dos fatos, a qualificação e a idoneidade das fontes.

O relacionamento com as fontes é, portanto, um dos pressupostos nos

quais se encora o fazer jornalístico; em parte, também, porque da parte destas há o reconhecimento do valor da objetividade e da imparcialidade, presumindo uma reciprocidade por parte do repórter quanto aos direitos que também têm – como o princípio do anonimato e a confidencialidade do *off* (HENRIQUES, 2014). Pressupostos que, se bem observados, levam ao cenário para o jornalismo esportivo no qual aposta Coelho (2013, p. 86), embora reconheça a necessidade de engajamento dos jornais como um todo que, como já foi visto, não é tão simples de se realizar no momento. “Quanto mais alto for o grau de reflexão que a matéria oferecer, e quanto maior for sua capacidade de atrair [os leitores] [...], mais elevado será o nível de elaboração dos jornais esportivos”.

Existem ainda outros fatores que entram no processo de produção da notícia e colocam em xeque a possibilidade de uma objetividade pura, apesar de sua permanência enquanto ideal.

### **3.2 O interesse das fontes**

A procura, a identificação e o uso de fontes foram alguns dos elementos naturalizados pelo exercício jornalístico objetivo e, por outro lado, também uma imposição às empresas de comunicação e seus profissionais em um cenário de competitividade crescente por leitores e audiência. Obter uma informação sigilosa ou exclusiva tornou-se tão ou mais importante do que a cobertura de um acontecimento relevante *in loco*, uma vez que todos os repórteres têm, ao menos num primeiro momento, acesso aos mesmos dados que os demais colegas presentes.

Mas até aí a desenvoltura do jornalista faz a diferença: com bons contatos, um jornalista pode divulgar algum fato em primeira mão naquele momento e, assim, satisfazer as necessidades de imediatismo privilegiadas pelos meios de comunicação como cita Lorenzo Gomis (2004). É justo dizer que o público reconhece como competência jornalística não só essa velocidade como também a profundidade de apuração, quando faz conhecer aquilo que, oficialmente, permanece não dito. O fetiche do “furo” é um dos traços culturais que se faz ver tanto pelos membros do campo quanto pelo público (TRAQUINA, 2005), também influenciado pelo imaginário construído acerca desta atividade profissional, especialmente através da representação cinematográfica que, não raro, projeta o ethos jornalístico com contornos exagerados e estereotipados.

O “furo” dá um gozo particular, um enorme prazer de conquistador. O “furo” é uma conquista que está associada ao brilho profissional, razão justificada de vaidade pessoal, e que fornece um prestígio que pode fazer progredir a carreira profissional (TRAQUINA, 2005, p.55).

Nesse sentido, o mesmo autor enumera os fatores que os jornalistas geralmente levam em conta na avaliação das fontes com as quais irão interagir no longo prazo: a autoridade, a produtividade e a credibilidade das mesmas (TRAQUINA, 2004). Indivíduos relativamente bem posicionados na hierarquia das instituições e que forneçam informações credíveis com certa regularidade serão de grande utilidade para as redações marcadas pela luta contra o tempo comum ao jornalismo moderno, de modo que o cultivo de fontes se impõe também à rotina da atividade, não obstante a dificuldade que este pode assumir, conforme atenta Traquina (2004, p. 191): “o desenvolvimento da relação com a fonte é um processo habilmente orientado com paciência, compreensão e capacidade de conversação sobre interesses comuns, até formar um clima de confiança”.

Tal asserção é compreendida e levada a cabo por profissionais envolvidos em qualquer editoria, muito embora cada uma delas terá suas particularidades: no caso do esporte, Barbeiro e Rangel (2006) chamam a atenção para o fato de que o jornalista está constantemente localizado no centro do espetáculo, espaço tomado pela emoção da disputa, e corre o risco de ser influenciado por ele, mas que

Não se pode confundir [a emoção] com a paixão, que cega quem tem o dever de enxergar ou atrela o jornalismo a uma causa ou a um ídolo. A paixão emperra a apuração, incentiva a notícia sem acurácia, atrapalha a busca contínua da isenção e da ética. (BARBEIRO e RANGEL, 2006, p. 22).

A proximidade com grandes atletas, técnicos e dirigentes de toda ordem coloca o jornalista num ambiente cercado de personalidades de interesses mais diversos, com as quais deverá se construir relações de acordo. Alcoba (2011, p. 82) cita como conquistar a amizade de um esportista em princípio de carreira será mais fácil do que quando ele já for um profissional consagrado, e que esta camaradagem pode abrir um acesso vantajoso para notícias em diferentes oportunidades, mas que, embora “el deportista [seja] la principal fuente de la noticia deportiva por lo que merece un respeto, que no tiene porque llegar a adulación<sup>27</sup>”. Portanto, relações tão

---

<sup>27</sup> “o esportista [seja] la principal fuente de la noticia deportiva por lo que merece un respeto, que no tiene porque llegar a adulación” (tradução livre).

próximas se convertem em uma utilidade e um perigo no entendimento de Coelho (2013) caso o repórter sacrificar sua independência ao não publicar uma determinada notícia que repercuta negativamente em relação a um destes atores, ou que se permita ser utilizado como fim a alguma vantagem.

O melhor a fazer é trabalhar. Manter o contato com a fonte sempre que houver oportunidade [...] Tentar sempre conseguir informações em primeira mão. Mas sempre deixando claro que não se trata de troca de favores. Que as vantagens não serão oferecidas no relacionamento profissional. Que nunca uma notícia será paga com um favor que use as páginas do jornal ou os microfones (COELHO, 2013, p. 75-76).

Estas discussões já apontam para um outro complicador relacionado ao trato do jornalista com suas fontes, e que afastam a ideia superficial de que o repórter é a única parte ativa na construção da notícia. Se a este não é possível abstrair completamente a subjetividade de um exercício que se pretende objetivo, tampouco a fonte age de maneira passiva e desinteressada no fornecimento de informações. Gomis (2004, p. 103) sintetiza esse conceito ao afirmar que, “se não fossem os interessados em que algo seja publicado [pela imprensa], muitas notícias não apareceriam nunca”, o que implica num acordo mutualmente benéfico entre fonte e jornalista: enquanto a primeira torna conhecido um determinado fato que, por sua divulgação ampla pelos meios, lhe traga algum tipo de vantagem ou ganho, o segundo depende da informação de interesse público para ter o que noticiar e, assim, continuar exercendo seu exercício profissional socialmente legitimado. Considerando que a questão do interesse é complexa, entende-se que “el nexo que se establece entre la fuente y el periodista es [...] interactivo y reflexivo; está sujeto a negociación ideológica y lingüística y sobre todo a influencias exteriores al campo informativo<sup>28</sup>” (ALSINA, 1989, p. 116-117).

A relevância dada à comunicação por indivíduos e instituições se revela com a consolidação do campo das relações públicas, da criação de assessorias de imprensa e canais que façam a intermediação com os jornalistas. Os grandes atores sociais, sejam ministros de Governo, clubes e jogadores de futebol, têm nestes organismos uma maneira de se estabelecerem como fontes oficiais em seus âmbitos e, mais ainda, de organizar e controlar o fluxo de informações, protegendo seus

---

<sup>28</sup> “O nexo que se estabelece entre a fonte e o jornalista é [...] interativo e reflexivo; está sujeito a negociação ideológica e linguística e sobretudo a influências exteriores ao campo informativo” (tradução livre).

interesses enquanto mantêm uma via aberta com a imprensa e, em última instância, com o público. Não por acaso, os jornalistas recorrerem a estes veículos institucionais com bastante frequência, uma vez que sua credibilidade frente aos temas com os quais estão ligados ajuda a fortalecer a própria impressão dos leitores sobre o trabalho jornalístico. Gomis (2004) recorda, porém, que isso leva ao cenário atual em que “os meios de comunicação têm menos controle de pauta que apresentam do que pensam”, e que a motivação destas fontes ativas se dá com vistas a cumprir certos objetivos relacionados a seu prestígio social e a um ganho da simpatia dos jornalistas. Nem mesmo a possibilidade de uma objetividade pura resolveria o problema imposto por uma informação direcionada por interesses.

Essa impassibilidade profissional com que os meios de comunicação difundem os fatos [...] não significa que a origem da notícia não seja geralmente interessada, e inclusive que esse interesse explique por que aquele fato se difunde naquele momento. Mas, pelo contrário, contribui para velar ou dissimular esse interesse da fonte informante (GOMIS, 2004, p. 105).

Se por um lado o jornalismo é tomado por agentes dos mais diversos campos como arma na disputa simbólica por seus interesses, por outro ele também ganha acesso a instâncias às quais não chegaria em outros momentos. Tomando o caso da cobertura esportiva, hoje se observa que não só os atletas servem de matéria-prima jornalística, mas também o que têm a dizer dirigentes, federações, empregados, clubes e seus empregados, empresários e órgãos públicos, ampliando a quantidade de versões possíveis de se extrair de uma determinada pauta. Cada um colocando sua voz em função de metas próprias que, pela própria abrangência do esporte na contemporaneidade, almejam materializam em vantagem econômicas, políticas e de outras ordens.

Alcoba (2011) prega que o jornalista deve ter ciência da origem da notícia, para que possa evitar ser manipulado pelas fontes, e que o esporte “no se salva de esa situación y los informadores [...] precisan confirmar los hechos que se les aportan como ciertos desde la fuente<sup>29</sup>” (p. 80). Dessa forma, o próprio leitor se beneficia com a possibilidade de uma leitura inteligente das notícias, como sugere Gomis (2004) quando defende a apresentação de contrastes no relato jornalístico que permitam a compreensão de interesses que se escondem por trás dos

---

<sup>29</sup> “não se isenta desta situação e os informadores [...] precisam confirmar os fatos que chegam a eles como certos desde a fonte” (tradução livre).

testemunhos. Em outras palavras, “a notícia é uma interpretação de um fato, mas a interpretação da notícia se faz melhor se nos perguntarmos a quem beneficia ou prejudica, como pista a averiguar quem pode ser a verdadeira fonte” (GOMIS, 2004, p. 106).

Assim como a objetividade, o cuidado com as fontes é outra premissa que deve ser adotada pelos jornalistas, muito embora sua execução plena também esteja comprometida por outro fator: as relações e a organização de trabalho internas à empresa na qual o jornalista está inserido profissionalmente. Agostini (apud ALSINA, 1989) já destacou como “la misma organización del trabajo periodístico cotidiano impone límites y condiciones a la red de fuentes y, por consiguiente, a la profundización del periodista<sup>30</sup>” (p. 118), mas é preciso ter em conta que a burocratização das rotinas, as intenções dos jornalistas, os condicionamentos econômicos e os prazos de entrega afetam o dia-a-dia da atividade de maneira profunda, cujos impactos podem ser percebidos, também, no resultado da produção em forma de notícia.

### **3.3 A rotina jornalística e a organização do trabalho**

Desde que assumiu sua face contemporânea da primazia dos fatos, o jornalismo sofreu profundas transformações a nível da quantidade de conteúdo, das tecnologias para sua realização e da organização econômica da atividade em empresas e grupos midiáticos. Fatores que, se ofereceram ferramentas capazes de fomentar ainda mais o campo e seus profissionais, também justificaram a racionalização e a aceleração do trabalho aos moldes observáveis hoje nos principais veículos de comunicação. Ciro Marcondes Filho (1993, p. 109) entende que o novo panorama jornalístico se encontra profundamente marcado pelas transformações impostas pela velocidade de circulação das informações, de modo que as redações jornalísticas adotam “processos hypertaylorizados de utilização de mão-de-obra jornalística. De alguma forma, o homem ou o homem-máquina tem de trabalhar à velocidade do próprio sistema”, como uma engrenagem altamente versátil em um grande esquema de produção.

---

<sup>30</sup> “a mesma organização do trabalho jornalístico cotidiano impõe limites e condições à rede de fontes e, por consiguiente, ao aprofundamento do jornalista” (tradução livre).



Essa visão da formação das notícias como resultado da influência do ambiente organizacional sobre a ação jornalística foi consagrada pelo teórico Walter Breed<sup>31</sup>, em seu estudo sobre como a política editorial de um determinado veículo conforma, ao longo do tempo, a atividade dos repórteres (TRAQUINA, 2004). Nesse sentido, o jornalista estaria sempre tentando evitar possíveis sanções dos seus superiores, entendendo que a sujeição às imposições da editoria contribui para a manutenção de uma boa relação profissional em meio à pressão temporal para a produção de notícias, e que o cumprimento das normas organizacionais pode colaborar, a longo prazo, com suas aspirações profissionais. Em outras palavras, é como se

Os repórteres, assim como todos os jornalistas que trabalham fora da redação, têm que fazer o seu trabalho sempre com um olhar voltado para o público e para a redação. E esta coerção aumenta com a influência de seus motivos próprios [...] Ganância e assiduidade, ambição e amizade, medo e deferência, dependência e fisiologismo infiltram-se na reportagem, e minuciosidade e responsabilidade nem sempre lhe oferecem amparo (GROTH, 2011, p. 375).

