



**A COBERTURA DO FUTEBOL OLÍMPICO E
PARALÍMPICO NO GLOBOESPORTE.COM DURANTE
OS JOGOS RIO 2016**

YURI COUGO DIAS



YURI COUGO DIAS

**A COBERTURA DO FUTEBOL OLÍMPICO E PARALÍMPICO NO
GLOBOESPORTE.COM DURANTE OS JOGOS RIO 2016**

**BAGÉ
EDIURCAMP
2019**



Editora do Centro Universitário da Região da Campanha
Av. Tupy Silveira, 2099
CEP 96400-110 - Bagé - RS - Brasil
Telefone: (53) 3242-8244 – Ramal 231
e-mail: ediurcamp@urcamp.edu.br
site: www.ediurcamp.urcamp.edu.br

FAT - Fundação Áttila Taborda
Presidente:
Lia Maria Herzer Quintana

URCAMP – Centro Universitário da Região da Campanha
Reitora:
Lia Maria Herzer Quintana

Vice-reitor:
Fábio Josende Paz

Pró-Reitora de Ensino:
Virgínia Paiva Dreux

Gerente Financeiro:
Sebastião Mansur Kaé

Editor(a):
Ana Cláudia Kalil Huber

Editor(a) Auxiliar:
Clarisse Ismério

Assessora Técnica:
Bibl. Maria Bartira N. C. Taborda

Diagramação:
Daiana Ornelas Ferreira

Fotografia de Capa:
Comitê Paralímpico Brasileiro
CPB/Direitos Reservados

CONSELHO EDITORIAL

Ana Cláudia Kalil Huber
Clarisse Ismério
Fábio Josende Paz
Fernando Pereira de Menezes
Sandro Moreira Tuerlinckx
Virgínia Paiva Dreux

Dra. (Urcamp)
Dra. (Urcamp)
Me. (Urcamp)
Dr. (Urcamp)
Dr. (Urcamp)
Me. (Urcamp)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

D541c Dias, Yuri Cougo.

A cobertura do futebol olímpico e paralímpico no
globoesporte.com durante os jogos Rio 2016. / Yuri Cougo
Dias. – Bagé: Ediurcamp, 2019.

87p.

1. Jornalismo Esportivo. 2. Futebol Olímpico. 3. Futebol
Paralímpico. 4. Olimpíadas Rio 2016. I. Título.

ISBN: 978-85-63570-79-6

CDD: 070.449796

Catalogação elaborada pelo Sistema de Bibliotecas FAT/URCAMP
Bibliotecária responsável: Maria Bartira N. C. Taborda CRB: 10/782

Os textos aqui reproduzidos são de exclusiva responsabilidade de seus autores.

A COBERTURA DO FUTEBOL OLÍMPICO E PARALÍMPICO NO GLOBOESPORTE.COM DURANTE OS JOGOS RIO 2016

Trabalho de Conclusão de Curso para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, pela Universidade da Região da Campanha.

Orientadora: Prof^aMsc. Taiane de Oliveira Volcan

DEDICATÓRIA

Este trabalho é dedicado para a minha avó Maria de Lourdes Aguzzi Cougo, que se despediu em março de 2018, um mês após a emoção de me ver formado como jornalista.

AGRADECIMENTOS

As primeiras reverências deste espaço ficam para os meus pais, Danúbio Gonçalves Dias e Elis Helena Aguzzi Cougo Dias, que trabalharam incansavelmente para que eu pudesse chegar ao patamar atual e concluir a graduação em Jornalismo, um sonho traçado ainda na infância.

À minha mãe, especificamente, que abriu às portas da universidade para que pudesse acessar todo este vasto conhecimento acadêmico. Sem ela, com certeza, o caminho seria bem mais difícil.

Agradeço à professora Clarisse Ismério, por ter guiado meus passos desde o início da minha trajetória acadêmica, com elogios, incentivos e críticas construtivas. Mas, principalmente, por sempre acreditar em mim e por me convencer que sou capaz de alcançar meus objetivos.

À professora Taiane Volcan, responsável por ter dado, junto comigo, o pontapé inicial desta pesquisa. E, durante a conclusão do curso, mesmo que à distância, dedicou-se a me auxiliar da melhor forma possível para que o trabalho alcançasse este resultado.

À professora Cristiane Pereira, que nos momentos de aflição, com toda sua calma, direcionava os rumos que eu deveria seguir na minha pesquisa. E, hoje, é fundamental no meu crescimento acadêmico.

Também agradeço ao professor Glauber Pereira, que desde o início, apostou em mim e, com certeza, contribuiu significativamente para a evolução da minha trajetória profissional.

É difícil citar todo mundo. Então, por fim, agradeço a todos os familiares, colegas e amigos que me ajudaram nessa trajetória ou que tiveram paciência em momentos que estive ausente. Muito obrigado!!!

“O futebol é a coisa mais importante dentre as menos importantes.”
Arrigo Sacchi

SUMÁRIO

Apresentação.....	9
Introdução.....	12
Capítulo I-Jornalismo Esportivo: Conceitos e Técnicas.....	15
Capítulo II: Jornalismo de Internet.....	31
Capítulo III: Jornalismo Esportivo de Internet.....	40
Capítulo IV: A Função Social do Jornalismo.....	49
Capítulo V: A Cobertura Jornalística de Megaeventos Esportivos.....	54
Capítulo VI: O Futebol Olímpico e Paralímpico no GLOBOESPORTE. COM.....	59
Considerações Finais.....	80
Referências.....	82

APRESENTAÇÃO

Nem sempre o futebol foi o esporte preferido do brasileiro. Em 1921, o escritor Graciliano Ramos profetizou às avessas, em uma crônica intitulada Traços a Esmo, que o país não tinha vocação para o esporte bretão: "vai haver por aí uma excitação, um furor dos demônios, um entusiasmo de fogo de palha capaz de durar bem um mês". Praticamente cem anos se passaram e as chamas seguem queimando. Porém, o autor de Vidas Secas não pode ser crucificado. Àquela época, de fato, o futebol era uma paixão nova diante do remo, turfe e outras modalidades apreciadas pelas grandes elites e, conseqüentemente, difundidas nos meios de comunicação do país. A partir da inserção, principalmente, das classes média e baixa, seja entre praticantes ou torcedores, o futebol passou a ganhar status de cultura popular - sendo, até mesmo, instrumento político nas mãos de governos populistas, como o de Getúlio Vargas e durante o regime ditatorial militar.

Sendo assim, ao longo de praticamente todo o século XX, o brasileiro acostumou-se a ter no futebol seu esporte mais praticado consumido através da imprensa. Aliás, acomodá-lo na editoria esportiva é uma mera formalidade. Ele praticamente engoliu os demais esportes, renegando vôlei, tênis, basquete, atletismo ou automobilismo a métricas menores de tempo e espaço, às últimas páginas da editoria. Ou seja, o jornalismo esportivo no Brasil, em sua esmagadora maioria, compreende o simples acompanhamento do noticiário futebolístico. Além disso, não poucas vezes ganhou as manchetes e capas dos principais jornais do país - bem mais vezes que outras práticas esportivas e, inclusive, acima de notícias da área política, econômica ou policial.

Contudo, apesar de tratarmos-nos como a "pátria de chuteiras", como intitulou Nelson Rodrigues, não estamos sós diante deste fenômeno. Inventado na Inglaterra, o "football" foi exportado e ganhou espaço na cultura popular de diferentes países. Graças à globalização, atualmente é possível acessar sites do outro lado do mundo - e até mesmo folhear versões digitais dos periódicos - para atestar a mesma fórmula se repetindo em outros idiomas como na Alemanha, onde a cartola corresponde a fustball; na Itália, a calcio; ou na Espanha e em suas colônias sul-americanas, como fútbol. De resto, todos reúnem características iguais: espaços generosos ao futebol, com demais esportes acomodando-se em um escalão menor.

Não se trata de nenhum demérito aos outros atletas. A lógica das empresas jornalísticas atende ao interesse econômico, à lei de oferta e procura. Inseridas em um contexto capitalista, é natural que as equipes de reportagem dediquem mais tempo ao esporte que desperta um maior interesse da população e dá maior retorno financeiro. Prova desta preferência é o surgimento de veículos especializados, capazes de atender à demanda dos leitores/ouvintes/espectadores: canais de televisão que abordam o futebol quase que 24 horas por dia ou impressos volta dos a repercutir os clubes nacionais. Dentro deste contexto, dado o advento da internet e sua popularização a partir do século XXI, seria natural que o cenário vivido em outros veículos se expandisse igualmente aos meios digitais.

É sobre esta nova mídia que Yuri Cougo Dias se debruça para construir sua obra. Mas ele vai além da já surrada comparação entre a cobertura dada ao futebol se comparada aos demais esportes. Partindo da ideia de que há uma modalidade esportiva preferencial no gosto brasileiro, Dias se propõe a analisar por que há um tratamento diferenciado do futebol em relação ao próprio futebol. Ou melhor, da modalidade disputada nos Jogos Olímpicos para com os Jogos Paralímpicos. Contudo, a observação se limita especificamente à cobertura dada aos dois torneios, sediados no Rio de Janeiro, em 2016, pelo site Globoesporte.com - que como o próprio nome sugere, se restringe apenas à editoria esportiva. Para tanto, foi feito um levantamento que evidencia uma quantidade maior de matérias referentes ao primeiro caso (Jogos Olímpicos). O interessante, contudo, é que a análise não se limita apenas a uma exposição fria dos números, como também os interpreta. Explica que tipo de reportagem tem maior incidência em cada um dos casos, reforçando que, enquanto a primeira cobertura apresenta diferenças internas - uma vez que compreende as equipes masculinas e feminina, com suas idiossincrasias -, a segunda necessita de uma especificidade maior. Devido a sua falta de engajamento popular no período fora dos Jogos Paralímpicos, necessita de uma introdução às regras do jogo (se divide entre duas modalidades - com cinco participantes e com sete participantes) e apresentação dos atletas, tratados aqui pelo viés emocional, elucidando a superação de suas deficiências físicas no cotidiano.