Há ainda que reconhecer o papel do aspecto econômico no desempenho destas empresas. Como qualquer outro negócio, um jornal tem seu ritmo de trabalho afetado pelos constrangimentos financeiros e a “tirania do balanço final” (TRAQUINA, 2004, p. 158): seus objetivos apontam, entre outras coisas, para o incremento da audiência e de anunciantes publicitários (ALSINA, 1989) que subsidiem os custos da redação, sejam eles relativos a pessoal ou aos meios disponibilizados para cobrir acontecimentos passíveis de se tornarem notícias. Não havendo recursos suficientes, o veículo pode vir a barrar a realização de certas reportagens cujo investimento se julgue elevado, bem como reduzir o corpo de jornalistas para aliviar o orçamento, também com impactos significativos na estrutura e na capacidade produtiva do jornalismo que pretende exercer.

Admitir a influência da organização, por mais que ajude a explicar o processo editorial, reduz demasiadamente o papel do jornalista na cadeia de decisões da formação de uma notícia. Nem ele decide de forma independente, nem é completamente cooptado, mas é

parte de un sistema más amplio de relaciones sociales y de controles

---

<sup>31</sup> Este sociólogo norte-americano elencou seis fatores que promoverem esse conformismo dos jornalistas às políticas da empresa, quais sejam: a autoridade institucional e as sanções, sentimentos de obrigação e estima com os superiores, aspirações de mobilidade, ausência de grupos de lealdade em conflito, o prazer da atividade e as notícias como valor (TRAQUINA, 2004).

normativos [...]. Se trata de una relación que surge de una negociación en la que los intereses profesionales de los participantes, las metas de la fuente original y de los intereses de los lectores potenciales desempeñan un cierto papel<sup>32</sup>. (ALSINA, 1989, p. 118).

Não é possível, portanto, aceitar que a autonomia profissional seja subjugada sem cerimônias na construção das notícias. Os jornalistas dão bastante valor à sua ideologia e sua cultura próprias, esta última “um sistema de consciência mantido no mais fundo de cada um, que afeta profundamente tanto a estrutura da organização noticiosa como a prática do jornalismo no dia-a-dia”, como apontou Daniel Hallin (apud TRAQUINA, 2005, p. 51), haja vista a existência de certas limitações para a implementação de um determinismo organizacional puro (TRAQUINA, 2004). Compreender a produção do campo como resultado de uma interação entre as capacidades organizacionais e o pólo ideológico do campo jornalístico parece, enfim, um entendimento mais justo do processo.

A teoria interacionista reconhece a necessidade desta autonomia enquanto retoma a problemática da luta do jornalismo contra o tempo, materializado pela existência da carga horária de trabalho e das horas de fechamento. Para vencer esta batalha, as empresas jornalísticas adotam de certas estratégias para dar ordem no espaço e no tempo, uma vez que “os acontecimentos podem surgir em qualquer parte [e] a qualquer momento” (TRAQUINA, 2004, p. 181), distribuindo seus repórteres em localidades e editorias especializadas e planejando coberturas de acordo com a disponibilidade de pessoal durante o expediente. Medidas que, embora façam sentido para a organização do trabalho, inevitavelmente deixam de fora certas pautas que escapam a esta “rede noticiosa”, comprometendo o princípio de universalidade pretendido pelo jornalismo.

Deve-se entender, então, que o ritmo do jornalismo contemporâneo é aquele que aponta para a velocidade dos processos, ao imediatismo que, segundo Traquina (2004), levam à uma ênfase nos acontecimentos e não nas problemáticas. A busca incessante pelo furo tende a resultar numa apuração rasa e que inibe o profissional de pensar em temas ou enfoques originais sobre certos assuntos, como demonstrado na preocupação de Coelho (2013, p. 76) com os rumos do jornalismo

---

32 “...uma parte de um sistema mais amplo de relações sociais e de controles normativos [...]. Se trata de uma relação que surge de uma negociação na qual os interesses dos profissionais dos participantes, as metas da fonte original e os interesses dos leitores potenciales desempenham um certo papel” (tradução livre).

esportivo atual. O próprio autor lembra que vale menos “saber quem divulgou a informação em primeira mão. Vale, sim, quem deu a notícia com mais detalhes, com maior riqueza”.

### **3.4 Jornalismo e especulação**

A tensão existente entre a impossibilidade da objetividade pura, o complexo relacionamento com as fontes e o formato contemporâneo da atividade jornalística tem contribuído para algumas mutações que se impõem à qualidade do conteúdo produzido pelos meios de comunicação nos dias de hoje. No caso do jornalismo esportivo, é frequente observar o pouco aprofundamento de pautas e apurações, que, não raro, baseiam-se num fundo em parte ou totalmente especulativo.

Não se trata de rejeitar este aspecto da comunicação de qualquer tratamento jornalístico. Alcoba (2011) cita que, em sua experiência profissional, o rumor também pode ser utilizado como fonte de informação esportiva, recurso capaz de provocar confirmação ou o desmentido de agentes do campo esportivo, embora tais fins sejam questionáveis do ponto de vista ético profissional. Essa possibilidade é endossada por Chaparro (2007, p. 79-80), que também cita outras potencialidades deste fenômeno como a capacidade de motivar pautas, direcionar reportagens, alterar a dimensão e o significado de acontecimentos, mas chama à atenção que, “ao provocar tais efeitos [...] pode determinar ou modificar as intenções das mensagens jornalísticas, adequando-as aos interesses a que está vinculado”. Dessa forma, o rumor exige um cuidado especial por parte do jornalista, já que, idealmente, nunca deveria ser tomado como fim, mas como meio capaz de abrir possibilidades de apuração.

A relação com as fontes deve ser reexaminada sob este novo prisma, dado que, se elas têm a possibilidade de controlar a divulgação de informações de acordo com suas estratégias, podem da mesma forma induzir a imprensa a veicular uma informação que atenda seus interesses, ainda que a partir de um fato não ancorado na realidade. Pode-se compreender este tipo de ocorrência como um “pseudoevento”, parte de um conjunto de “fatos que se produzem precisamente para que sejam notícia” (GOMIS, 2004, p. 109) e que, publicados, passam a integrar também o mundo real. Ao contrário das entrevistas coletivas e dos comunicados à

imprensa, também inseridos neste universo com seus atores e fontes bem definidos, nas notícias plantadas,

“[nos] dossiês, chamadas e outras formas de atrair a atenção sobre algo se faz de modo que o êxito seja atribuído aos meios e a fonte interessada que facilitou a informação ou revelou o fato fica oculta ou dissimulada [...] com desejo de ficar oculta” (GOMIS, 2004, p.113).

A opacidade das fontes que dão origem a boatos ganha respaldo no princípio do sigilo de sua relação com os jornalistas, mas também da compreensão de que uma informação exclusiva se torna um bem raro na estrutura comunicacional vigente. Instituições governamentais, clubes esportivos e personalidades públicas encontram-se atrás de todo um aparato que conformou a geração de fatos a denominadores comuns, de modo que todos os meios de comunicações têm um conhecimento dos fatos relativamente homogêneo entre eles. Dessa forma, a fonte anônima ganha ainda mais poder para impor sua agenda, e “vazar” as informações aos jornalistas dispostos a concordarem com suas condições.

Por outro lado, o jornalista vê tolhida sua possibilidade de exercitar sua objetividade pela própria maneira sob a qual se estrutura seu trabalho. Os prazos para o fechamento de edições impressas ou programas radiofônicos e televisivos que caracterizam o processo industrial das notícias na atualidade levam os profissionais a realizarem trabalhos incompletos, sem a devida apuração, a fim de satisfazer o ritmo produtivo e as necessidades editoriais. Leal e Meniconi (2007, p. 134) observaram como, no caso da cobertura esportiva, os repórteres setoristas vivem esta rotina levada ao extremo, visto que “têm obrigação diária de apresentar histórias sobre os clubes e órgãos que cobrem” mesmo quando estes não proporcionam fatos noticiáveis e, assim, podem vir a publicar informações não checadas ou de fundo meramente especulativo. Os autores, no entanto, compreendem estas circunstâncias como próprias ao “jornalismo real”, cuja realização diária “desafia manuais e teorias” (2007, p. 132) no qual

pode-se considerar que o entendimento do que seja notícia não se resume a uma relação jornalista/fatos, mas pode se derivar das idiossincrasias que marcam uma empresa, seu corpo de funcionários e sua relação com os consumidores (LEAL; MENICONI, 2007, p. 134).

Assim, o jornalista pode anunciar um fato qualquer como notícia se entender que ele condiz com outros fatos previamente divulgados pelo mesmo veículo, ou mesmo por repetir o modo de trabalho de seus colegas de redação: uma

notícia menos apurada é aprovada por editores também porque atende aos interesses da empresa, levando a um processo de institucionalização da prática e de modos de entender o jornalismo. Este seu fazer jornalístico particular é colocado na vitrine de um mercado altamente concorrido, modo de atrair o interesse de consumidores de informação numa era de oferta amplificada e agilizada pelo advento da internet.

Na outra extremidade da cadeira informativa, o público não tem menos responsabilidade no processo de produção, haja vista que este “não é um receptor passivo dos fatos que lhe são contados, sendo que os digere segundo suas próprias necessidades, os adota ou repudia, e em todo caso os interpreta a seu modo” (GOMIS, 2004, p. 108). O jornalismo inserido na lógica de mercado trabalha diariamente sobre os gostos e expectativas daqueles que receberão suas mensagens, para os quais são oferecidos fatos que correspondam a determinados estereótipos de visão de mundo, esperando em contrapartida um reconhecimento na forma de uma audiência fidelizada. Assim, o público também opera na legitimação do produto notícia, seja para a satisfação de “déficits de reserva ideológica e/ou argumentativa” (MARCONDES FILHO, 1993, p. 129) ou para reforçar um vínculo inaugurado pela própria interação com o veículo.

Aquilo que seria, então, “banal”, “trivial” ou distante da “verdade dos fatos” não merece ser visto como um “deslize” ou signo de descuido [por parte dos jornalistas] e, sim, como elemento fundamental no ritual cotidiano de (re)encontro. (LEAL; MENICONI, 2007, p. 136).

Com isso, pode-se inferir que a credibilidade fundadora do jornalismo, entendida inicialmente como um compromisso imutável com a verdade dos fatos, passa a fazer referência ao sentimento do público com relação ao meio e a este “partilhar comum de uma identidade”. Sendo o esporte um meio onde a especulação corre diariamente, replicar esta mesma dinâmica nas páginas dedicadas ao tema reforçara estes mesmos laços e, assim, contribui para a fidelização deste mesmo público, num processo cíclico que endossa um certo tipo de prática jornalística.

Não se deve perder de vista, porém, que há um prejuízo inerente quando estas mensagens chegam ao receptor final. Se Gomis (2004, p. 112) sublinhou o fato de que um pseudoevento produz, indiretamente, um efeito no real através ao agir sobre as percepções do interlocutor, então é igualmente capaz de impor valores condicionados ao interesse de seus emissores. É a desinformação, fenômeno observado “quando a informação deixa de ser um fim para subordinar-se aos

objetivos de uma situação conflitiva”, sem qualquer compromisso de um benefício comum. O jornalismo é enganado em favor das pretensões das fontes que colocam os boatos em andamento, os amplia através de seus canais e também engana, ao referendar uma informação que se junta aos demais produtos em seu balcão de ofertas a despeito de qualquer fundo de verdade que possa conter. Dessa forma, a especulação submetida ao tratamento noticioso atende aos interesses de alguns atores da cadeia informativa, exceção feita àquele que, historicamente, é defendido com unhas e dentes pelo campo jornalístico toda vez que é posto em questão: o interesse público.

Por consequência, se qualquer informação passa a ter validade, então a sociedade caminha para um meio cada vez mais saturado, “de tal maneira que esse volume, essa intensidade provocam a redundância, que leva ao desinteresse, à apatia, à desinformação, em última análise” (MARCONDES FILHO, 1993, p. 125), de maneira que o próprio jornalismo arrisca perder sua especificidade em meio à era das novas tecnologias, na qual, potencialmente, os “novos provedores de informação não serão propriamente jornalistas [...] com princípios deontológicos estabelecidos por reconhecimento e valorização do profissionalismo” (KARAM, 2004, p. 237). A atividade, então, se entrega ao contexto no qual está inserida, diante de uma massa que adere e se livra das coisas rapidamente e rejeita experiências mais duradouras em favor de um consumo imediatista (MARCONDES FILHO, 1993), repetindo fórmulas que perpetuem um modelo superficial e acelerado ao invés de buscar reafirmar sua relevância como um mediador muito necessário em um cenário de abundância essencialmente desinformadora.