Há ainda um outro ponto que pesa em favor dos Jogos Olímpicos: o fato de dispor de atletas que já chegaram à disputa tendo seu próprio status, sua própria fama. O caso mais emblemático é o de Neymar que, citado por Dias, trouxe consigo a idolatria adquirida enquanto defendia Santos e Barcelona - dois dos maiores clubes do país e mundo, respectivamente.

Portanto, tratava-se de um dos componentes mais experientes daquela delegação, tendo disputado já os principais torneios da modalidade e que, vindo de anos de ampla exposição midiática, jogou ainda mais holofotes sobre aquela cobertura.

Aliada a este interesse em torno do desempenho do atleta, há ainda o desejo popular de saber detalhes sobre a vida privada do "ídolo", muito bem explorada por outras editorias como entretenimento e/ou cultura - já que o comportamento de Neymar respinga sobre outras áreas que não o esporte, com seu relacionamento amoroso com uma atriz da Rede Globo (Bruna Marquezine), por exemplo. Aliás, Dias cita matérias que ajudam a engrossar a conta já volumosa do futebol masculino: a presença de artistas de fama nacional nos estádios, durante os Jogos Olímpicos.

Esta última relação apenas evidencia o quanto aquela prática esportiva, tratada no início do século passado como mais um estrangeirismo da moda, adquiriu não só um protagonismo entre as demais modalidades de alto rendimento, como também passou a emprestar status a quem se aproxima dela. Há nitidamente um processo de retroalimentação na produção de conteúdo e consumo de informações. Primeiro, há uma necessidade natural de atender a uma demanda relacionada ao futebol - que não se repete com outros esportes, e muito menos com os Jogos Paralímpicos como um todo. Segundo que, quanto maior a produção de matérias, mais específico se torna o conhecimento dos leitores sobre o tema determinado, exigindo novos desdobramentos e detalhes que não necessariamente se fazem presentes nas demais coberturas (entrevistas exclusivas, análise tática, colunas de opinião). E, finalmente, há o acoplamento destes novos personagens que surgem de fora do contexto esportivo, tragados pelo interesse popular como qualquer outro consumidor de notícias, mas que também usufruem da exposição que o futebol as oferece. Uma análise extremamente feliz de Yuri Cougo Dias, que não se apressa em buscar culpados, mas entender quais os motivos que levaram - e ainda levam - a uma cobertura tão desigual da mesma modalidade nos diferentes torneios.

Filipe Duarte, jornalista da ZH

INTRODUÇÃO

Fora o aspecto competitivo, o esporte também serve como uma importante ferramenta para transformação social, principalmente quando se trata de atletas que vivem em zonas de conflito e de vulnerabilidade social. E quando esse desportista alcança resultados expressivos, que é o caso de uma medalha em competições internacionais, ele ganha status de ídolo e passa a servir de inspiração para que jovens realizem seus sonhos, sejam eles no segmento esportivo ou até mesmo no cotidiano.

Esporte mais popular do país, o futebol tem como característica o poder de alcançar todas as camadas da sociedade. Uma cena rotineira é encontrar jovens jogando no meio da rua. A cultura popular e a identidade do povo brasileiro têm várias ligações com o esporte, expressadas nas mais diversas manifestações artísticas. Inclusive, para muitos estudiosos, o futebol e seus atores podem ser interpretados como um reflexo direto da sociedade, levando em conta o comportamento dos torcedores num estádio. A paixão é tamanha ao ponto de que o brasileiro eleva a escolha do time às mesmas proporções tomadas para definição do nome de um filho ou a crença religiosa a ser seguida. Ou seja, percebe-se um fenômeno de mitificação, tema que será desenvolvido nas próximas páginas.

Mas um dos momentos ápices do esporte é o período olímpico, cujos jogos modernos tiveram sua primeira edição em 1896, na cidade de Atenas (Grécia), baseados em preceitos de jogo limpo, ética, respeito e promoção da paz e união entre nações. Anos depois, inspirado nos mesmos princípios, o neurologista alemão, Ludwig Guttmann, deu os primeiros passos para criar o que, atualmente, é conhecido como os Jogos Paralímpicos. Para recuperar os militares da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), o médico fundou o Hospital de Reabilitação de StokeMandeville, em Aylesbury, Inglaterra. E uma das propostas foi criar, em 1948, cria os “Jogos de Stoke-Mandeville”, cuja modalidade era o tiro com arco em cadeira de rodas. Já a primeira Paralimpíada ocorreu na cidade de Roma, com 400 atletas de 23 países. Depois, o torneio passou a ser de quatro em quatro anos, sempre na cidade-sede da Olimpíada, criando, assim, uma conexão dos dois eventos, que no decorrer dos anos, se transformaram em “megaeventos esportivos”, conceito que também será explorado nesta investigação.

Em meio à lista de esportes dos Jogos Olímpicos encontra-se o futebol, que tem a seleção brasileira como a maior campeã, com cinco títulos mundiais, e que ostenta o feito de ser a única que participou de todas as

edições da Copa do Mundo. O Brasil também é representado com êxito no futebol paralímpico em duas modalidades. O futebol de cinco, destinado aos deficientes visuais, integra o quadro das Paralimpíadas desde 2004, em Atenas. Até o Rio, em 2016, a seleção nacional venceu todas as edições. A outra é a de futebol de sete, para portadores de paralisia cerebral, que faz parte dos jogos desde 1984, em Stoke Mandeville/Nova York. O histórico do Brasil é de uma medalha de prata e duas de bronze.

Entretanto, mesmo com o bom retrospecto, o futebol paralímpico não alcança os mesmos patamares que o futebol convencional, e na mídia isso não é diferente. Mas, com a realização dos jogos Olímpicos e Paralímpicos em solo brasileiro, os veículos de comunicação tiveram uma maior aproximação com o tema. No cenário jornalístico, o Globoesporte.com, vinculado ao G1, disponibilizou profissionais durante as 24 horas do dia para a cobertura da agenda esportiva, tanto no cenário olímpico quanto no paralímpico.

Com base nesse contexto, levanta-se o seguinte questionamento: quais as diferenças e semelhanças na cobertura da imprensa com futebol olímpico e o paralímpico? Para sanar essa indagação, a investigação proposta desenvolveu-se no ambiente do Globoesporte.com, durante os Jogos Rio 2016. A ação se apoiou em três objetivos específicos: comparar a quantidade de matérias e o enfoque temático das publicações referentes às Olimpíadas com as publicações destinadas às Paralimpíadas; verificar a estrutura e a linguagem das matérias publicadas; analisar a representação do jogador de futebol no portal.

Os resultados da averiguação foram obtidos por meio de uma abordagem quali-quantitativa e pesquisa descritiva, amparada por procedimento de análise de conteúdo. Todas essas ações foram feitas com base nas reportagens de futebol coletadas durante os jogos, ou seja, de 3 a 21 de agosto de 2016 (Olimpíadas), e de 7 a 18 de setembro de 2016 (Paralimpíadas).

A justificativa da escolha do futebol para a investigação se baseia na identificação que o povo brasileiro tem com o esporte. E por ter esse valor significativo na sociedade, a pesquisa propõe uma comparação do futebol olímpico com o paralímpico, a fim de checar o tratamento concedido para a modalidade. Em busca uma referência coesa dentro do jornalismo esportivo, o portal G1 foi o veículo de comunicação escolhido para a análise, pela relevância dentro do cenário, tanto mercado profissional quanto nos cursos de jornalismo.

Nos últimos anos, a construção do jornalismo esportivo tem sido alvo de debate nas academias, visto a repercussão e as vertentes que o assunto

tende a proporcionar. Uma das inquietações dos pesquisadores é de que a cobertura jornalística do futebol, especificamente, tende a migrar cada vez mais para a área do entretenimento, assumindo de vez, a função de “espetáculo”, tema que também será debatido nos próximos capítulos. Outro eixo essencial para a discussão diz respeito ao modo como os atletas paralímpicos são representados na mídia, se a deficiência se sobressai ou não diante do aspecto esportivo. Por essas razões, este trabalho pretende contribuir para o debate, comparando duas perspectivas diferentes e que fazem parte da mesma modalidade.

Mas antes da análise em si, este livro traz a explicação e conceitos sobre uma série de autores, informações que são essenciais para que haja o entendimento sobre a forma como foi conduzida a cobertura do futebol olímpico e paralímpico. No primeiro capítulo, são apresentados conceitos relacionados à prática do jornalismo esportivo, com seus critérios de noticiabilidade e a relação do futebol com a identidade brasileira.

No segundo, a abordagem se direciona para as técnicas e a construção do jornalismo de internet, afinal, a pesquisa foi desenvolvida no Globo-esporte.com, um ambiente virtual. O terceiro capítulo foca no jornalismo esportivo de internet em específico. No quarto, o trabalho expõe vários conceitos sobre a função social do jornalismo. E para finalizar, o quinto capítulo aborda os critérios utilizados para desenvolvimento da cobertura jornalística em eventos classificados como megaeventos esportivos.

CAPÍTULO I

JORNALISMO ESPORTIVO: CONCEITOS E TÉCNICAS

Neste primeiro capítulo, o estudo se concentra na análise e reflexão da prática do jornalismo esportivo, com base nos critérios de noticiabilidade definidos por Mário Erbolato (2008) e demais referências bibliográficas do gênero. Antes de partir para análise do objeto de estudo, que são os esportes paralímpicos, é imprescindível um aprofundamento sobre os métodos e a produção atual do segmento, que são fundamentais para que a problemática tenha uma resolução coesa.

A DEFINIÇÃO DA PAUTA NO JORNALISMO ESPORTIVO

O conceito de jornalismo esportivo pode ser apresentado com abordagens diferenciadas entre os autores do gênero. A primeira definição, nesta pesquisa, é a de Tubino, M., Tubino, F. Garrido, F. (2007). Para os autores, é a atividade especializada dentro do jornalismo que traz informações, opiniões e análises de clubes, modalidades, entidades, dirigentes ou outros aspectos considerados importantes dentro da área. O esporte é também um estímulo à vida saudável e à inclusão social, que fica mais evidente nas coberturas feitas em torneios olímpicos, quando atletas brasileiros, advindos de projetos governamentais em periferias, conquistam medalhas ou obtêm resultados expressivos.

No livro “Jornalismo Esportivo”, Paulo Vinícius Coelho (2011) explica que, na maioria dos casos, a cobertura do segmento se divide na equipe que cuida especificamente do futebol, e dos profissionais que transmitem informações das demais modalidades. Ou seja, o jornalista que cobrir basquete, tende a ficar responsável, também, pela produção de matérias sobre vôlei, atletismo, boxe etc. Esse contexto faz com que atletas e ex-atletas sejam contratados para transmissões de TV e do rádio quando é necessário um aprofundamento técnico da modalidade. “Não quer dizer que quem se dedica ao futebol não precise cobrir outro esporte. Cobre, sempre que a ocasião exigir. Mas é mais clara a divisão nas outras modalidades” (COELHO, 2011, p. 37). Após a explanação do conceito de jornalismo esportivo e o critério utilizado para divisão das redações brasileiras, eis algumas considerações no que tange à pauta do segmento. Patrícia Rangel e Heródoto Barbeiro (2006), (em “Manual do Jornalismo Esportivo”, comentam que

a rotina do repórter está ligada à agenda de eventos. No futebol há jogos quase que diariamente e, na véspera de cada partida, os veículos de comunicação se abastecem com informações relacionadas à preparação de cada time. No pós-jogo, o conteúdo se concentra nas tradicionais coletivas de imprensa e nos comentários feitos pelos analistas esportivos, sobre o resultado da partida e as perspectivas para o restante do campeonato ou da temporada.

Dessa forma, a pauta no jornalismo esportivo tem como base o calendário das modalidades, permitindo, assim, que o repórter monte um planejamento para vários dias. Porém, esse ritmo de trabalho adotado dentro do segmento é alvo de críticas. Barbeiro e Rangel (2006), argumentam que esse modelo faz com que não haja diferença nas notícias entre os veículos. E, com isso, temas considerados importantes, como o cumprimento da defesa do torcedor e consumidor; a relação do esporte com as políticas públicas; a violência nos complexos esportivos e a importância dos projetos sociais têm coberturas aquém do esperado. Ou seja, esse tipo de conteúdo só aparece quando são produzidas reportagens especiais. “Jornalismo é jornalismo, seja ele esportivo, político, econômico, social. Pode ser propagado em televisão, rádio, jornal, revista ou internet. Não importa” (BARBEIRO e RANGEL, 2006, p. 13).

Na visão de Luciano Maluly (2010), a procura por modalidades pouco conhecidas, é uma forma de diversificar as opções de conteúdo para o consumidor. A medida, conforme o autor, também ocasiona na atração de possíveis investidores. Entretanto, a tarefa não é nada fácil. Maluly (2010) aconselha que a mudança deva começar pelo repórter, com a utilização de uma linguagem e métodos diferenciados. Somente após que inicia o processo de convencimento dentro da empresa jornalística. Neste caso, a perspectiva do autor é de que a pluralidade de materiais geraria resultados expressivos na arrecadação do veículo.

A transformação da comunicação esportiva passa pela mudança de comportamento dos jornalistas, assim como dos demais profissionais de comunicação. Os noticiários estão pautados pela promoção de eventos, sendo limitado, ou quase nulo, o debate em torno da política esportiva no Brasil. As reportagens sobre a trajetória e situação dos atletas, dos clubes, das confederações, quando aparecem, são permeadas pelo sensacionalismo, com apelo sobre o descaso e a dificuldade financeira. As atuais estratégias pós e pré-jogo, como as mesas-redondas, possibilitariam a discussão em torno dos problemas do esporte, sendo um espaço de extensão do noticiário (MALULY, 2010, p.15).

Essa mudança exigida pelo mercado tende a ser acompanhada pelos jovens que ingressam na carreira do jornalismo esportivo. Ao menos, a facilidade é maior. Barbeiro e Rangel (2006) defendem que os novos repórteres apresentam um conhecimento mais amplo das modalidades esportivas em geral e tem menos resistências de abordar outros temas. E o acesso à informação facilita, visto que o perfil atual é de um profissional que fala, no mínimo, um idioma estrangeiro fluentemente e domina importantes ferramentas de trabalho, como e-mail, processadores de texto, laptop e câmeras digitais.

Aliado a esse processo, também há o fato de que os Jogos Olímpicos e Paralímpicos ocorreram no Brasil, mais especificamente no Rio de Janeiro, em 2016. Com isso, Marcelo Cardoso (2016), acredita que os eventos tenham servido como oportunidade para que os jornalistas refletissem sobre o tipo de abordagem das pautas e a contribuição social a ser gerada.

Para fins de complemento, o autor faz uma referência ao francês Pierre de Coubertin (1863-1937), fundador do Comitê Olímpico Internacional e dos Jogos Olímpicos da Era Moderna, que entendia que o esporte era uma ferramenta fundamental para a educação dos cidadãos.

Atletas com menos expressão, batalhadores e que enfrentam dificuldades sem deixar de lado valores como a humildade e a ética precisam ser lembrados com mais frequência e não apenas em épocas que antecedem eventos esportivos" (CARDOSO, 2016, p.4).

Neste caso, o jornalismo esportivo, responsável pela divulgação dessas modalidades, também tem parcela no processo de utilização da prática esportiva como forma de transformação social. Feita uma breve contextualização do panorama que envolve o jornalismo esportivo, eis alguns conceitos relacionados à linguagem dessa editoria, que tem características próprias e vocabulários bem específicos.

ESTRUTURA E LINGUAGEM DO JORNALISMO ESPORTIVO

A linguagem própria, motivada pela amplitude de modalidades, exige atenção redobrada do repórter que cobre o assunto. Em esportes de lutas, as regras têm várias diferenças. Enquanto, no judô, o sistema de pontuação está ligado a três formas de golpes, o kickboxing permite a utilização de socos e chutes. E assim as demais também apresentarão suas peculiaridades, por vezes, algumas semelhanças. (SILVEIRA, N., 2009).

Por conta de todas as regras específicas que envolvem as editorias, Silveira (2009) classifica o jornalismo esportivo como um gênero “superespecializado”. Para ele, é “impossível, para apenas um jornalista, ter conhecimento detalhado de todos os esportes, por isso, a divisão na maioria das editorias brasileiras é de futebol e de outros esportes”. O ideal, portanto, é que o jornalista se superespecialize para que não haja a necessidade das empresas de comunicação de massa recorrerem aos atletas, ex-atletas, técnicos e demais envolvidos com o esporte para comentarem durante a cobertura de um determinado evento.

Renomado teórico e pesquisador dos estudos de jornalismo esportivo, o espanhol Antonio Alcoba (1980) enumera oito pontos como fundamentais para averiguação no processo de construção de uma reportagem.

a) Instalações: Os complexos esportivos apresentam inovações e características que podem influenciar no desempenho das provas. Um exemplo são as pistas da Fórmula-1. Cada uma apresenta uma projeção peculiar, que faz com que os pilotos adotem estratégias diferenciadas na escolha da velocidade e no uso das marchas.

b) Material: Não são apenas os fatores externos que influenciam no rendimento esportivo. Os materiais que apresentam inovações tecnológicas são fatores predominantes para obtenção de marcas favoráveis. É o caso da natação. Nas Olimpíadas de Pequim, em 2008, o estadunidense Michael Phelps utilizava maiôs que reduziam o atrito com a água e colaboravam para que aumentasse sua velocidade.

c) Regulamento e programa: A pesquisa do regulamento de uma competição é imprescindível antes da cobertura jornalística. Além de o repórter estar situado das regras que regem aquela determinada modalidade, em muitos casos, as federações e associações responsáveis fazem alterações de um ano para o outro, ou até mesmo em diferentes categorias no próprio esporte.

d) Técnicos/treinadores: São os responsáveis pela orientação tática e técnica dos atletas. Por isso, apresentam um conhecimento amplo, por terem contato no dia a dia com os desportistas.

e) Atletas: Se os técnicos são os profissionais que reúnem as principais informações de desempenho da equipe, os atletas podem ser considerados

os principais personagens das disputas esportivas, por isso, a recomendação de Alcoba é que o repórter busque o máximo possível de informações de sua trajetória esportiva, da sua história de vida, bem como de outras curiosidades.

f) Confronto de dados e rankings: Analisar os números relacionados ao desempenho do atleta ou de uma equipe permite que o repórter faça projeções, aponte os destaques e, até mesmo, arrisque possíveis revelações de um campeonato. Numa Copa do Mundo de futebol, a imprensa esportiva costuma elaborar uma lista com possíveis jovens jogadores que têm condições de desequilibrar nas partidas. E tais palpites são baseados nas atuações desses jogadores em seus clubes e seleções.

g) Aspectos históricos: Relembrar os vencedores e fatos curiosos das edições anteriores de um evento faz com que o espectador novato esteja situado quanto à importância da prova. Da mesma forma, essa ação também não deixa de ter um caráter de saudosismo, pois faz com que o público de idade mais avançada reveja momentos históricos do esporte.

h) Prognósticos: A partir da pesquisa minuciosa dos dados históricos, recentes resultados, conversa com técnicos e jogadores e análise do regulamento, o repórter tem credencial para elaborar prognósticos, antes da competição, que podem situar o leitor ou espectador sobre as principais provas e modalidades a serem acompanhadas, conforme sua preferência.