Essas considerações sugerem, portanto, que qualquer situação onde haja um potencial conflito de interesses deve receber atenção especial por parte dos profissionais, e redobrada, quanto maior for o interesse público que cercar o fato que está sendo apurado. Para Coelho (2013), o exercício do bom jornalismo pressupõe a mistura do conhecimento técnico com a experiência para avaliar quando uma notícia é plantada por fonte ou não, por exemplo, e para trazer a “boa” dúvida do repórter sobre si mesmo, redirecionando seu olhar para novas possibilidades de apuração, acepção com a qual também concordam Barbeiro e Rangel quando afirmam que

O repórter deve desconfiar sempre. Duvidar faz parte do seu dia-a-dia. As fontes esportivas não devem ser tratadas nem com mais nem com menos cuidado do que as fontes de outros assuntos (2006, p. 22).

Fica bastante claro, então, que o tratamento da informação esportiva exige os mesmos preceitos das demais áreas, somados ao conhecimento técnico próprio da área que, da mesma forma, influenciam no rendimento do jornalista em meio a fontes cujos interesses correspondem aos traços do próprio campo esportivo. Sendo capaz de uma boa avaliação, o repórter poderá tanto duvidar da informação de um empresário que diga respeito à transferência de um cliente, ou de um jogador que rechace uma oferta de renovação contratual para, por exemplo, ganhar vantagem nas negociações.

Embora nossas preocupações tenham sido, até aqui, refletir sobre as práticas do jornalismo esportivo como um todo, é evidente que a direção das reflexões se encaminhem para a questão da especulação no jornalismo esportivo, a saber, nos grandes “fatos econômicos” do esporte atual que são as transferências de jogadores de futebol, nesse caso, do brasileiro Neymar ao Barcelona.

## 4 Como Folha e Estadão “venderam” Neymar

### 4.1 Percurso metodológico

Este estudo tem por objetivo avaliar as especulações surgidas em torno da transferência do atleta Neymar do Santos Futebol Clube ao Fútbol Club Barcelona, concretizada em maio de 2013. Anterior à oficialização do negócio, no entanto, muitas foram as informações surgidas que deram conta de possíveis clubes interessados, valores a serem dispendidos e datas em que a venda seria realizada, ainda que nem todas se mostrassem precisas ao final. Dado que o jornalismo se baseia em critérios de objetividade e fidelidade aos fatos, a investigação das notícias sobre a transferência do atleta santista, em particular, pode auxiliar no mapeamento de certos procedimentos pertinentes às editorias de esporte, onde o compromisso pelos valores jornalísticos por vezes se confunde com puro entretenimento, contribuindo para um descrédito da especialização.

Neste sentido, serão analisadas as informações acerca deste assunto nos jornais Folha de São Paulo e Estado de São Paulo durante o período entre 1º de janeiro e 4 de junho de 2013, que compreende o início da temporada no futebol brasileiro e o dia posterior à apresentação do jogador no FC Barcelona. Ainda que nem Folha, nem Estado se diferenciem por uma ampla cobertura do esporte no seu âmbito factual (COELHO, 2013), é preciso considerá-los no contexto de sua relevância, uma vez que os dois figuram entre os impressos de maior tiragem no território nacional, além de dominarem o mercado paulista se comparados à concorrência<sup>33</sup>. Da mesma forma, não se deve perder de vista que se tratam de dois veículos referência na imprensa brasileira, dos quais se espera rigor de apuração e demais princípios norteadores do jornalismo, bem como uma estrutura considerável para a cobertura local: de fato, a despeito do que se diz sobre a qualidade do seu jornalismo esportivo, tanto Folha quanto Estadão dedicam um espaço quase diário ao Santos, ao ponto de ainda manter em seus quadros a figura do repórter-setorista no clube do litoral paulista, apesar de suas redações estejam sediadas na capital do

---

<sup>33</sup> Segundo a Associação Nacional de Jornais, Folha e Estado tiveram a segunda e quarta maior circulação entre os diários nacionais no ano de 2013, com tiragens médias de 294.811 e 234.863 edições, respectivamente. (ANJ – Maiores jornais do Brasil. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>>. Acesso em 17 nov 2015).



Estado.

Para dar conta desta proposta, compreende-se que a análise de conteúdo seja uma metodologia adequada, uma vez sua aplicação se propõe a superar incertezas na leitura de mensagens, e de enriquecer a interpretação destes mesmos objetos, como apontou Bardin (2011, p. 35). A definição dada para o método vem ao encontro dos objetivos buscados nesta investigação.

[A análise de conteúdo é] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens (BARDIN, 2011, p. 48).

Sendo assim, é necessário respeitar as diferentes etapas previstas pelo método, a começar pela organização da análise. Neste primeiro momento, foi realizada a leitura flutuante do material a ser analisado, a saber, notícias publicadas nos dois veículos que mencionassem o jogador Neymar no período supracitado. Assim, um número representativo de matérias foi identificado com este critério, parte não só das editorias de esportes dos diários, como também as de cultura/entretenimento, política e economia: na Folha de São Paulo, foram publicadas um total de 342 textos, enquanto O Estado divulgou um total de 330 notas no mesmo período.

Realizado o levantamento inicial das matérias, procedeu-se então uma nova etapa da pré-análise, na qual foram selecionadas aquelas que respondessem aos propósitos do estudo, isto é, que mencionassem ou inferissem a transferência de Neymar e sua saída do Santos FC, ou ainda que sugerissem sua permanência. Foram identificadas, então, uma série de termos que dessem conta deste tema, e que ajudaram a diferenciar as notícias relevantes do material bruto extraído de Folha e Estado. As palavras elencadas a seguir têm, nos contextos onde se encontram aplicadas, em comum o fato de que mapeiam os textos em que o futuro do atleta estava em discussão, obedecendo assim uma regra de pertinência quanto à escolha do corpus (Bardin, 2011): - Acertar, acordo, assédio, assinar, chegada, chegar (no novo clube), colocar (em outro clube), compra, comprar, comprador, contratação, contratar, contrato, deixar (a equipe atual/o Brasil), despedida, destino, ficar (no Santos), ida, interessado, interesse, investida, ir (embora/a outro clube), jogar (em outro clube), levar (o jogador), manter, mercado, multa rescisória, negociação, negociar, negócio, oferecer, oferta, pagar, permanecer, permanência, prolongar

(contrato), proposta, renovação, renovar, saída, sair (do Santos/do Brasil), segurar, sondado, ter (o jogador), transação, transferência, venda, vender, ver (Neymar em outro clube).

Nesse ponto, de acordo com os objetivos determinados para este trabalho, quais sejam: **a cobertura futebolística do jornalismo nos veículos abordados abre espaço para a especulação, ou produzem informação verdadeira em sua maioria? O uso de fontes é recorrente no trabalho destas editorias, como mandam os princípios jornalísticos?** Lança-se mão de categorizações que ajudem a determinar notícias imprecisas das precisas, ou seja, que determinem corretamente o clube ao qual o jogador se destina, o valor do negócio e/ou ano em que se daria a transferência, caso exista referência a tal no texto. Neste sentido, a reportagem poderá acertar (Barcelona) ou errar o clube ao qual se destina o jogador, precisar ou não a quantia paga anunciada pelo clube catalão ao Santos (57 milhões de euros) bem como a divulgação correta de quando ele viria a se transferir de fato (a intertemporada europeia de 2013). Em seguida, também serão mapeadas as fontes identificadas no corpus, uma vez que a utilização destas já foi suficientemente enaltecida como fundamental no trabalho de reportagem, bem como sua função de atestado de uma pretendida objetividade por parte do jornalista (TUCHMAN, 1993). O processo de indexação resultou no seguinte:

#### **Valoração da informação (verdadeiro/falso) em relação a:**

##### **Clubes mencionados nas matérias**

- Barcelona, Real Madrid, Chelsea, Bayern de Munique, PSG, Manchester City, Santos (indicando a não-venda) e não especificado (Europa, futebol europeu, exterior, ou quando não mencionado);

##### **Valor total da negociação anunciado à época**

##### **Ano de concretização da transferência**

- 2013, ou após esse período (2014, 2016, etc.)

A utilização de fontes também foi categorizada segundo seu tipo:

- **Ligada ao Barcelona:** Membros da diretoria do clube (presidente Sandro Rosell, diretor de futebol Josep Maria Bartomeu, Raúl Sanllehí...), membros da comissão técnica (Tito Vilanova, Pep Guardiola) e jogadores (Daniel Alves, Gerard Piqué, Xavi...);

- **Ligada ao Santos:** membros da diretoria (presidente Odílio Rodrigues, presidente licenciado Luis Álvaro Ribeiro) e do Comitê Gestor, técnico Muricy Ramalho;

- **Ligadas ao Estafe de Neymar:** agentes (Wagner Ribeiro, André Cury e Marcos Malaquias), gerente de carreira (Eduardo Musa) e o pai do jogador (Neymar Santos);

- **O próprio jogador;**

- **Outros veículos de imprensa:** *El País*, Diário AS, *La Xarxa*, *Sport*, *Cadena SER*, *Radio Catalunya* (imprensa espanhola e catalã), *The Sun*, *The Guardian*, Rádio Globo, além de outros não nomeados;

- **Próprio veículo:** nesse caso, menções diretas a Estadão (e de seu jornalista, Luis Augusto Mônaco) e Folha de São Paulo;

- **Ligadas à CBF:** técnico Luiz Felipe Scolari e diretor técnico Carlos Alberto Parreira, além da menção direta à entidade;

- **Ligadas ao Real Madrid:** menções ao clube, à diretoria (na figura do presidente Florentino Pérez) e ao ex-jogador Ronaldo Nazário (citado como possível intermediador da negociação);

- **Personalidades do futebol:** Jádson, Pelé, Roque Junior, Vicente del Bosque, Joey Barton, Hernanes, Oscar, Mano Menezes, Tite, Pepe, Coutinho, Clodoaldo, Edu e Tostão;

- **Outras fontes:** patrocinadoras do jogador (Nike) e empresas que possuíam parte de seus direitos econômicos (DIS e Teisa), federações do esporte (FIFA e UEFA), empresários do futebol (Kia Joorabichian), clubes (Milan), fontes consultadas para confirmação (Hotel W Barcelona);

- **Não especificado:** fontes cujo envolvimento e autoridade a respeito das negociações não podem ser atestadas nas matérias (menções do tipo 'fonte espanhola', 'fontes ligadas', 'corre pelo Santos', 'fontes de Barcelona/Madri', 'é sabido', 'muito comentado na Europa' e 'participantes da negociação'), além da menção direta à informações sem origem conhecida (rumores, especulações);

### - Ausência de fontes reconhecíveis na matéria

Antes de prosseguir com a análise, alguns apontamentos devem ser feitos sobre a figura do jogador, e sua relevância noticiosa, e sobre o chamado mercado de transferências do futebol, que também oferece uma grande quantidade de matéria-prima ao jornalismo esportivo.

#### 4.2 A construção da imagem de Neymar

Não é de hoje que o esporte fomentou um terreno para o surgimento de ídolos e heróis, projetando atletas como personalidades públicas às quais se prestavam todo o tipo de benefício, fama e fortuna. Essas características fazem parte da prática competitiva desde sempre, mas ganharam uma nova dimensão com a expansão do capitalismo e o advento da mídia de massas (ALCOBA, 2011). O futebol, na sua condição de esporte mais popular do planeta, domina o espaço da comunicação esportiva, seja nas notícias divulgadas pela imprensa ou nas peças publicitárias que exploram o lucrativo mercado proporcionado por este jogo.

É neste cenário que surgem e desaparecem figuras de destaque, num processo análogo ao da própria renovação do esporte profissionalizado. Há, todavia, atletas que se diferenciam dos demais, devido aos feitos dos quais são capazes em suas modalidades e da amplitude do que representam em um mundo de inúmeras possibilidades: é o caso de Neymar, personagem cujo sucesso aponta para padrões de funcionamento das sociedades atuais. Ferraz e Marques (2012) discutem como o ritmo acelerado da vida moderna alterou a maneira como os sujeitos se relacionam com o tempo, o lazer e o consumo, de modo que o espetáculo midiático venha a atender suas novas necessidades. Nesse sentido, a celebração do ídolo expõe

as necessidades de representação/identidade dos consumidores/espectadores contemporâneos, cada vez mais fragmentados e possuidores de ideais efêmeros, adquirido principalmente pelos meios de comunicação de massa (FERRAZ e MARQUES, 2012, p. 7).

A análise dos autores centra justamente na figura do ex-atleta do Santos, cuja construção identitária foi pensada sempre para além dos limites do esporte, que ele fosse elevado ao patamar de ídolo nacional pós-moderno, capaz de atender às mais diversas demandas de um público heterogêneo: “aos adultos apaixonados por

futebol, as mulheres que admiram sua beleza, aos adolescentes que querem ter seu sucesso e as crianças que imitam seu estilo” (FERRAZ e MARQUES, 2012, p. 8). Contudo, salientam ainda que o reconhecimento de seu talento esportivo é a base para a formação desta identidade, aspecto sobre o qual a mídia tem grande influência, no sentido em que

a sua condição de “craque” acontece [...] principalmente por uma nomeação imposta pelos cronistas esportivos mais influentes [...] que impulsionam a enorme repercussão do jogador dentro da programação dos principais veículos de comunicação nacionais (FERRAZ e MARQUES, 2012, p. 11).