Com base nessa classificação de Alcoba (1980) é que a pauta esportiva se desenvolve nos ambientes das redações, sejam elas em jornais constituídos por editorias com vários temas até os veículos de comunicação especializados em esportes. Estar a par de regulamentos, coletar informações históricas, acompanhar o trabalho desenvolvido pelo treinador ou o atleta e dominar estatísticas que possam resultar em algum desdobramento de assunto para reportagem são ações consideradas essenciais pelo autor para o desenvolvimento da editoria.

No capítulo “Noticiário Esportivo”, do livro *Jornalismo Especializado: emissão de textos no jornalismo impresso*, de Mário Erbolato (1980), há outras dicas para montagem de um texto jornalístico no segmento esportivo. Fora o conhecimento de regras e o regulamento das competições, também é importante a checagem dos alvarás das instalações esportivas; a rotina dos árbitros; as decisões políticas, jurídicas e econômicas dos clu

bes; funcionamento das transferências de atletas amadores e profissionais; punições e casos de doping; funcionamento da Justiça Desportiva, entre outras questões (ERBOLATO, M., 1980).

Após a exposição das ideias sobre os fatores que envolvem a estrutura de um texto jornalístico e a particularidade no vocabulário da editoria, outro assunto que entra na discussão é o uso da linguagem. Principalmente no futebol, a cobertura esportiva, em muitos casos, é movida pelo discurso típico da esfera torcedora, pelo fato de tê-la como um dos principais camadas da sociedade como receptores da informação (COSTA, L.M., 2011).

Nesse contexto, Costa (2011) faz mais algumas considerações no que diz respeito ao caso do jornalismo esportivo praticado em solo brasileiro. Segundo a autora, a estrutura narrativa do segmento se assemelha ao que fora praticado no melodrama que, segundo Jean-Marie Thomasseau (2005), trata-se de um gênero teatral que tem como ênfase a emoção, para que o espetáculo artístico agrade a plateia, deixando-a com “os nervos à flor da pele”. O estilo teve destaque no final do século XVIII, na França.

Voltando para o cenário jornalístico, Costa (2011) descreve sobre o trabalho desenvolvido em coberturas da participação da seleção brasileira de futebol em Copas do Mundo, em que ela classifica como um “caldeirão de sentimentos diversos”, que variam conforme o placar final da partida.

Caso o Brasil ganhe, tudo são risos e festa, mesmo que antes do jogo a imprensa não tenha poupado à seleção de objeções e críticas. (...) Quando perde, tudo são lágrimas e parece errado, mesmo que no dia anterior não tenha faltado exaltação (COSTA, 2011, p. 4-5).

Um exemplo que a pesquisadora utiliza foi o comportamento adotado nas manchetes do diário Lance, na final da Copa do Mundo de futebol, em 1998, na França. Na data do confronto decisivo contra a França, em 12 de julho de 1998, o periódico estampava na capa “Brasil! Hoje é dia de penta”. No dia seguinte, a chamada do Lance foi “Os sete erros capitais da seleção”.

Os autores não deixam de tecer críticas aos rumos tomados pelo jornalismo esportivo, a partir da década de 70, no Brasil. Para muitos, a tendência pela objetividade ocasionou em textos que beiram o senso comum. É o caso de Barbeiro e Rangel (2006), que dizem que a linguagem está “recheada de clichês e lugares-comuns, quase banalizada”.

Na prática do dia a dia, os autores reforçam o argumento de que os chavões são escolhidos pela imprensa com mais frequência para descrever momentos importantes nas disputas esportivas.

A situação vai de encontro com o que Coelho (2011) descreve como o ambiente das primeiras décadas da pauta esportiva, marcadas pela imprecisão e falta de objetividade. Na época, as “crônicas esportivas” que mais chamavam a atenção eram as de Nelson Rodrigues (1912-1980), famoso por transformar as partidas de futebol em “contos de romance”. Com a modernização do jornalismo, o autor afirma que a objetividade passou a ter uma carga, de certa forma, excessiva, e que, a emoção, atualmente, falta em ocasiões pontuais.

A descrição correta deveria incluir a falha do goleiro Schroiff. E contar que, de fato, Vavá meteu o pé direto na bola, não a cabeça. Nelson Rodrigues, que já era míope, não podia ver o que o rádio lhe contava a quilômetros de distância. A imprecisão diminuiu bastante nas páginas dos anos 1970 em diante, graças ao comprometimento da imprensa de contar a verdade. A maneira como o Jornal da Tarde, em São Paulo, fazia jornalismo, ajudou a excluir o mito. O resultado é, muitas vezes, uma crônica tão desprovida de paixão que é capaz de jogar na vala comum atletas que certamente já merecem lugar na história. Gente como Rivaldo, Ronaldo, Romário, Bebeto, Dunga. Gente que deu ao país o quarto e o quinto títulos mundiais, e que jamais foi tratada com a reverência dedicada aos campeões de 1958, 1962 e 1970 (COELHO, 2011, p. 19).

Ao citar as crônicas de Nelson Rodrigues, Coelho (2011) deixa claro que há a carência de uma construção textual que envolva o lado emocional do receptor, pois a objetividade, na visão do pesquisador, se tornou excessiva.

CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Feita a exposição de comentários de autores sobre conceito, linguagem e estrutura textual do jornalismo esportivo, a investigação traz alguns apontamentos sobre critérios de noticiabilidade, que valem para o jornalismo de modo geral. Embora o jornalismo esportivo trata-se de um gênero especializado, o segmento também obedece a critérios de noticiabilidade, uma série de classificações que servem de subsídio para definir o que será ou não publicado.

Para contextualização do assunto, a pesquisa se apoia na classificação fundamentada por Mário Erbolato (2008), no livro “Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário”, e na explanação de Felipe Pena (2006), em Teoria do Jornalismo. Conforme Erbolato (2008), os critérios são os seguintes:

a) Proximidade – São as notícias que possuem características por causar impacto no público local, como problemas numa rua ou na iluminação pública. Erbolato (2008) aponta como a “grande arma dos jornais do interior e dos semanários comunitários”.

b) Marco geográfico – Assuntos de repercussão nacional ou internacional que possam influenciar a região atingida pelo veículo de comunicação. É o caso de uma decisão do governo federal que impacte na administração da prefeitura local.

c) Impacto – Situações que causam choque nos cidadãos, como a morte de uma celebridade, uma catástrofe que gere centenas de vítimas ou um caso de abuso sexual infantil.

d) Proeminência – Tudo e qualquer movimentação que envolva pessoas importantes, quer dizer, proeminentes. Um possível diagnóstico de câncer no presidente do Brasil terá muito mais impacto do que o da cidadã comum.

e) Aventura e conflito – Assassinatos, rixas e a divulgação de esquemas e golpes que tem como objetivo o enriquecimento ilícito.

f) Consequências – Uma peste ou doença num país não terá destaque nas páginas dos jornais brasileiros. Entretanto, se a patologia tiver chances de chegar ao Brasil e os setores de saúde tomarem providências, os veículos de comunicação nacionais serão obrigados a abordar o assunto.

g) Humor – Fatos curiosos ou inusitados rendem audiência, pois, muitos cidadãos procuram nas páginas dos periódicos algo que os entretenha.

h) Raridade – Segundo o autor, essa categoria abrange seções do tipo “Acredite Se Quiser”, que fogem do cotidiano, como uma batata-doce gigante ou o nascimento de quintuplos.

i) Progresso – A categoria envolve planos tecnológicos e de modernização de uma cidade ou de serviços que oferecem melhores condições de vida.

j) Sexo e idade – Divulgado em grande parte dos jornais dedicados às classes C e D da sociedade. Tais tipos de reportagem dão ênfase para temas relacionados ao sexo, como fotos de mulheres seminuas e casos de adultérios, em sua maioria, com artistas e celebridades.

k) Interesse pessoal – Materiais de interesse público, que envolvem a vida pessoal dos leitores, como o prazo para declaração do Imposto de Renda ou a data para realização dos exames supletivos.

l) Interesse humano – Momento em que o jornalista não se restringe ao uso de estatísticas para narrar um acontecimento. A indicação do autor é de que, sempre que for possível, trazer à tona personagens que possam servir como exemplo, seja influenciado ou beneficiado com o ocorrido.

m) Importância – Neste caso, Erbolato (2008) afirma que a responsabilidade do critério de avaliação e da importância da notícia é do editor.

n) Rivalidade – Nos campeonatos esportivos, quando os clubes têm rivalidade por diversos motivos, cria-se um clima de antagonismo nas coberturas jornalísticas.

o) Utilidade – Informações de serviços, que são primordiais para a rotina diária do leitor, como informações de trânsito, previsão do tempo e filmes previstos para exibição no cinema.