Essa ideia concorda com Helal et al (2011), em sua análise acerca da construção da imagem de Neymar por parte da imprensa brasileira. Para estes, o jogador aparece como um representante do que se entende por futebol-arte, ou seja, uma brasilidade futebolística “que resgataria um sentimento que o povo brasileiro buscava há muitos anos: a alegria de jogar futebol” (HELAL et al, 2011, p. 5) e, assim, encerrando momentaneamente a procura pelo novo expoente do país que teve, no passado, em nomes como Pelé, Zico, Romário e Ronaldo Nazário, capazes de liderar gerações dentro do esporte. Trata-se de um discurso elaborado pela mídia que, elegendo seu “herói” da vez, coloca a própria vida do atleta sob escrutínio, criticando uma performance ruim com a mesma efusividade de um grande feito ou gesto, como quando assumiu publicamente a gravidez de uma menor. Narrativa que remonta à dos heróis mitológicos, que só alcançam este patamar após terem sido submetido a – e vencido – provações de toda ordem. “Assim, a mídia “edita” a saga do herói, exagerando fatos, relegando alguns a um plano secundário e omitindo outros” (HELAL et al, 2011, p. 12).

Os capítulos de tal saga se estendem desde a sua juventude, tendo sido revelado pelo mesmo time de Pelé e dos “meninos da Vila”, e assediado por clubes do europeu antes mesmo de ter se tornado profissional. Posteriormente, superou as incertezas sobre seu potencial ao brilhar pelo Santos nas conquistas da Copa do Brasil, da Copa Libertadores da América e do tricampeonato paulista entre 2010 e 2012, que o credenciaram a um lugar cativo entre os convocados da Seleção Brasileira desde então e, conseqüentemente, projetando seu nome mundo afora e atraindo os olhares das equipes mais poderosas do futebol mundial. Fugindo ao que Helal et al (2011) chamaram de normalidade do “roteiro inicial” de jovens promessas do esporte, Neymar optou por renovar seu vínculo com o clube do litoral paulista

justo na melhor fase de sua incipiente carreira, surpreendendo mídia e público acostumados a ver a cobiça europeia levar os melhores talentos dos gramados brasileiros.

Por outro lado, esse mesmo fato também serviu para aguçar a curiosidade sobre o futuro do jogador, já que a resistência sua e do clube indicava um fato quase inédito na história do futebol brasileiro contemporâneo, de modo que qualquer negociação potencial para sua venda se daria em bases igualmente originais. Soma-se a isso o fato de que o chamado “mercado de transferências” também constitui uma ampla fonte de notícias para o jornalismo esportivo.

### 4.3 O mercado de transferências do futebol

Compreende-se o mercado de transferências como tudo que envolve a contratação de um jogador por um clube, esteja ele vinculado a outra instituição esportiva ou não. Estas movimentações cresceram consideravelmente à medida em que os clubes se viram fortalecidos pelas novas possibilidades econômicas ligadas ao esporte, em que o marketing, os patrocínios e as premiações abriram todo um novo leque de opções com vistas à sobrevivência das entidades, bem como de sua expansão. Ainda que a mercantilização do futebol, em especial, seja observável globalmente, ela encontra talvez sua grande expressão na Europa, onde o poderio econômico dos países se reflete no potencial de ação de seus clubes neste dito mercado. Não por acaso, os maiores gastadores em transferências se encontram, via de regra, naquele continente<sup>34</sup>, que também se responsabilizam por manter o valor total no patamar elevado em que se encontra atualmente<sup>35</sup>.

Ao mesmo tempo, são constatadas a criação e a manutenção de leis e regulamentos que normatizem a atuação de clubes e atletas com respeito às

---

34 Em 2013, os clubes ingleses foram responsáveis por um total de 871 milhões de dólares gastos em contratações, representando 25% dos valores despendidos em transferências internacionais naquele ano (FIFA launches first market reports. Disponível em: <<http://www.fifa.com/governance/news/y=2013/m=10/news=fifa-tms-launches-first-market-reports-2205426.html>>. Acesso em 18 nov 2015).

35 Enquanto as contratações observaram, em 2015, um decréscimo de 5% em valor, comparado ao total gasto na janela de transferências do ano anterior, o *Big 5* (união das cinco potências futebolísticas europeias, a saber, Inglaterra, Espanha, França, Itália e Alemanha) foi na contramão, apresentando um incremento de 2% no mesmo tipo de investimento (FIFA TMS's Big 5 report. Disponível em: <<http://www.fifa.com/governance/news/y=2015/m=9/news=fifa-tms-s-big-5-report-2676255.html>>. Acesso em 18 nov 2015).

transferências, obrigações contratuais e deveres gerais sobre estes termos: a FIFA, órgão máximo do esporte, possui um regimento próprio para o assunto<sup>36</sup>, cabendo a cada federação nacional segui-lo e adaptá-lo à sua realidade – no Brasil, a chamada Lei Pelé proporcionou maior liberdade trabalhista aos atletas, ao passo que reduziu substancialmente o benefício dos clubes na transferência dos mesmos<sup>37</sup>. Algo semelhante ocorreu na Europa, lembra Henriques (2014), com a instituição da chamada Lei Bosman, que permitiu a livre circulação de atletas em final de contrato quando antes, da mesma forma, os clubes tinham poder para mantê-los a despeito dos vínculos legais já encerrados. Os dois últimos exemplos também ajudam a explicar o incremento no número total de transferências nas últimas décadas.

Tendo em vista tal cenário, é compreensível o porquê de o jornalismo esportivo prestar tamanha atenção ao mercado, que constitui uma das principais matérias para os profissionais da área ao passo que, “curiosamente, raramente presenciam a negociação propriamente dita” (HENRIQUES, 2014, p. 35), na contramão dos eventos tido como fundadores destes relatos, que são as competições em si. Essa ausência do repórter no desenrolar destes bastidores aponta, da mesma forma, para o fato de que as transferências acabam se constituindo um campo propício para a propagação de informações especulativas, sugerem Sobral e Magalhães (HENRIQUES, 2014), de modo a impactar no próprio desfecho das negociações, casos observados quando o anúncio do interesse de um determinado clube por um jogador pode, potencialmente, elevar o valor do passe desse último.

Por outro lado, o desvelar destas situações de mercado em notícias se apresenta como uma grande oportunidade jornalística, especialmente em termos de investigação e formação de uma rede noticiosa. Se as partes envolvidas nestas negociações raramente prestam contas abertamente a esse respeito, um bom trabalho de reportagem pode descobrir fontes valiosas, cujas informações se traduzirão em reportagens que podem “furar” a concorrência: ganha o jornalista, prestigiado por sua investigação e agraciado com um novo contato de confiança, e o

---

36 A Federação disponibiliza uma versão online do seu regulamento de transferências (Disponível em:

<[http://resources.fifa.com/mm/document/affederation/administration/02/55/56/41/regulationsonthestatueandtransferofplayersapril2015e\\_neutral.pdf](http://resources.fifa.com/mm/document/affederation/administration/02/55/56/41/regulationsonthestatueandtransferofplayersapril2015e_neutral.pdf)>. Acesso em 18 nov 2015).

37 A esse respeito, Emir Sader escreve no artigo “Lei Pelé: o neoliberalismo no futebol”. Disponível em: <<http://www.cartamaior.com.br/?/Blog/Blog-do-Emir/Lei-Pele-o-neoliberalismo-no-futebol/2/31360>>. Acesso em 19 nov 2015.

veículo, que se sobressai aos demais pela exclusividade e a demonstração de um compromisso pela informação pública até as últimas consequências. Isso funcionaria, no entanto, apenas enquanto ideal, uma vez que, como já visto, o exercício jornalístico contemporâneo se encontra pressionado por todos os lados, de modo que a produção de uma notícia “perfeita” é cada vez menos possível na prática contemporânea.

O caso Neymar é bastante emblemático nesse sentido: como grande jogador que se projetava no Santos, uma variedade de veículos se prestou a divulgar informações de toda ordem ao longo de sua passagem na Vila Belmiro, das quais muitas se mostraram essencialmente especulativas. Em 2011, o Estadão publicou reportagem de autoria de Luis Augusto Monaco garantindo a contratação do jogador pelo Barcelona ao custo de € 60 milhões e que ele se juntaria ao elenco catalão no início de 2013<sup>38</sup>, o que acabaria desmentido em seguida quando renovou seu contrato com o clube paulista até 2014<sup>39</sup>. Ainda que o repórter tenha acertado a informação sobre o destino do atleta, a matéria acabou deslegitimada pelo desenrolar dos fatos, já que Neymar só viria a ser oficializado em 4 de junho de 2013, ao custo anunciado à época de 160 milhões de reais<sup>40</sup>.

O debruçar sobre fatos desta natureza pode, portanto, revelar certos procedimentos jornalísticos próprios a certos veículos e, em última análise, ao próprio jornalismo esportivo, que ainda busca espaço como editoria relevante frente às demais áreas do noticiário.

#### **4.4 Análise das matérias de Folha e Estadão**

Em cima das notícias inicialmente selecionadas que versavam sobre Neymar, foram encontradas 129 delas que correspondiam às palavras-chave que referenciassem a transferência do jogador, das quais 65 foram retiradas do Estadão, e 64 da Folha de São Paulo. Procedeu-se, então, às primeiras análises da valoração das informações divulgadas nestes meios, a começar pela avaliação acerca dos

---

<sup>38</sup> Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20110904-43055-nac-167-esp-e6-not>>. Acesso em: 17 nov 2015.

<sup>39</sup> Disponível em: <<http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2011/11/09/neymar-assina-novo-contrato-com-santos-frustra-espanhois-e-deve-ficar-ate-2014.htm>>. Acesso em: 16 nov 2015.

<sup>40</sup> Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2013/06/1288995-com-multa-de-r-525-mi-neymar-diz-que-segurou-o-choro-na-apresentacao.shtml>>. Acesso em: 16 nov 2015.



clubes mencionados como possíveis destinos para o jogador, onde foram consideradas todas as publicações do período estudado mesmo após a conclusão da negociação e a oficialização da transferência do atleta ao FC Barcelona. A justificativa para tal se dá sobre a existência de conteúdos que recuperavam a “saga” Neymar, e as abordagens de clubes sobre a revelação santista até sua opção final pelos catalães.

Ilustração 1: Frequência de menção aos clubes nas matérias de Folha e Estadão



Fontes: Folha e Estadão

De modo geral, ambos os veículos conseguiram precisar a informação sobre o destino final de Neymar, dado que o FC Barcelona foi o mais citado entre todas as possibilidades. Da mesma forma, o fato do Real Madrid aparecer na segunda colocação também não surpreende, haja vista que o interesse na contratação do jogador chegou de fato às últimas consequências, uma vez que o clube da capital espanhola acabou sendo preterido pelo jogador em favor dos catalães no último momento, o que foi confirmado pelo próprio atleta<sup>41</sup>. A menção ao Santos em 15 matérias (11,6% do total), por outro lado, se explica em função do discurso que se criou em torno do craque à época: enquanto alguns defendiam sua

<sup>41</sup> No dia de sua apresentação ao Barça, Neymar afirmou ter sido abordado pelo Real Madrid: “O Real é um grande clube, que eu respeito muito. Mas segui meu coração. Meu coração era Barça e quis jogar aqui” (Disponível em: <<http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/2013/06/04/20/>>. Acesso em: 15 nov 2015.

saída do futebol brasileiro<sup>42</sup>, outras personalidades, como Carlos Alberto Parreira<sup>43</sup>, clamavam por sua permanência até a Copa do Mundo do ano seguinte. O clube paulistano também manteve por algum tempo as esperanças de segurar o jogador, até o momento que, com a proximidade da nova temporada na Europa e a pressão dos interessados, acabou cedendo<sup>44</sup>.

A presença de notícias em que o destino de Neymar ficava vago, sem uma equipe definida, chama atenção. Se é verdade que as menções ao futebol europeu pertenciam ao discurso dos que pediam a transferência do jogador, tanto Folha quanto Estadão abriram alguma margem para especulação na medida que omitiam informações que já haviam divulgado em outro momento: a Folha, por exemplo, limitou-se a reproduzir as afirmações do pai do jogador de que afirmava que ele se iria se transferir à Europa no futuro, e que “as portas estão abertas nos grandes clubes europeus”<sup>45</sup>, embora já conhecesse há algumas semanas fortes indícios de um acerto com o Barcelona<sup>46</sup>. Por sua vez, o Estadão, que desde janeiro anunciava que “o nome de Neymar é muito comentado na Europa como reforço certo do Barcelona em 2014”<sup>47</sup>, publicou uma notícia sobre a suposta vontade do jogador deixar o Santos devido a questões pessoais três meses depois, sem qualquer menção aos espanhóis<sup>48</sup> (ESTADÃO, 04 abr 2013, p. 67). Ainda que não sejam notícias de grande impacto, tratam-se de episódios que minam, de certa forma, uma

---

<sup>42</sup> O meia Oscar, do Chelsea, relatou sua própria experiência no futebol europeu em entrevista, e defendeu que, se Neymar tivesse de sair, deveria “ir para um time que o receba bem, e aí vai evoluir muito” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2013/03/1251457-estamos-criando-um-jeito-de-jogar-na-selecao-diz-meia-oscar.shtml>>. Acesso em: 14 nov 2015).

<sup>43</sup> “Não pode ser bom para o Neymar sair do país a um ano e três meses da Copa do Mundo. O que garante que ele seria titular se chegasse hoje ao Barcelona?”, disse. (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130306-43604-nac-48-esp-e1-not/busca/neymar>>. Acesso em: 16 nov 2015).

<sup>44</sup> O estafe de Neymar chegou a discutir, até o final de março de 2013, a renovação do vínculo do jogador com o clube (Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130330-43628-nac-67-esp-e1-not>. Acesso em: 17 nov 2015), mas a indicação de que o presidente Odílio Rodrigues viajara à Espanha no princípio de maio indicava que esta possibilidade já não estava mais na mesa (Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130511-43670-spo-35-esp-a37-not/busca/Neymar>. Acesso em: 17 nov 2015).

<sup>45</sup> “Pai de Neymar afirma que ciclo no país termina após a Copa-2014 (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/104686-pai-de-neymar-diz-que-ciclo-no-pais-termina-apos-a-copa-2014.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>46</sup> “Neymar já assinou com o Barcelona, diz jornal catalão” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/100627-neymar-ja-assinou-com-o-barcelona-diz-jornal-catalao.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>47</sup> “Neymar perde prêmio para eslovaco” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130108-43547-nac-38-esp-e4-not/busca/neymar>>. Acesso em 18 nov 2015.)

<sup>48</sup> “Sonia Racy – Ficar ou não” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130404-43633-spo-67-cd2-d2-not/busca/Neymar>>. Acesso em: 18 nov 2015).

objetividade pretendida pelo fazer jornalístico.

Já os demais clubes que aparecem no recorte aparecem com base na informação de fontes pouco claras: em 20 de fevereiro, o Estadão publicou notícia com o título “Imprensa põe Neymar em vários clubes”, onde escreve que “Neymar volta a ser assunto diário em jornais e portais espanhóis, ingleses e até portugueses”<sup>49</sup> que antecipavam sua transferência para Barcelona, Manchester City e Real Madrid. As declarações do pai de Neymar, que desmentem os boatos e falam de uma possível renovação contratual, de certa forma amenizam o impacto de um dado tão vago, embora a opção do jornal de não nominar os veículos permaneça questionável. Folha, da mesma forma, traz as falas do jogador após partida pelo Santos rechaçando os “rumores de que o Bayern de Munique [...] estaria disposto a contratá-lo”<sup>50</sup> (FOLHA, 04 mar 2013, p. D3), ou seja, isentando-se de qualquer proposta de apurar a fundo a origem da informação, limitando-se a citar o jogador. Exemplos que, ainda que mínimos em comparação ao conjunto, não apontam para um correto exercício jornalístico.

A questão dos valores envolvidos na negociação também é de difícil avaliação, a saber, em função da complexidade em que ela se deu: os direitos econômicos do jogador estavam, à época, divididos entre Santos (45%), os grupos DIS (40%) e Teisa (5%) e Neymar (10%)<sup>51</sup>, sugerindo que o clube teria a maior fatia de uma eventual venda para o exterior. Em contrapartida, via reduzida sua margem de negociação, dado que, se não negociasse o jogador ainda em 2013, corria o risco de perdê-lo de graça ao final do seu contrato no ano seguinte, quando estaria livre para negociar um acordo com qualquer outra equipe. Soma-se a esses, ainda, o fato de o jogador ter assinado um pré-contrato com o Barcelona ainda em 2011, ano em que estendeu seu vínculo com os brasileiros, no qual estava previsto um adiantamento em 10 milhões de euros e uma multa elevada em caso de rompimento. Este valor não ficou claro como parte do valor total da negociação até que o Barcelona deu a soma de 57 milhões de euros como oficial, quando também endossou a existência do acordo com o jogador durante sua apresentação na

---

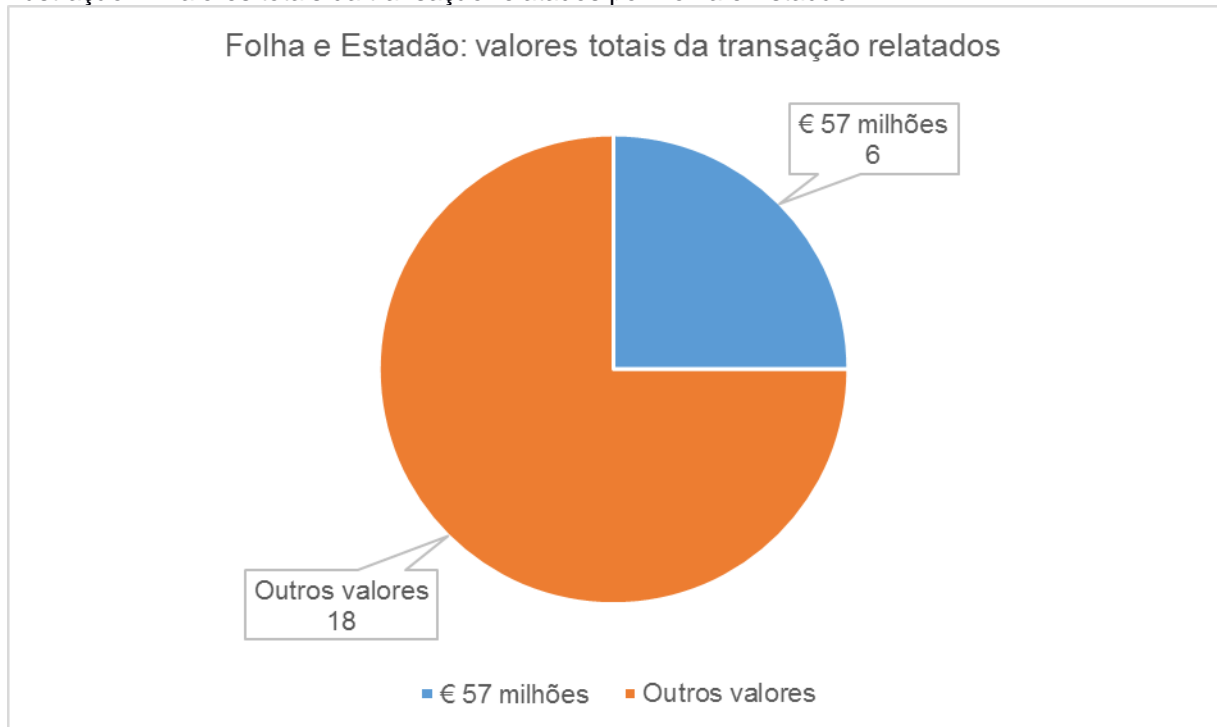
49 Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130220-43590-nac-55-esp-e4-not>>. Acesso em: 17 nov 2015.

<sup>50</sup> “Contestado, Neymar fala sobre o Bayern” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/96816-contestado-neymar-fala-sobre-bayern.shtml>>. Acesso em 17 nov 2015).

<sup>51</sup> Detalhes citados por Estadão (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130307-43605-nac-75-esp-e4-not>>. Acesso em: 17 nov 2015).

Catalunha.

Ilustração 2: Valores totais da transação relatados por Folha e Estadão



Fontes: Folha e Estadão

Em consequência disso, essa informação variou consideravelmente no tratamento dos jornais ao longo do período de estudo e, no fim das contas, conseguiu apenas aproximações do valor total que o Santos e seus parceiros (DIS e Teisa) embolsaram, cerca de 17 milhões de euros. O Estadão foi o primeiro a mencionar quantias envolvidas na transferência ao citar informação da imprensa catalã, quando esta afirmava que “o balanço financeiro [do Barcelona] da temporada 2011/2012 registra a saída de 10 milhões de euros [...] como sinal de um negócio orçado em 40 milhões”<sup>52</sup>, pagos diretamente a Neymar caso o jogador optasse por partir em 2014, quando seu contrato viesse a terminar. Curiosamente, trata-se de uma informação precisa, e confirmada mais tarde pelo próprio Barcelona; apesar disso, o veículo omitiu esse dado em 17 de abril, por exemplo, quando supôs uma transação ao custo total de 40 milhões de euros, prevendo até mesmo as fatias que seriam repassados a Santos, DIS, Teisa e ao próprio jogador<sup>53</sup>. Ao final, o jornal

<sup>52</sup> Ver nota 51.

<sup>53</sup> A notícia “Barcelona planeja a próxima temporada com Neymar” afirma que, nestas condições, “o Santos receberia R\$ 47,2 milhões (45%), a DIS ficaria com R\$ 42 milhões (40%) e a Teisa faturaria R\$ 5,25 milhões”, e cita, ainda, que “o Barça fechou acordo para lhe entregar [Neymar] € 30 milhões”

ainda apurou, no dia subsequente ao anúncio da ida do jogador ao Barcelona, que a negociação chegaria a 60 milhões de euros<sup>54</sup> e, em 2 de junho, que os catalães haviam vencido a disputa pela contratação com o Real Madrid mesmo oferecendo um valor menor, avaliado em 65 milhões de euros<sup>55</sup>.

Já Folha optou, pela cautela que marcou sua cobertura da “novela Neymar”, em não mencionar valores com tanta frequência, isto é, ao menos até meados de maio, quando as negociações de Santos e Barcelona já estavam plenamente expostas. Nesse sentido, cogitou cifras até próximas do que o Santos recebeu de fato<sup>56</sup>, mas acabou por noticiar quantias superiores com a iminência de um desfecho positivo para o negócio. Por outro lado, é preciso ressaltar que o diário conseguiu “furar” o seu concorrente a respeito dos dois amistosos que viriam a fazer parte da oferta do Barça por Neymar, e o fez antes mesmo que estes fossem anunciados no dia 4 de junho<sup>57</sup>.

A informação a respeito das partidas é, nesse sentido, potencialmente a mais valiosa no contexto no qual a contratação se desenrolou, já que foi a mais precisa a ser informada pelos dois veículos, e dificilmente sofreria uma variação tão grande quanto a que ocorreu com respeito aos valores. Dado que as quantias se alteram naturalmente no transcorrer de qualquer tipo de negociação, e a compra e venda de jogadores de futebol não escapa a isso, refletir sobre a validade deste tipo de informação no jornalismo esportivo é problema passível de discussão: se o repórter já se encontra, de certa forma, afastado do acontecimento, terá de recorrer a fontes bastante específicas dentro de clubes ou empresários, cuja divulgação ou não se dá será avaliada por uma questão de interesse, como já foi discutido em outro momento.

A questão de quando se daria a transferência também passa por uma

---

(Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130417-43646-spo-63-esp-e4-not/busca/Neymar>>. Acesso em 17 nov 2015).

54 “Neymar vai jogar ao lado de Messi” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130526-43685-spo-141-esp-d4-not/busca/Neymar>>. Acesso em: 17 nov 2015).

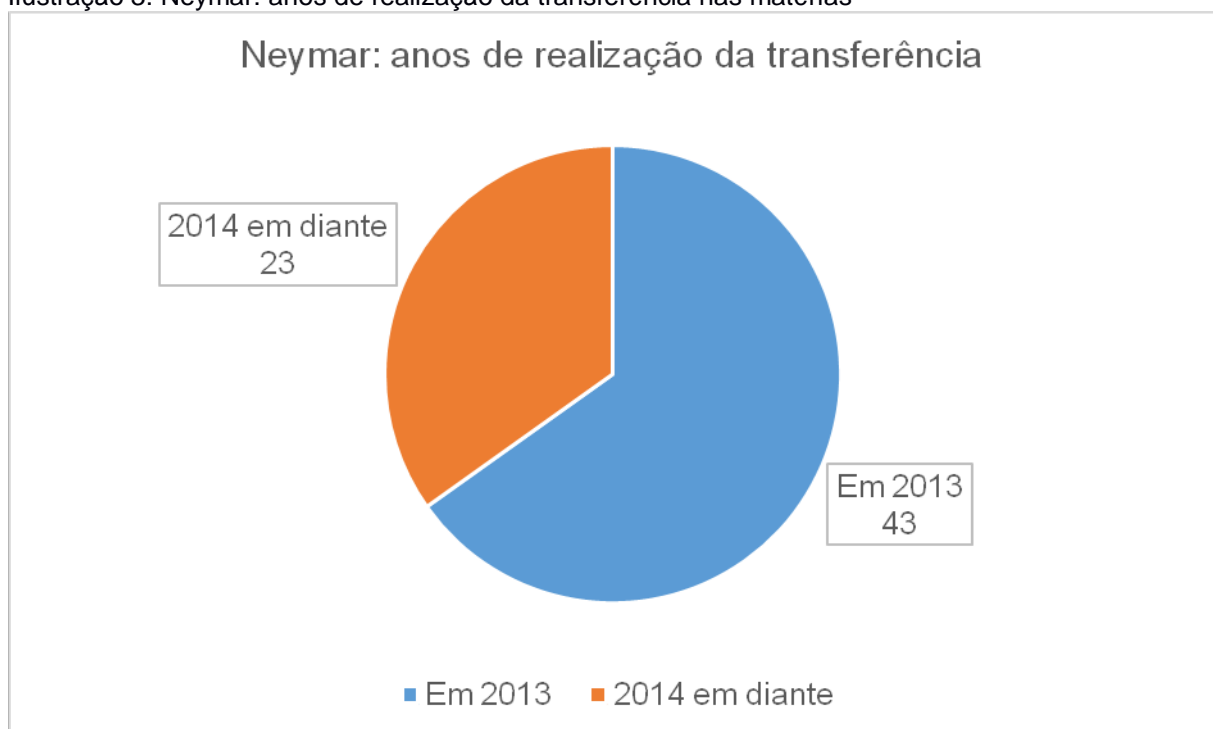
55 “A batalha por Neymar, capítulo 5: o final feliz da longa novela” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130602-43692-nac-43-esp-d4-not/busca/neymar>>. Acesso em 18 nov 2015).