p) Política editorial do jornal – Momento em que o veículo de comunicação define suas diretrizes, sobre que tipo de assunto deve ter mais destaque e por quais motivos.

q) Oportunidade – Na gíria jornalística, é o chamado “gancho”, quando há um motivo para publicação de uma reportagem.

r) Dinheiro – Este tipo de critério se aplica principalmente em prêmios de loterias. No caso de alguém que ganhou milhões, o que ele irá fazer com tanto dinheiro? Também pode ser considerada uma forma de interesse humano.

s) Expectativa ou suspense – Notícias que se estendem ao longo dos dias e que deixam o leitor ansioso por desdobramentos.

t) Originalidade – Essa classificação, conforme o autor, pode ser confundida com a de raridade. Um exemplo exposto no livro de Erbolato é a de dois irmãos gêmeos que, em um desastre, tivessem ferimentos idênticos e nas mesmas partes do corpo.

u) Culto de heróis – Sempre que há comemoração de datas históricas, o autor afirma ser interessante entrevistar personagens que fizeram parte de grandes atos de audácia e bravura, como é o caso de guerras, revoluções.

v) Descobertas e invenções – Descobertas científicas que tragam uma contribuição significativa para a sociedade, principalmente quando se trata

da cura de patologias, costumam ser de alto interesse dos leitores e espectadores.

w) Repercussão – Este tipo de caso também tem relação com aspectos geográficos, pois se um brasileiro que está na Europa é assassinado, a repercussão será alta nos jornais brasileiros. Porém, se essa mesma pessoa passasse pelas mesmas circunstâncias, em São Paulo ou Porto Alegre, apenas os veículos regionais se dedicariam para fazer uma cobertura do fato.

x) Confidências – Método utilizado nos espaços dos cronistas sociais e de revistas especializadas para divulgar confidências de cantores ou atores famosos.

Além de classificação dos critérios, Pena (2006) afirma que a escolha e a construção das notícias têm forte influência do interlocutor, quando os repórteres julgam as preferências dos receptores, no caso, o público-consumidor.

Seja simples e didático. Lembre-se de que você está falando para aposentados e donas-de-casa, se for no jornal da tarde, e para um público ainda mais amplo, se estiver no jornal da noite (PENA, 2006, p.73).

Outro fator é o da imprevisibilidade, fenômeno recorrente no jornal diário. Mesmo com pouco tempo para definições, Pena (2006) afirma que é nesse momento que os critérios de noticiabilidade têm sua contribuição nas decisões diárias do jornalista.

A partir dos conceitos elucidados por Erbolato (2008) e Pena (2006) é que surge a pauta jornalística. Retornando ao estudo do jornalismo esportivo, segue abaixo os critérios e classificações para escolha das fontes para construção de uma reportagem para a editoria de esportes.

AS FONTES NO JORNALISMO ESPORTIVO

Alcoba (1980) é o responsável pela divisão mais utilizada pelos estudiosos do gênero: primárias (esportista, clube, técnico, dirigentes, empregados, organismos e entidades e federações) e secundárias (comercial, publicitária e órgãos políticos).

PRIMÁRIAS

São as fontes consideradas imprescindíveis para o repórter responsável pela editoria. Entrevistas com profissionais e organizações ligadas diretamente à prática esportiva trazem o que há de principal de informações do dia a dia. A classificação é a seguinte:

a) Esportistas – São as principais fontes, pelo envolvimento direto com que é noticiado. Porém, o trabalho deve ser feito de forma ética, deixando claro que não é uma troca de favores.

b) Clube – O critério é o mesmo utilizado com os atletas ao divulgar informações e demais ações dos clubes.

c) Técnico – Responde pelas questões técnicas e táticas de uma equipe. Ou seja, é alvo de entrevistas, tanto nas vitórias quanto nas derrotas.

d) Dirigentes – São os que comandam os setores dos clubes, desde a parte esportiva até o marketing.

e) Empregados – Nem sempre acionadas, são fontes que, conforme Alcoba (1980) tem contato direto com os agentes dos clubes.

Se enquadram nessa categoria os jardineiros, funcionários da limpeza e demais responsáveis pelos serviços gerais de uma instituição. Por estarem no dia a dia, podem revelar fatos exclusivos que estão sujeitos a grandes desdobramentos em um futuro próximo.

f) Federações – Entidades que organizam as competições. No contato diário com os repórteres, a maioria utiliza assessores de imprensa para a intermediação, o que, às vezes, prejudica o trabalho do entrevistador.

g) Organismos e entidades – Estão sempre interessados em produzir informações para difusão de um trabalho. Porém, cabe ao jornalista dividir informação de propaganda.

SECUNDÁRIAS

As fontes secundárias são as que ficam responsáveis por trazer contribuições mais aprofundadas dos fatores ocasionados pelo esporte, ou seja, os segmentos envolvimento indiretamente na disputa esportiva, como os assuntos de cunho comercial e político. A classificação é a seguinte:

a) Comercial – É a relação do evento esportivo com seus patrocinadores. E o momento que a marca tem mais exposição é nas coletivas de imprensa. Também há situações de contrato com um atleta para propaganda exclusiva, assim essas empresas também podem ser caracterizadas como fontes, quando ficam a cargo de autorizar o contato com o desportista.

b) Publicidade – Empresas que associam os atletas a marcas, o que é conhecido popularmente como “homens-propagandas”. Alcoba argumenta que esses tipos de materiais são feitos com o intuito de “vender o espetáculo”. Por isso, o jornalista deve filtrar a informação que recebe quando se trata dessa categoria.

c) Órgãos políticos – Momento em que políticos tentam relacionar os resultados ou a organização de uma competição com o seu governo. A publicidade feita na ditadura de Emílio Garrastazú Médici, com a seleção brasileira na Copa do Mundo de futebol, em 1970, é um exemplo.

A ELABORAÇÃO DAS PERGUNTAS

Um tema do jornalismo esportivo que é alvo de duras críticas da sociedade é a elaboração das perguntas. Esse é outra discussão que Barbeiro e Rangel (2006) abrem em suas publicações. Conforme os autores, grande parte das entrevistas é marcada pelo vício e tendência por previsibilidade nas repostas. Muitas vezes, a pergunta já sugere a resposta, como pode ser constatado semanalmente na cobertura de jogos. “E aí, fulano, com a vitória de hoje já dá para se considerar na final ou o adversário quando joga em casa é sempre perigoso?” (BARBEIRO e RANGEL, 2006, p.36).

Dizem que jogador fala sempre a mesma coisa. Não será porque as perguntas também são sempre as mesmas? O esporte é uma prática social e também um “business” imenso que no Brasil movimenta milhões de dólares, e no mundo chega a bilhões. Por isso é sempre bom saber em que mar se navega: os tubarões estão sempre atentos e os que descuidam podem ser cooptados ou perderem seus empregos quando peitam interesses particulares [...], (BARBEIRO e RANGEL, 2006, p. 34).

Os apontamos até aqui mostram que os autores do segmento esportivo levantam veemente a discussão por um movimento que preze por uma mudança na construção textual das notícias, com textos diferenciados e fontes que possam contribuir significativamente para sanar as questões do público que é consumidor da notícia. Os autores também propõem a criação de pautas que tragam outros aspectos que envolvem o jornalismo esportivo.

No próximo tópico, o estudo aborda a relação do futebol com a identidade brasileira e a influência dos meios de comunicação de massa nesse elo, visto que a investigação tem como propósito o futebol, esporte profundamente ligado ao povo tupiniquim.

FUTEBOL E IDENTIDADE BRASILEIRA

Esporte mais popular do país, o futebol é movido pela paixão de um povo que o cultua quase como uma religião, caracterizando, assim, como um elemento essencial para definição da identidade brasileira, pois ao longo da vida, o cidadão recebe um nome, uma religião e escolhe um time para torcer (RANGEL, 2008). Por essas razões que a presente pesquisa tem definido o futebol como alvo de investigação.

Numa contextualização histórica, Rangel (2008) aponta que os registros dão conta de que o futebol foi praticado pela primeira vez, no Brasil, em 1894, por marinheiros britânicos de licença em terra. Contudo, a formalização do que viria a ser uma prática esportiva consolidada teve o pontapé inicial dado por Charles Muller, jovem brasileiro, que tinha ido estudar na Inglaterra, numa escola pública de Southampton, e trouxe o esporte bretão para solo brasileiro. Rangel (2008) divide a evolução do futebol no país em quatro períodos: 1894-1904, quando era restrito às zonas urbanas, predominantemente com praticantes estrangeiros; 1905-1933, momento considerado como “amador”, mas com um marco inicial de divulgação, pela imprensa; 1933 a 1950, período que consolidou a profissionalização, após um longo debate; década de 50 em diante, marco em que o futebol brasileira passa a ter abrangência internacional e se transforma numa grande fonte de negócios.

Pela concepção da autora, o crescimento do futebol, em pouco mais de meia década, se deu pelo fato do esporte dispor de um “idioma universal”, com regras e compreensão simples. Tanto que ela cita uma frase do francês Jules Rimet, antigo presidente da Federação Internacional de Futebol Association (FIFA), de que se “der uma bola de futebol e um árbitro a 11 jogadores de 11 diferentes países, estes estão sujeitos a se entenderem, jogarem, se divertirem e, por conseguinte, se tornarem grandes amigos”.