56 “Barcelona oferece R\$ 47 mi por Neymar; Santos recusa” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/109470-barcelona-oferece-r-47-mi-por-neymar-santos-recusa.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015).

57 “Painel FC – Estica e puxa” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/110505-painel-fc.shtml>>. Acesso em: 18 nov 2015).

questão dos propósitos das fontes, a saber, como cada um dos lados da negociação pensava uma possível transferência do jogador: enquanto o Santos apostava em desfazer-se dele apenas em 2014, e propunha uma renovação de contrato, os agentes de Neymar e o próprio atleta gradativamente cederam ao assédio dos europeus. Cada um desses, por sua vez, insistia em um desfecho positivo para si, procurando superar a resistência do clube brasileiro e, principalmente, o jogador, a aceitarem suas propostas. Dessa forma, deve-se entender cada afirmação a respeito das datas como uma disputa na qual, ao fim e ao cabo, ganha o interesse daquele que dispõe de mais meios para fazer valer seus interesses.

Ilustração 3: Neymar: anos de realização da transferência nas matérias



Fontes: Folha e Estadão

É nesse contexto, então, que se deve compreender o modo como os jornais paulistanos relataram a possível venda de Neymar ao futebol europeu, até o momento em que ela acabou se concretizando. Folha e Estadão deram, no princípio de 2013, como possível a extensão do vínculo com o Santos ou, pelo menos, sua saída no ano seguinte, após a realização da Copa do Mundo: os primeiros noticiaram, por exemplo, que o jogador tinha “o nome citado em negociações milionárias para clubes europeus, mas diz que permanecerá no Santos até a Copa

de 2014”<sup>58</sup>, enquanto o segundo já endossava essa hipótese com base nas declarações da diretoria santista<sup>59</sup>.

Com o desenrolar da temporada, no entanto, foi Estadão quem primeiro noticiou com mais propriedade – e profundidade – que o Barcelona insistiria em completar o negócio durante a janela de transferência daquele ano, quando divulgou a existência de reuniões na diretoria do clube catalão para poder viabilizar a transferência em meio a resultados ruins na temporada<sup>60</sup>. E endossou essa possibilidade mais tarde, quando informou acerca do encontro do estafe com representantes do Barça, em abril<sup>61</sup>, e novamente em maio, quando a saída do jogador se mostrava inevitável<sup>62</sup>.

Na Folha, as matérias publicadas sobre o assunto apontaram, via de regra, para a permanência do jogador ao menos durante aquele ano, inclusive, como argumento utilizado meio às tratativas para o acerto com um novo patrocinador. Nem mesmo um novo acordo para 2016 foi descartado, isto é, ao menos até que o Barcelona oferecesse sinais muito claros de que poderia vir em busca de Neymar, como nas falas atribuídas ao então vice-presidente de futebol, Josep Bartomeu.

O brasileiro nos interessa. Foi pedido por Guardiola e Tito [o antigo e então técnicos]. Neymar tem contrato com o Santos, e não temos certeza de que ele quer ir embora. Se tivéssemos, tentaríamos contratá-lo<sup>63</sup>.

A essa cautela na cobertura da transferência, bem como ao uso predominante de fontes oficiais, atribui-se a cobertura menos extensa deste veículo em relação ao Estadão – ao ponto de afirmar, categoricamente, que os representantes do atleta “dirão aos espanhóis para voltarem em julho de 2014, quando Neymar estará livre e poderá assinar com qualquer clube recebendo muito

<sup>58</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2013/03/1239790-classico-faz-100-anos-e-tem-primeiro-duelo-entre-pato-e-neymar.shtml>. Acesso em 18 nov 2015.

<sup>59</sup> “A presença dele [Neymar] no Pacaembu foi muito importante. Isso me anima a imaginar que ele possa ficar no Santos depois da Copa do Mundo”, continua Luis Alvar [Ribeiro, presidente do clube] (Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130126-43565-nac-63-esp-e2-not/busca/neymar>). Acesso em 18 nov 2015).

<sup>60</sup> “Barcelona acelera para ter Neymar” (ver nota 51).

<sup>61</sup> “Barcelona acelera para ter Neymar” (Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130413-43642-spo-101-esp-e1-not/busca/Neymar>). Acesso em 18 nov 2015).

<sup>62</sup> A notícia de uma nova viagem do presidente Odílio Rodrigues a Barcelona foi veiculada algumas semanas antes de Neymar anunciar sua ida ao clube catalão (Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130511-43670-spo-35-esp-a37-not/busca/Neymar>). Acesso em 18 nov 2015).

<sup>63</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/105904-ressaca-espanhola-tem-protesto-e-panos-quentes.shtml>. Acesso em 18 nov 2015.

mais”<sup>64</sup>, e de que esse mesmo estafe garantia que o jogador “só vai falar com algum clube após o Santos deixar claro que aceitou vender o atleta. Isso ainda não aconteceu”<sup>65</sup>, quando seu concorrente já estava à frente, oferecendo detalhes das negociações vigentes entre santistas e catalães. Isso graças a um esforço maior de reportagem, do qual infere-se uma busca e um cultivo dedicado às fontes que seriam a base desta apuração diferenciada.

O uso das fontes, aliás, indica uma possível explicação para as diferentes abordagens adotadas pelos dois veículos. A partir das categorias de fontes indicadas na metodologia, foi possível observar que o Estadão optou por narrativas mais aprofundadas, com origens de informação mais distintas que, em última instância, auxiliam no difícil compromisso jornalístico da objetividade.

No caso deste diário, o repórter Luis Augusto Monaco foi o principal responsável pelas matérias que antecipavam a provável ida de Neymar ao Barcelona, acompanhando com frequência as movimentações no clube catalão e do estafe do jogador sobre a negociação<sup>66</sup>. É de sua autoria, por exemplo, a reportagem em conjunto com o diário catalão *Sport*, que noticiou o adiantamento de 10 milhões de euros do Barcelona ao jogador, em 2011, e a existência detalhada de um contrato civil que praticamente assegurava seu futuro, fosse ele definido em 2013 ou na temporada seguinte<sup>67</sup>. Da mesma forma, foi ele o responsável pela notícia de que o presidente santista viajara à Espanha para tratar da venda de Neymar em 11 de maio<sup>68</sup>, e outra que apurou a realização de uma reunião secreta entre representantes de Barça, Neymar e do jogador que indicavam a vantagem

---

<sup>64</sup> “Painel FC – Na ponta da língua” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/107033-painel-fc.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>65</sup> Ver nota 56.

<sup>66</sup> O setorista Sanches Filho, por sua vez, assinou as matérias sobre o futuro de Neymar sob a perspectiva do Santos, como se apreende de textos como “Sonho de manter Neymar está vivo” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130315-43613-nac-52-esp-e2-not>>. Acesso em 18 nov 2015) e “Santos ignora acordo entre Neymar e Barça” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130326-43624-spo-53-esp-e4-not>>. Acesso em 18 nov 2015).

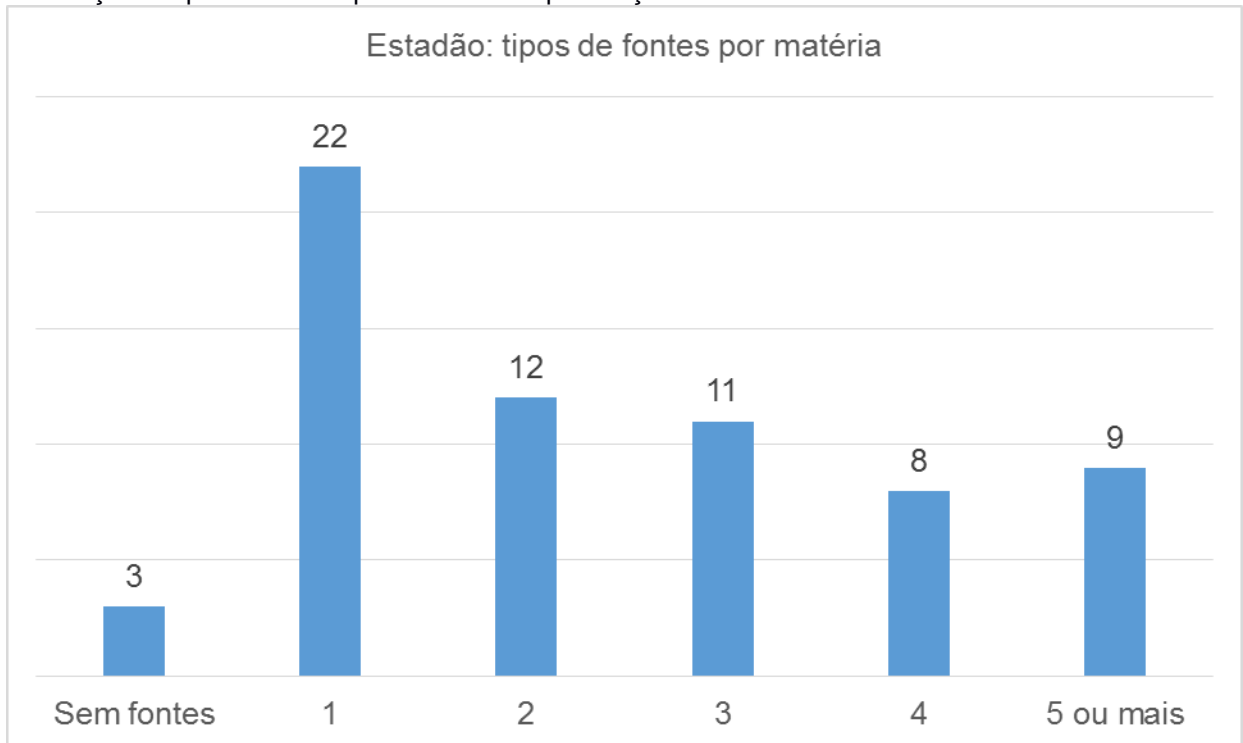
<sup>67</sup> “Contrato civil amarra Neymar ao Barcelona. Multa é de R\$ 280 mi” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130325-43623-spo-42-esp-e1-not/busca/neymar>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>68</sup> Ver Estadão (nota 62). Em oposição, a Folha só divulgou o mesmo fato dois dias mais tarde (Disponível em: ><http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2013/05/1277587-santos-se-contenta-com-derrota-minima.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015).



catalã na disputa pela contratação com o Real Madrid<sup>69</sup>. Apesar do destaque, este profissional se encontra em uma redação igualmente dedicada à apuração correta: prova disso é outra matéria, sem autoria, que confirmava com a recepção do Hotel W Barcelona a presença dos agentes de Neymar e de seu pai na Espanha para conversas com o clube blaugraná<sup>70</sup>.

Ilustração 4: tipos de fontes por matéria nas publicações de Estadão



Fonte: Estadão

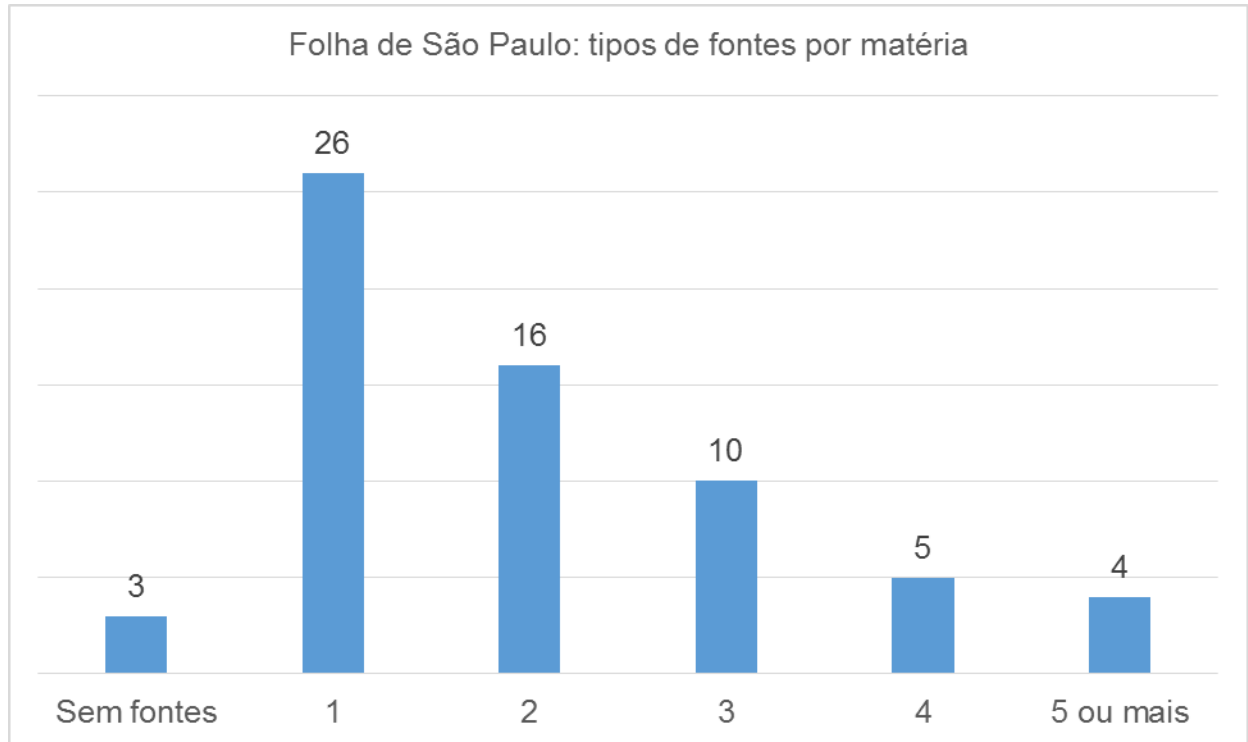
O levantamento das fontes possibilitou, ainda, compreender onde estão localizadas as fontes que deram origem às notícias sobre a transferência de Neymar compreendidas no período de estudo, considerados os dois jornais em conjunto. Os números permitem concluir que, o Estadão lançou mão de mais fontes do Barcelona (em 30 matérias, enquanto seu concorrente as teve as mesmas em 21 das suas), ao passo que Folha se direcionou por uma cobertura mais localizada, com 37 matérias com fontes santistas (contra 24 do Estadão). Esta característica, portanto, justificaria

69 “Neymar está cada vez mais próximo do Barcelona”, de co-autoria com Sanches Filho (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130524-43683-spo-21-esp-a24-not/busca/Neymar>>. Acesso em 18 nov 2015).

70 “Mas nem que ele [Marcos Malaquias] tivesse ido de foguete estaria nos Estados Unidos nesse horário, porque no fim da noite de sexta-feira (horário espanhol) o Estado confirmou com a recepção do hotel [...] que ele estava lá” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130414-43643-spo-123-esp-e1-not/busca/Neymar>>. Acesso em 18 nov 2015).

o fato de o jornal ainda dar alguma voz ao interesse do clube paulista em manter o jogador<sup>71</sup>, além de endossar as palavras do atleta de que ele não daria adeus em alguns dias<sup>72</sup>.

Ilustração 5: tipos de fontes por matéria nas publicações da Folha



Fonte: Folha

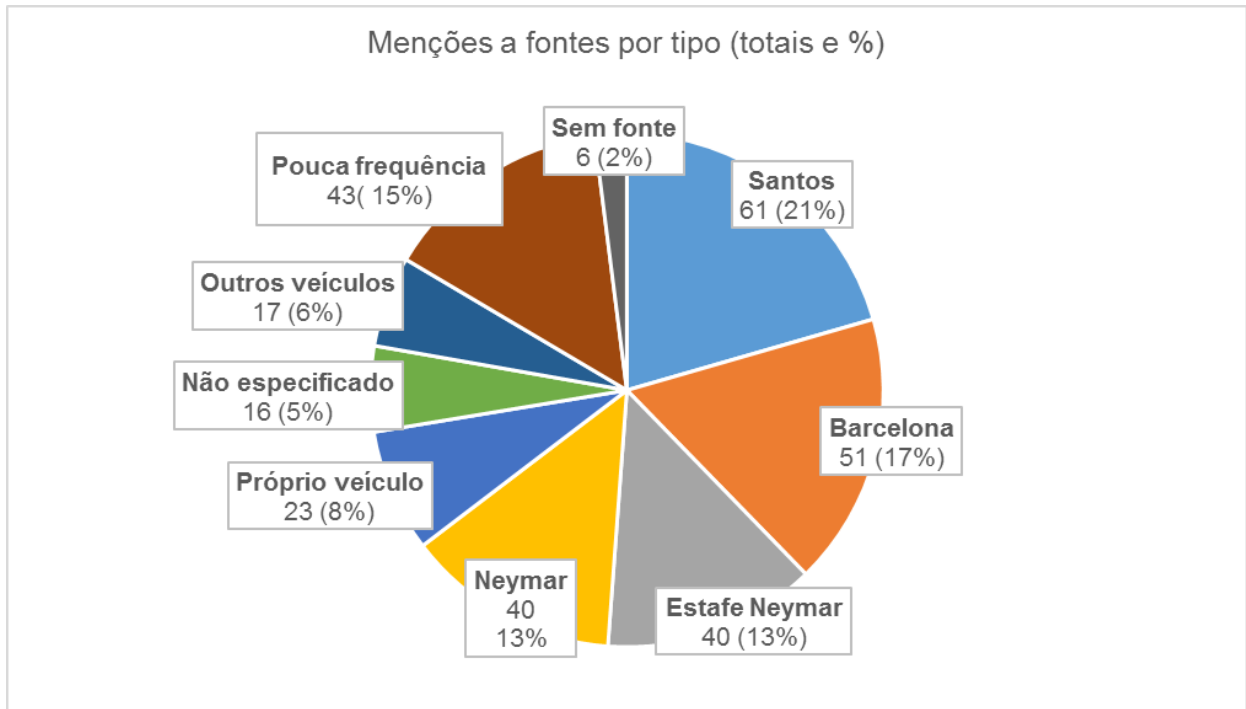
As menções ao trabalho do próprio veículo apareceram, ainda, em 23 matérias, das quais 16 foram publicadas apenas no Estadão, o que, da mesma forma, remete ao tipo de apuração pela qual este diário optou como já foi discutido anteriormente. Folha, em contrapartida, só apresentou apurações como suas próprias no dia 17 de maio, a saber, as reuniões do Comitê Gestor santista sobre uma possível negociação de Neymar, ou seja, uma semana antes do anúncio da

<sup>71</sup> “À Folha, o presidente em exercício Odílio Rodrigues disse que o desejo do clube é manter o atacante, mas que “não há como concorrer com propostas de fora” (ver nota 56).

<sup>72</sup> O jogador afirmou após a final do Campeonato Paulista: “Estou feliz aqui [no Santos] [...] Não é meu último jogo. Vou ficar para o Brasileirão, mas vocês [jornalistas] não vão acreditar” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/109845-neymar-afirma-que-vai-ficar-no-santos-para-o-brasileiro.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015). O Estadão também publicou tais falas, mas, no mesmo dia, informava que a negociação poderia ter um desfecho já na semana seguinte (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130520-43679-spo-44-esp-d4-not/busca/Neymar>>. Acesso em 18 nov 2015).

transferência<sup>73</sup>. Só então que o jornal passou a dar mais atenção ao assunto, especialmente através das figuras de Bernardo Itri, também responsável pela coluna Painel FC, e Martín Fernandez, cuja investigação descobriu, entre outras coisas, a inclusão dos amistosos como parte da oferta do Barcelona<sup>74</sup>, além de um novo rechaço por parte da diretoria santista<sup>75</sup>.

Ilustração 6: gráfico das menções aos tipos de fontes nas matérias de Folha e Estadão



Fonte: Folha e Estadão

Com respeito às categorias de pouca frequência - onde estão incluídos 'Outros', 'Personalidades' (13 menções cada, correspondendo a 8% das matérias), 'CBF' (10 menções, 3%) e 'Real Madrid' (7 menções, 2%), são feitas algumas considerações. Na primeira, se incluem algumas fontes com pouco poder de influência na negociação e, no máximo, servem de apoio para a construção de

<sup>73</sup> “Segundo a Folha apurou, o Comitê Gestor santista se reuniu mais uma vez nesta semana para tratar do caso [negociação de Neymar]. Hoje já há consenso entre os cartolas de que o clube deve aproveitar a próxima janela de transferências para lucrar com a venda de Neymar” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/109339-santos-ja-estuda-proposta-por-neymar-que-quer-ficar.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>74</sup> “O clube catalão resiste em abrir os cofres para contratar Neymar e vê nos amistosos uma alternativa para seduzir os cartolas do Santos” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/110142-barca-rejeita-pagar-mais-por-neymar-e-propoe-amistosos.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>75</sup> “Santos rejeita nova oferta do Barcelona por Neymar” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/110336-santos-rejeita-nova-oferta-do-barcelona-por-neymar.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015).

algumas notícias. Como exemplo, as referências ao Hotel W Barcelona, à Nike<sup>76</sup> e até ao Milan, já que a iminente saída de Neymar implicou no princípio das negociações do Santos pelo atacante Robinho<sup>77</sup>, que já havia atuado pela equipe em outras duas oportunidades. Da mesma forma, as parceiras DIS e Teisa teriam direito à parte dos valores recebidos pela venda do jogador, mas não um poder real de decisão sobre os rumores da negociação: antes da conclusão, as empresas surgem como interessadas nos ganhos que a transferência pode lhes proporcionar<sup>78</sup>; depois, reivindicando suas justas parcelas do montante encaminhado ao Santos<sup>79</sup>. Quanto às ‘Personalidades’, estas surgem principalmente para emitir opiniões a respeito do futuro do jovem jogador<sup>80</sup>, logo, também sem qualquer ingerência efetiva sobre este fato, tal qual a CBF que, no máximo, só se torna personagem ativa quando da decisão sobre um jogo de despedida de Neymar no Santos, que poderia interferir em seu serviço à seleção nacional<sup>81</sup>.

Que o Real Madrid, por sua vez, apareça de forma tão superficial na cobertura dos jornais, se levada em consideração a constatação de que o clube “estava disposto a fazer uma loucura que custaria mais de € 100 milhões” (ver nota 62) para vencer a concorrência pela compra do jogador brasileiro, é curioso em princípio, mas também compreensível pelo modo como a cobertura dos jornais se deu: ao se limitar às fontes locais, Folha se mostrou incapaz de oferecer uma perspectiva mais abrangente sobre o tema, enquanto o Estadão, já tendo conhecido a opção do jogador pelo Barcelona, acompanhou de longe a suposta cartada final

---

<sup>76</sup> A empresa de material esportivo, mesma fornecedora do Barcelona, se preparava para lançar uma nova linha de produtos baseada no atacante do Santos, como parte de iniciativas “de um plano para exportar a imagem carismática de Neymar para outros países [...] Ter um craque do quilate de Neymar em seu clube “top” é o cenário perfeito para a Nike alavancar o processo para transformá-lo numa estrela mundial” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130420-43649-spo-104-esp-e3-not/busca/Neymar>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>77</sup> “Painel FC – Às compras” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/111325-painel-fc.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015) e “Milan pede alto, e Santos adia a contratação de Robinho” (Disponível em: <<http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/2013/05/30/20/>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>78</sup> “Barcelona oferece R\$ 47 mi por Neymar; Santos recusa” (ver nota 56).

<sup>79</sup> “Painel FC – Cargo garantido” (Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/painelfc/2013/06/1289345-cargo-garantido.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>80</sup> A figura de Pelé seja talvez a mais representativa nesse sentido: manifesta certa incerteza sobre o futuro de Neymar na Europa (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130220-43590-nac-54-esp-e3-not/busca/neymar>>. Acesso em 18 nov 2015), e contrariedade sobre sua saída, quando afirma que “se [...] pudesse, eu mesmo comprava e deixava ele no Santos” (ver nota 69).

<sup>81</sup> “Irritado, Felipão veta despedida na Vila Belmiro” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130528-43687-spo-19-esp-a20-not/busca/Neymar>>. Acesso em 18 nov 2015).

que a equipe da capital viria a preparar<sup>82</sup>. À medida em que os catalães se tornavam mais e mais certos como o destino do jogador, menos o Real era considerado pelo diário.

Por fim, ainda que os dois jornais mereçam menções positivas às suas coberturas de um modo geral, o fato de ambos apresentarem entre as fontes aquelas que não se pôde especificar (11 ocorrências no Estadão, 5 na Folha), ou simplesmente não citar nenhuma (três cada), é digno de atenção, pois coincide com as preocupações levantadas por este estudo sobre a origem das informações, e a possibilidade de estas colocarem em andamento conteúdos de fundo especulativo. O uso do *off* abriu possibilidades principalmente do Estadão, mas, nisso, deu voz a lados que, na maioria das vezes, deixavam transparecer seus interesses claros com relação ao negócio: é o caso das “fontes do Barcelona” que rechaçavam os rumores da interferência do pai de Neymar nas negociações<sup>83</sup> - e outras que colocavam data para que a compra fosse fechada<sup>84</sup> – e das “fontes do Santos” que pediam a venda imediata para sanar os problemas financeiros do clube<sup>85</sup>. Se é verdade estas informações tinham sentido no contexto das transferências, também tiveram um potencial de impactar no próprio desenrolar dos acontecimentos, haja vista que o desfecho se deu mais ou menos da forma prevista. Colocar em perspectiva o interesse das fontes é, mais uma vez, central ao se adotar métodos apurativos que pressuponham o anonimato destes sujeitos.