Por essas facilidades que o futebol tomou forma no país. No entanto, nos primeiros anos, houve resistência, tanto política quanto de alguns intelectuais. É o que relata Lucas Peths (2014), exemplificando com pensamento do escritor Graciliano Ramos: “para que metermos o bedelho em coisas estrangeiras? O futebol não pega, tenham a certeza”. E o que aconteceu foi totalmente ao contrário. A modalidade foi incorporada de vez nos hábitos brasileiros. Devido à boa recepção por parte do povo, o futebol alcançou outros segmentos, e um deles foi o político, como a campanha do Brasil na Copa do Mundo do México, em 1970. Na época, o Brasil vivia o auge da Ditadura Militar e a seleção foi utilizada como instrumento político para a boa imagem do país (Peths, 2014).

Mas quando o esporte ganhou, de fato, proporções populares? O estudo de Filipe Mostaro (2014) evidencia que o Sul-Americano realizado no Brasil, em 1919, representou a afirmação do futebol como um elemento da identidade brasileira, justamente por ter conquistado o título. Porém, mesmo que a modalidade tenha crescido em termo de popularidade, questões importantes, como o preconceito racial e a necessida

de do profissionalismo ainda eram temas que careciam de debates mais aprofundados.

O preconceito racial foi o mais preocupante. Por mais que os negros já tivessem comprovado seu talento dentro de campo, o pensamento de muitos que estavam envolvidos era de que envolver brancos e negros num mesmo ambiente não era uma decisão adequada. Foi neste impasse, conforme Mostaro (2014), que surgiu o termo “mestiço”, utilizado para classificar o estilo de jogo brasileiro, que ficou famoso por ser um “futebol-arte”.

Partindo do princípio de que o futebol contribui para a construção da identidade brasileira, é natural que resultados e feitos dentro de campos se transformem em “mitos”. Um exemplo é o Grêmio, com a expressão “imortal tricolor”. Vinícius Fontana (2011) explora, em sua monografia, os fatores preponderantes para a associação de “imortalidade” com a equipe portoalegrense que, segundo o autor, representa histórias em que o time reverteu situações totalmente adversas, como a de um Gre-Nal em 13 de agosto de 1944, no estádio da Baixada, antigo “palco” das partidas do clube. Fontana (2011), com base nas informações publicadas na edição de abril de 2011 da Revista Gooool, relata que o primeiro tempo terminou com 3 a 0 para o Inter, na época, chamado pela imprensa de “Rolo Compressor”, devido às constantes goleadas e belas apresentações.

No segundo tempo, mesmo com qualidade técnica inferior, a equipe reverteu o placar para 4 a 3, com o quarto gol marcado a dois minutos do término. Esta é uma das teses defendidas pelo autor sobre o surgimento da relação “imortalidade e Grêmio”. A expressão vem à tona, novamente, com Lupicínio Rodrigues, em 1953. Segundo o autor, a letra traz duas referências (“tens imortal tricolor” e “Lara, o craque imortal”). Esta segunda, cabe destacar, faz alusão ao histórico goleiro do Grêmio na década de 30.

Com a popularização do futebol, é normal que os jogadores, protagonistas do espetáculo esportivos, sejam colocados numa escala de heróis. Conforme Rangel (2013), a identificação é tamanha que a comparação dos jogadores podem até alcançar status de religião. Um dos momentos mais polêmicos da imprensa brasileira, nesse debate da “construção do mito”, foi protagonizado pela Revista Placar, na edição de número 1 371, de outubro de 2012, quando a capa exibiu o atacante Neymar crucificado, lembrando a cena bíblica de Jesus Cristo.

Em entrevista concedida à Rangel (2013), o então diretor da Placar, Maurício Barros, relatou que a intenção era questionar a fama de “cai-cai” que

o jogador tinha perante aos adversários e que a ilustração na capa representava uma inversão de valores, pelo fato dos outros jogadores brasileiros carregaram inveja e posicionarem contra o futebol bonito de Neymar. Daí a analogia da crucificação.

Outro fato que sustenta a relação entre futebol e a identidade de um povo é a rivalidade entre clubes, que pode ser resultante de questões históricas, políticas, religiosas ou geográficas, segundo Thalita Neves (2017). Neste tema, a pesquisadora aborda um caso em específico, o clássico “Gre-Nal”, considerado o maior do Brasil e um dos maiores do mundo.

No estado estereotipado pelo oito ou oitenta, qualquer que seja o assunto, sempre coexistem apenas os dois lados da moeda: ou você é chimango ou maragato, ou coxinha ou petralha, ou Grêmio ou Inter (NEVES, 2017, p.2).

Eis a relação da rivalidade com a própria cultura do Rio Grande do Sul. O contraste entre os clubes decorre ainda do período da fundação; De acordo com Neves (2017), o surgimento do Sport Club Internacional foi um movimento de contraste ao Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense que, em seus primeiros anos, só aceitava membros advindos de descendência alemã.

A peculiaridade e o clima de “guerra” do clássico se devem aos traços de identidade do gaúcho, conforme a autora, que utiliza como argumento o contexto histórico dos movimentos separatistas e os aspectos geográficos, que influi em música, literatura e futebol diferenciados do restante do país. Então, o confronto também envolve aspectos raciais, étnicos, políticos, históricos, dentre outros fatores que influenciam para que a decisão de optar por Inter ou Grêmio seja uma escolha primordial para a vida do gaúcho. Mesmo que ele não se interesse por futebol, é necessário que tenha um posicionamento de qual clube irá torcer (NEVES, 2007).

Por essas razões apresentadas neste tópico que o futebol é alvo desta investigação. Devido à interação com a identidade do país, o esporte exerce constantes influências no posicionamento cultural, político e ideológico do cidadão brasileiro. Mas, ao mesmo tempo em que une pessoas, ele também as coloca em situações de conflito.

CAPÍTULO II

JORNALISMO DE INTERNET

Como o objeto de estudo, futebol olímpico e paralímpico, envolve a cobertura de um portal de internet, este capítulo apresenta conceitos de linguagem, bem como os métodos utilizados no jornalismo praticado na web e suas implicações na sociedade. Num primeiro tópico, a abordagem gira em torno da histórica das fases da web, desde quando o espaço era limitado apenas à leitura até o surgimento da interação com o público. Após, a pesquisa apresenta uma série de características exclusiva dos meios eletrônicos, como os métodos de construção de um texto jornalístico e o uso de recursos multimídia.

A WEB DIVIDIDA EM FASES

Com os efeitos da globalização, originados a partir da década de 70, a humanidade passou por várias transformações no que tange às formas de relações. E essa perspectiva não foi diferente no ambiente de trabalho nos meios de comunicação de massa. O advento da tecnologia obrigou com que o jornalismo participasse e, de certa forma, tivesse sua carga de influência em tal mudança. O argumento tem base nos estudos realizados pelos pesquisadores do ramo, pois, numa análise histórica da produção jornalística na web, os autores que discutem o tema dividem a produção em três fases. A primeira foi denominada como “Web 1.0”, que tinha como característica um formato com apenas um espaço de leitura. A interação era quase nula, se limitando apenas na troca de e-mails entre os usuários do serviço (E. SANTOS e M. NICOLAU, 2012, p.5).

Em seguida, os autores discutiram a “Web 2.0”, que surgiu como uma alternativa para suprir as demandas que deixavam de ser atendidas no primeiro modelo. Neste caso, o espectador passou a ganhar mais espaço, podendo contribuir com sua própria produção de conteúdo, o que ocasionou na interatividade por meio da construção coletiva entre os dois lados - emissor e receptor. Contudo, os autores deixam claro que os recursos também trouxeram aspectos negativos no campo jornalístico, como as notícias falsas espalhadas pela rede, cuja origem se deu pela abertura de contribuição dos espectadores no espaço virtual.

Ou seja, o controle do fluxo de informação ficou mais difícil, visto que há imensidão de contas de usuários espalhadas pela web.

Mas o raciocínio do processo de comunicação no ambiente virtual chegou num terceiro estágio, o da “Web 3.0”. A diferença dos demais é a forma de construção dos perfis que, neste caso, são um resultado dos algoritmos gerados pelo histórico de navegação do usuário. Dessa forma, o sistema da web subentende que devido ao grande fluxo de pesquisa de um determinado assunto, a tendência é de que as preferências do usuário sejam por esse tema em específico, o que Santos e Nicolau (2012) denominam como “Web Semântica”. Essa terceira onda, aliás, surgiu, conforme os pesquisadores, a partir de um artigo de Tim Berners Lee, James Hendler e Ora Lassila, publicado em 2011, intitulado como “Web Semântica: um novo formato de conteúdo para a Web”. Em curto prazo, a perspectiva dos pesquisadores é de que esta terceira fase ganhe cada vez mais proporções.

CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO

Feita uma rápida revisão dos conceitos que regem os períodos do webjornalismo, o foco da pesquisa se prende às características e exigências que o mercado impõe ao profissional que pretende prosseguir com carreira no ramo. A indicação de Pollyana Ferrari (2010) é de que o jornalista tenha uma visão multidisciplinar, com ideias predominantemente voltadas para as mudanças e transformações reais que circundam as diversas camadas da população. A partir desse pensamento, a autora deixa clara a necessidade do domínio de recursos tecnológicos que possam agregar na prática jornalística diária do repórter de web.