A questão da desinformação também mostra sua face na forma do uso de palavras como “especulações” e “rumores” adotadas nos textos da Folha de São Paulo. É curioso como, por exemplo, a publicação fale nas “especulações que o coloquem [Neymar] na Europa”<sup>86</sup> apenas alguns dias depois de noticiar que o Barcelona apostaria as fichas no jogador para reformular para a temporada seguinte,

---

<sup>82</sup> “Ontem circulou pela enésima vez a informação de que enviados do Real Madrid estão em São Paulo para tentar atravessar a negociação. O clube da capital não confirma a informação, mas uma fonte da capital espanhola disse ao Estado que as pessoas [...] não pertencem aos quadros do Real e por isso não têm poder para negociar com o Santos” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130523-43682-spo-23-esp-a26-not/busca/Neymar>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>83</sup> “Santos quer mais dinheiro do Barça” (ver nota 82).

<sup>84</sup> “Neymar luta por marca que Pelé não tem” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130512-43671-spo-129-esp-d3-not/busca/Neymar>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>85</sup> “Santos quer jogo de despedida para Neymar” (Disponível em: <<http://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130521-43680-spo-19-esp-a19-not/busca/Neymar>>. Acesso em 18 nov 2015).

<sup>86</sup>

e antes de mencionar novamente que “enquanto segue o impasse [nas negociações pela venda], aumentam as especulações”<sup>87</sup> que davam conta de outros clubes interessados na contratação. Por um lado, é possível inferir estes recursos como sinais de alerta para o leitor diante de uma informação de difícil apuração, propositalmente colocada em dúvida para o mesmo leitor. Por outro, essa mesma situação é capaz de, no limite, deslegitimar o próprio trabalho jornalístico, uma vez que entra em conflito com os princípios de rigor e objetividade definidos em conjunto com a sociedade à qual presta serviço. Identificar a origem destas informações é, dessa forma, o mínimo que se deve exigir por parte dos jornalistas, não obstante sejam originárias do *off* ou mesmo de outros veículos de imprensa: não surpreende, portanto, que o Estadão tenha recorrido a jornais e rádios em 13 notícias sobre a transferência de Neymar, contra apenas 4 ocorrências na Folha no mesmo período.

A ausência de fontes identificáveis, embora mínima no material consultado (2%), revela-se como outra impossibilidade de se pretender um relato objetivo, pois nesses casos, a informação fica completamente desprendida de qualquer referência, de modo que seu consumo também fica desconectado pela inexistência de um contexto. Afirmar que o Santos teria a missão de voltar à Copa Libertadores da América de 2014 “que muito provavelmente seria a última de Neymar pelo clube”<sup>88</sup> é igualmente vago como o dado de que “o astro santista voltou a ser tratado como prioridade no Barcelona”<sup>89</sup>, e demanda do leitor um conhecimento prévio que não é garantido, ainda mais diante da enorme quantidade de fatos relatados diariamente. Que “o Real Madrid ofereceu por Neymar 25% a mais do que seu ultrarrival Barcelona”<sup>90</sup>, como escreveu a colunista Sonia Racy, eleva essa situação a outro patamar, retomando até a problematização em torno do boato e pondo em questão até mesmo a integridade do jornalista que, colocado no centro da informação, fica passível de ser confrontado sobre a real origem daquilo que publicou como verdadeiro.

---

<sup>87</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/110141-pai-de-neymar-cobra-definicao-do-santos.shtml>. Acesso em 18 nov 2015.

<sup>88</sup> Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina#!/20130410-43639-spo-52-esp-e3-not/busca/Neymar>>. Acesso em 18 nov 2015.

<sup>89</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2013/05/1281080-campeonato-paulista-se-torna-tabua-de-salvacao-para-clubes.shtml>>. Acesso em 18 nov 2015.

<sup>90</sup> Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/pagina#!/20130524-43683-spo-42-cd2-c2-not/busca/Neymar>>. Acesso em 18 nov 2015.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O aprofundamento e o recorte adotados para a cobertura dos jornais estudados – Folha e Estadão – sobre a transferência do jogador Neymar ao Barcelona permitiu ver que, ao contrário da hipótese inicial, a especulação em torno deste tema não teve um peso tão amplo, e que isto se dá pelo modo com o qual estes veículos conduziram seu trabalho. A Folha, que optou geralmente por uma abordagem mais cautelosa em meio à enxurrada de informações que surgiam sobre o assunto, se limitou a intensificar sua reportagem aos capítulos finais da saga, levando novos elementos pelo lado do Santos na negociação ao conhecimento público, por exemplo, a inclusão dos amistosos com o Barcelona como parte da oferta. E foi sobre os catalães que estiveram, de outro lado, dirigidos os esforços de apuração do Estadão, provedor de uma série de notas de bastidores que operaram como uma espécie de crônica de como o poderoso clube espanhol se viu convencido a ter o craque brasileiro antes do previsto, até o momento em que veio a consolidar sua compra de fato.

Essas constatações pressupõem a conquista e o cultivo de fontes bem localizadas, capazes de oferecer informações valiosas que, submetidas a um tratamento correto, têm potencial de oferecer furos de reportagem e, ainda, de ampliar as possibilidades da pauta ao jornalista verdadeiramente atento. Tal preparo exige, da mesma forma, a compreensão de que se navega em um terreno instável, onde os interesses das fontes são capazes de persuadir e direcionar o olhar do repórter a qualquer momento, e no esporte não é diferente. Mais do que uma sensibilidade para a notícia, o jornalista é posto seguidamente à prova em sua habilidade com pessoas, tendo a tarefa de equilibrar propósitos distintos com aqueles inerentes à profissão, isto é, com vistas à informação pública.

Ainda que nenhum dos diários paulistanos tenha conseguido antecipar com precisão, e de uma vez só, todos os níveis de informação sobre a transação – clube de destino, valores e o ano em que a transferência se concretizaria, se conclui que estes estiveram razoavelmente certos com respeito ao primeiro e terceiro itens, e que isso corresponde a uma atenção correta sobre o desenrolar dos fatos acerca da negociação pelo atleta santista. Mesmo as menções ao Real Madrid, ainda que este não tenha aparecido como fonte consultada com a frequência esperada, acabou se justificando pelo interesse real e concreto que teve em vencer a disputa

por Neymar. Sobre as quantias, ainda que não tivessem sido corretamente apresentados em sua maioria, chegaram a patamares próximos do que viriam a ser despendidos pelo Barcelona oficialmente. A dependência fundamental de fontes na cobertura de negociações, ao contrário de outros acontecimentos corriqueiros do esporte, aliada à volatilidade que lhe é própria, são possíveis indícios do porquê os milhões de euros e dólares que transitam no esporte não são facilmente apreendidos pela apuração jornalística.

No entanto, algumas questões permanecem passíveis de discussão, como a indeterminação das fontes e mesmo a ausência destas em algumas das matérias consultadas. Se, por um lado, assume-se que tais indefinições não tiveram um impacto significativo nos produtos finais oferecidos, a constatação de que elas estão presentes no jornalismo esportivo praticado por periódicos de tradição como Folha e Estadão traz preocupações pertinentes ao estudo aqui proposto. A atenção dirigida ao entendimento do esporte, sua face comunicacional e seu desenvolvimento no contexto brasileiro visou justamente legitimar, primeiro, o lugar próprio do jogo como elemento indissociável da nossa sociedade e, em consequência disso, que as informações veiculadas a seu respeito merecem também uma adequação apropriada, como acontece em qualquer outra editoria. Apesar do desdém aos quais estão sujeitos, os responsáveis pela cobertura esportiva devem lutar pelo seu espaço e reconhecimento que apenas o bom jornalismo é capaz de lhes prover.

É interessante notar como, em contrapartida, as peculiaridades do caso Neymar acabaram por isentar alguns dos equívocos apontados em Folha e Estadão, principalmente no que tange os valores envolvidos na negociação: se os números já não eram opacos à época, são ainda menos nos dias atuais, após a divulgação de valores ainda maiores da transação<sup>91</sup> que deram início a uma batalha judicial entre as partes envolvidas e, mais recentemente, motivaram denúncias por fraude fiscal já sob investigação na Espanha<sup>92</sup>. Nem mesmo o mais competente dos profissionais teria conseguido imaginar implicações desta extensão, estivessem elas em campos

---

<sup>91</sup> ARANTES, Thiago. Barcelona, enfim, mostra contrato de Neymar: 86,2 milhões de euros. Disponível em: <[http://espn.uol.com.br/noticia/384311\\_barcelona-enfim-mostra-contrato-de-neymar-862-milhoes-de-euros](http://espn.uol.com.br/noticia/384311_barcelona-enfim-mostra-contrato-de-neymar-862-milhoes-de-euros)>. Acesso em: 20 nov 2015.

<sup>92</sup> JUSTIÇA da Espanha nega recurso de Neymar e Barça em processo do DIS. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-espanhol/noticia/2015/10/justica-da-espanha-nega-recurso-de-neymar-e-barca-em-processo-do-dis.html>>. Acesso em: 20 nov 2015.



mais “sérios” como economia e política, ou não.

Nesse sentido, o jornalismo esportivo tem em mãos uma boa oportunidade para refletir acerca de algumas de suas práticas a partir do entendimento que, potencialmente, pode colocar em perspectiva o papel de certas fontes às quais normalmente recorre, imaginar novos enquadramentos para suas pautas, enfim, superar as próprias limitações e se reinventar com vistas ao fim da atividade em si: a boa informação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALCOBA, Antonio. **Periodismo Deportivo**. Madrid: Síntesis, 2011.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. 1. ed. Barcelona: Paidós, 1989.
- BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006. 188 p.
- BUCCI, Eugenio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo**: Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. 3. Ed. São Paulo: Summus, 2007.
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2013.
- FERRAZ, Luís Henrique Mendonça; MARQUES, José Carlos. **Neymar e sua trajetória espetacular como Ídolo Nacional**. In: XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 35, 2012, Fortaleza. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1770-1.pdf>>. Acesso em 01 out. 2015.
- GOMIS, Lorenzo. **Os interessados produzem e fornecem os fatos**. Estudos em Jornalismo e Mídia. V. 1, N. 1. Florianópolis: UFSC, 2004.
- GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da Ciência dos Jornais. Petrópolis: Vozes, 2011.
- HELAL, Ronaldo; CABO, Álvaro do; PEREIRA, Camila A A; AMARO, Fausto; TEIXEIRA, João P V. "**Neymarmania**": uma análise do discurso midiático sobre Neymar em dois periódicos brasileiros. In: XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 34, 2011, Recife. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1777-1.pdf>>. Acesso em 03 out 2015.
- HENRIQUES, Tatiana R C. **Jornalismo desportivo em Portugal**: notícia ou especulação? Análise das fontes nos diários “O Jogo”, “A Bola” e “Record”. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação – Universidade do Minho, Braga, Portugal. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/30433/1/Tatiana%20Raquel%20Correia%20Henriques.pdf>>. Acesso em 18 out 2015.
- HUDEC, Vladimir. **O que é o jornalismo?** Essência, características, funções sociais e princípios de seu desenvolvimento. Lisboa: Editora Caminho, 1980.
- KARAM, Francisco José Castilhos. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004.
- LEAL, Bruno S; MENICONI, Tadeu. **Sobre notícias e fatos**: a especulação no jornalismo esportivo. *Líbero*, V. 10, N. 20. São Paulo: Cásper Líbero, 2007.
- LISBOA, Sílvia Saraiva de Macedo. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor**: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência. Dissertação de Mestrado (Pós-Graduação em Comunicação e Informação) –

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/54507/000851927.pdf?sequence=1>. Acesso em: 27 out. 2015.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornalismo fin-de-siècle**. 1. ed. São Paulo: Scritta, 1993.

OSELAME, Mariana Corsetti. Fim da notícia: o “engraçadismo” no campo do jornalismo esportivo de televisão. Dissertação de mestrado (Programa de Pós-Graduação de Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: Disponível em: <http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/2057/1/000446793-Texto%2bCompleto-0.pdf>. Acesso em 14 nov 2015.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **O acontecimento**. [p. 27 a 33] In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.

SILVA, Matheus Kern Bonfim. **Crêterios de Noticiabilidade**: uma análise de conteúdo do caderno de esportes do jornal Zero Hora. 2011, 62 f. Trabalho acadêmico (Graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufrgs.br/da.php?nrb=000789828&loc=2011&l=6780fbace78b222e>. Acesso em: 15 set. 2015.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

\_\_\_\_\_. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. **A objectividade como ritual estratégico**: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. [p. 74 a 90] In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'*. Lisboa: Vega, 1993.