O jornalismo multimídia precisa desenvolver no repórter uma visão multidisciplinar, com noções comerciais e de marketing. Para se ter uma ideia dessa mudança do fazer jornalístico, o portal G1 prepara o repórter para ir à rua com um notebook, um modem wireless para acesso à banda larga, uma máquina fotográfica digital, um gravador de áudio digital e um rádio-comunicador (...). A notícia é digitada, na maioria das vezes, no táxi no caminho de volta para a redação ou mesma atualizada do local por telefone para um jornalista que está na redação do G1, dependendo do que o tráfego de cliques demonstrar. Isso mesmo, o jornalista acompanha a audiência de sua matéria em tempo real e dependendo do interesse do leitor, muda a chamada ou destaque. Ou seja, jornalismo multimídia pressupõe domínios de vários apetrechos tecnológicos, olhar

de editor de fotografia e uma agilidade impensável nos veículos impressos (FERRARI, 2010, p.40).

Nesse contexto virtual, cinco características se destacam no que se refere à construção do material jornalístico da web. Thiara Reges (2011) apresenta o conceito do seguinte modo: interatividade (que dá direito a sugestões, colaborações e críticas sobre as notícias); personalização (responsável por impulsionar a relação desenvolvida entre o canal e o receptor); a hipertextualidade (aprofunda a informação procurada pelo usuário, o que é chamado de narrowcasting nos Estados Unidos, quando, a informação é dirigida para o indivíduo); multimidialidade (alternativa para expandir o produto jornalístico em vários formatos) e a memória (material fica disponível ao internauta após a publicação).

Com todas essas características em evidência, surge o webjornalismo. Para fins de melhor compreensão, Mark Briggs (2007) compara a produção feita na web com a das agências de notícias, em que o jornalista direciona seu foco para o ato de transmissão de informes parciais atualizados, em vez da notícia completa num momento único do dia. À medida que a cobertura evolui, novos desdobramentos são adicionados no mesmo texto.

Para esse tipo de situação, o pesquisador aconselha que o repórter adicione no topo da matéria o horário de atualização e continue postando novas matérias. Assim, é desfeita a necessidade de explicar o fato a cada momento que surja algo novo. O conteúdo também pode ser segmentado por meio de hipertextos, com informações mais detalhadas de um elemento e da origem da informação, o que seria uma vantagem em relação ao jornal impresso, que tem o espaço da página como principal limitador na transmissão da informação.

Mas em meio às vantagens, o webjornalismo também exige uma série de cuidados. Um fluxo excessivo de materiais pode se tornar um problema, conforme percepção de Ferrari (2010).

O leitor nem consegue assimilar tanta informação. Essa busca incansável pela quantidade de notícias soa mais como competição de egos entre concorrentes do que manifestação de respeito pelo internauta. É uma cobertura jornalística voltada para o próprio umbigo (FERRARI, 2010, p.54).

Caroline Oliveira e José Glanzmann (2010) expandem a discussão para o tratamento com as fontes. Com a imensidão de possibilidades e recursos disponibilizados no meio virtual, a produção tende a obter mais

velocidade e, com isso, as empresas aumentarem o volume de trabalho dos repórteres e demais envolvidos com o abastecimento de notícias do portal. Sempre há o risco de que a apuração não aconteça do modo adequado. Então, o discurso utilizado para os demais formatos não deixa de abranger o webjornalismo, muito pelo contrário, a checagem das fontes tem uma importância muito elevada, visto que a pesquisa sobre um determinado assunto pode ser feita em poucos segundos. Assim, os autores afirmam que é imprescindível separar o “conteúdo reciclado” do “conteúdo apurado”.

A ESTRUTURA TEXTUAL NA WEB

Adaptado ao meio, o jornalista deve partir para outro pressuposto: a linguagem das reportagens da web. Antes de explanar sobre os deveres e características textuais, eis uma pesquisa divulgada por Guillermo Franco (2009), feita pelo pesquisador estadunidense Jakob Nielsen, a “EyeTrack07”, no PoynterInstitute, um Centro de Pesquisa e Educação em Jornalismo, fixado na Flórida (Estados Unidos). O trabalho chegou ao resultado de que as pessoas leem mais os websites de jornais do que os impressos.

Para que Nielsen obtivesse esse argumento, ordenou que os participantes usassem óculos com duas câmeras “que rastream e registravam o movimento dos olhos”. Conforme a pesquisa, os participantes do EyeTrack07, no meio online, leram 77% do texto que escolheram. Já os do formato impresso standard (62%), e os do tabloide (57%). E sobre completar a leitura dos textos selecionados, os números foram os seguintes: 63% (websites), 40% (standard) e 36% (tabloide).

Outra análise de Nielsen, mediante à tecnologia do EyeTrack a ser considerada foi em 2006, com as formas de leituras rastreadas. O principal resultado foi o padrão em “F”, que consiste em três movimentos dos olhos: horizontal (parte superior do conteúdo); um segundo também horizontal (só que um pouco mais abaixo e mais curto que o primeiro) e na vertical (no lado esquerdo da tela). Por vezes, o movimento tende a sofrer mudanças para a forma E, ou até o mesmo, de um L invertido. Com o tempo de leitura e a forma de observação do texto, Nielsen teve embasamento para argumentar que os usuários preferiam uma linguagem objetiva, com materiais concisos, curtos e um design agradável. Por isso, a dominância da web. Se Jakob Nielsen, com base em suas experiências, apontou para o conteúdo produzido no meio digital como propício para

captação de leitores, é preciso que algumas recomendações sejam debatidas, no intuito de que essa expectativa vire realidade. No livro “Jornalismo Digital”, Pollyana Ferrari (2010) reitera que um texto de mídias eletrônicas se caracteriza por sentenças concisas, simples e com a apresentação de uma ideia por período, ou seja, frases longas e na voz passiva devem ser evitadas.

O conceito de lide é reforçado na web, pois o repórter precisa dizer o mais rápido possível ao internauta qual é a notícia e o motivo para que ele prossiga a leitura. O ideal, segundo Ferrari (2010), é que uma história seja contada em mil caracteres, tendo em vista a disponibilidade da inclusão de links para dar profundidade ao conteúdo. Em casos de textos considerados “ineditáveis”, como é o caso das crônicas ou artigos. Franco (2009) aconselha que o editor do site ou responsável pela publicação faça um parágrafo de síntese, uma espécie de lead, para situar o leitor do assunto que será abordado.

No livro “Jornalismo 2.0 – Como sobreviver e prosperar”, Briggs (2007) faz uma espécie de manual para os jovens repórteres e aos antigos, que se encontram num momento de adaptação com as novas linguagens. O autor aponta para algumas características fundamentais. Pontualidade e relevância são questões que Briggs (2007) considera como a essência do noticiário online.

Devido à instantaneidade do fluxo de informações, um engarrafamento de trânsito, por exemplo, pode não ser tão importante para o jornal impresso, que será veiculado apenas no dia seguinte. Porém, no ambiente online, a informação é de total importância, visto que um condutor que passará pela rua bloqueada pode estar conectado com o portal de notícias, pelo celular ou outra forma de tecnologia.

Escrever com vibração e objetividade são outras dicas inseridas no livro de Briggs (2007). Se relacionar com o estudo de Nielsen e os argumentos de Ferrari (2010), o usuário que busca um portal de notícias prima pela objetividade, com linguagem simples e direta.

John Weley, que escreve um blog chamado “PicktheBrain”, descobriu o poder das manchetes no início de 2007. Numa sexta-feira de janeiro, ele escreveu um post intitulado “Os dois tipos de cognição” que atraiu um total de 100 visitantes num período de dois dias, após a publicação. Ele então reescreveu o título: “Aprenda a entender sua própria inteligência”. Cinco dias depois, o artigo atraiu 4,930 visitantes. “Nada mal para um site que normalmente atinge uma média de 100 visitantes por dia”, escreveu Wesley. Esse é um bom exemplo de uma

manchete que não estimulou a leitura porque foi desenvolvida, basicamente, como um rótulo. Por outro lado, a manchete reescrita direcionou os leitores para o artigo porque conseguiu envolvê-los, fazendo com que quisessem saber mais (BRIGGS, 2007, p.70).

Com a busca dos internautas por leituras rápidas, os pesquisadores sugerem que o jornalismo se adapte e ofereça um produto diferenciado, nos moldes do consumidor da notícia. E isso passa por uma revisão da linguagem textual da tradicional pirâmide, que migra, segundo o português João Canavilhas (2007), para a “pirâmide deitada”.

DA PIRÂMIDE INVERTIDA À PIRÂMIDE DEITADA

Tendo em vista que a web rompe as barreiras do espaço físico, pesquisadores do segmento apontam para o surgimento de novas técnicas que contribuem com a transmissão da informação. A mudança estrutural traz consigo uma infinidade do espaço, fazendo com que os textos não tenham que seguir com rigidez os níveis de informação ou de encurtá-los. A ação não é mais necessária, pela possibilidade da utilização de hipertextos para o armazenamento do conteúdo. Dessa forma, o caminho de leitura fica nas mãos do leitor (G. PALMA; A. DREVES, 2006).

Por essas razões, o modo de “pensar jornalismo na web” deve ser trazido à tona, principalmente no que tange o uso da pirâmide invertida, método jornalístico, oriundo dos Estados Unidos, na Guerra da Secessão (1861-1865), que estrutura os parágrafos de uma matéria conforme a relevância da informação.

Não se propõe o fim da técnica, mas pensamos que novas formas de narrativa, acrescentando componentes ou ainda modificando algumas coisas na mesma, que seja pertinente e até indispensável (PALMA; DREVES, 2006, p.11).

Renomado dentro da área de pesquisas na comunicação, principalmente no meio do webjornalismo, Canavilhas (2007) atende aos anseios expostos por Palmas e Dreves (2006). Na busca por novas ideias, o pesquisador traz um novo conceito. Em vez da tradicional “pirâmide invertida”, criada com o intuito de organizar as publicações do meio impresso, ele conceitua a “pirâmide deitada” como um modelo a ser seguido no ambiente online.

No período em que se solidificou o conceito da pirâmide invertida,

os recursos eram bem diferentes dos atuais. O modelo veio à tona, como já relatado anteriormente, na Guerra da Secessão, período em que o telégrafo era a grande inovação tecnológica. Na época, o recurso servia para o envio diário das notícias da guerra, porém, em função dos problemas técnicos nos fios e nos postes, o sistema saía do ar. Já prevendo essa situação, os jornalistas e operadores do telégrafo estabeleceram uma regra para que as principais informações não tivessem riscos de ficarem de fora. Surge, então, o modelo de estruturação do parágrafo conforme o nível de relevância (CANAVILHAS, 2007).

Durante o século XX, a prática da pirâmide invertida permaneceu como uma regra indiscutível dentro das redações, independente do meio que fosse utilizado. Porém, a expansão da web colocou em discussão o uso desse método dentro do ambiente online. Um dos defensores da revisão do conceito foi Canavilhas (2007), que argumentou que tal tipo de pirâmide limita as “potencialidades” da plataforma, visto que há a possibilidade de uma grande navegação e que não há limite de espaço físico como ocorre com o papel, no jornal impresso.

Dessa forma, Canavilhas (2007) propõe a pirâmide deitada, com quatro tipos de níveis de leitura, em que informações relevantes ficam espalhadas por toda a navegação, com suporte dos recursos multimídia. O primeiro nível é a **unidade base**, que responde o essencial (O quê, Quando, Quem e Onde), principalmente quando é uma notícia de última hora. O segundo é o **nível de explicação**, que abrange o Por quê e o Como, servindo como complemento da informação essencial, apresentada ao leitor no primeiro nível.

Em terceiro vem o nível de contextualização, momento em que o repórter oferece mais aprofundamento textual, bem como recursos extensivos de vídeos, áudios ou infográficos. E o quarto é o **nível de exploração**, que liga a notícia para arquivos externos. A partir desse conceito, o autor sugere que a pirâmide deitada funcione como uma técnica libertadora, não só para os internautas, mas também para os jornalistas, no que se refere à criatividade para formatação dos textos e na disponibilização de materiais diferenciados, independente do local em que o internauta estiver na navegação da notícia.

HIPERTEXTOS

Após abordar os processos de transição do webjornalismo, suas características, linguagens e respectivas inovações, a pesquisa traz outro tópico, que é essencial para aplicação dos conceitos explorados.

Tratam-se dos hipertextos, responsáveis por interligar conteúdos relacionados ao tema da reportagem. Mas antes de adentrar nos conceitos do recurso, segue um contexto histórico da origem dos hipertextos, de acordo com pesquisa de Luciana Mielniczuk (2003).

Conforme a autora, em 1945, no artigo “As wemaythink”, o matemático e físico Vannevar Bush teceu duras críticas aos sistemas de indexação e organização das informações usadas pela comunidade científica, no sentido de que o raciocínio hierárquico de transmissão da informação não funcionava na maneira adequada com a mente humana. Para sanar esse problema, o pesquisador elaborou um dispositivo chamado Memex, que consistia numa caixa de um ou dois metros cúbicos, para armazenamento das informações microfilmadas ou gravadas em fitas magnéticas. Assim, Bush caracterizou o Memex como um instrumento para auxílio da memória do cientista.

Embora a ideia tenha sido oriunda da década de 40, Mielniczuk (2003) aponta que o termo hipertexto surgiu apenas nos anos 60. O autor da expressão, Theodor Nelson tinha como objetivo se referir à leitura não-linear num sistema de informática. Nessa linha de raciocínio, a autora expõe a descrição de Pierre Levy (1993), que consiste em:

um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente, como uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa portanto desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Porque cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira (LÉVY, 1993, p. 33).

Se ligar os tópicos desse capítulo, a função do hipertexto atende o conceito de Canavilhas (2007), da pirâmide deitada, pelo fato das informações estarem espalhadas não-linearmente pela navegação da página. Da mesma forma que os outros temas que foram estudados, o hipertexto também apresenta uma classificação específica, no que diz respeito a suas características. Segundo os estudos de George Landow (1995), tal recurso conta com intertextualidade, quando são utilizados os links, responsáveis por “darem vida” aos hipertextos, para promover as conexões entre os blocos de textos; multivocalidade, pois, com a fragmentação do texto, abre-se a possibilidade da narrativa com “diversas vozes”; descentralização, pelo fato de não haver ordem de leitura certa em que leitor seja obrigado

a obedecer, o que oferece a possibilidade de outros tipos de movimentos dos olhos perante os textos; rizoma, porque o material apresenta uma amplitude em que a conexão pode partir de qualquer ponto, com muitos começos e muitos fins. O termo rizoma provém do livro *Mil Platôs*, de Gilles Deleuze e Félix Guatarri (1980), que utiliza uma metáfora sobre um tipo de vegetação aquática, que se desenvolve na superfície da água, sem tronco ou caule, ou seja, ela é totalmente ramificada e intratextualidade, característica descrita por Landow (1995).

Com todas essas características e recursos, os pesquisadores do ramo apontam várias vantagens com a incorporação do hipertexto dentro da produção jornalística no webjornalismo. Gelson Filho (2006) compreende que a possibilidade de pular de uma página a outra com apenas um clique permite ao usuário uma sensação agradável enquanto consome o conteúdo. Além disso, proporciona ao leitor o aprofundamento do fato, com a retomada de informações antigas, sem que a leitura fique pesada. Isso graças aos hipertextos, que dividem o material em blocos.

Independente de qual teoria for adotada – com lead ou sem lead, com pirâmide invertida ou não– o hiperlink é a melhor ferramenta da web, pois permite que o texto seja segmentado em quantas páginas for necessário. Mas é preciso cautela ao utilizá-lo, pois pode interromper a leitura do usuário. Enquanto uma imagem pode segurar sua atenção por alguns segundos, um hiperlink pode levá-lo para outra página e a pessoa dificilmente retornará para ler o resto do texto. Por isso, é importante manter o controle sobre os links (FILHO, 2006, p.75).

Amparada por não ter limites físicos, a web proporciona que as empresas jornalísticas produzam um material diferenciado, principalmente quando há a utilização de recursos multimídias e dos hipertextos, conforme apontados pelos autores, elemento essencial para auxílio da “navegação” do internauta.

Após a revisão de uma série de conceitos de webjornalismo em geral, a pesquisa segue no próximo capítulo para o estudo de como é feito o jornalismo esportivo na internet, segmento editorial envolvido na pesquisa.

CAPÍTULO III

JORNALISMO ESPORTIVO DE INTERNET

Neste capítulo, a pesquisa concentra-se nos conceitos disseminados sobre produção do jornalismo esportivo na internet, com aprofundamento de temas como as suas principais características, a agilidade da informação, a espetacularização das notícias e o surgimento de portais alternativos para modalidades esportivas tratadas como secundárias pelo público brasileiro.

AS CARACTERÍSTICAS DO WEBJORNALISMO ESPORTIVO

A velocidade também é uma das características do jornalismo esportivo praticado no meio digital, porém, um sinal de alerta é ligado pelos pesquisadores do gênero. Dos autores recentes que contêm mais publicações ligadas ao tema, quem se destaca é Marcelo Frange (2016). No livro “A produção do jornalismo esportivo na internet”, o autor propõe uma discussão crítica a respeito da formatação da pauta e a relação com as exigências empresariais para a conquista incessante de cliques e audiência. No primeiro eixo do debate, Frange (2016) traz conceitos ligados aos critérios para escolha das reportagens numa visão geral do jornalismo. Uma das necessidades diárias para garantia de um bom material é a edição e revisão da matéria, antes de ser publicada. No ambiente digital, essa última fase do processo não acontece do modo eficaz, visto que a velocidade faz com que produção perca profundidade nos conteúdos abordados. Com isso, os recursos literários, tomados pela carga emotiva da sensibilidade do repórter, são vistos com cada vez menos frequência. Vale destacar que a reclamação do autor é a mesma de Coelho (2010), conforme abordado no primeiro capítulo dessa investigação.

Devido ao processo industrial das empresas jornalísticas ter como foco a agilidade, raramente os repórteres de futebol cobrem as partidas no estádio, com exceção de confrontos decisivos, clássicos ou com algum caráter especial. O costume de redigir acompanhando na televisão tem como consequência reportagens racionais, apoiadas em panoramas estatísticos e em recursos de gráficos e infográficos.

Sobre a linguagem e características, o webjornalismo esportivo leva vantagens em termos de quantidade de pautas, pelo fato de não ter a res

trição do limite físico, o que lhe diferencia do impresso. Dessa forma, qualquer novidade ao longo do dia pode vir a ser publicada, sem receio ou necessidade de readequação nas páginas para que o novo material, que se desdobrou mais tarde, seja veiculado.

Com base no estudo de Frange (2016), quanto mais notícias postadas no portal, melhor. Assim, entram as pautas denominadas “caça-cliques”, cujo único objetivo é o acesso ao site. O uso das notícias “caça-cliques” é apenas uma forma que os editores utilizam para prender a audiência no portal. A busca é pelo oferecimento de temas diferentes, curiosos e, principalmente, inovadores. Um exemplo que Frange (2016) descreve é o game Cartola F.C, que a cada ano ganha mais participantes no Globoesporte.com.

O aplicativo funciona da seguinte forma: o internauta escala o time para a rodada do Brasileirão, e a pontuação do jogador é proveniente da atuação individual dos jogadores escolhidos. Os administradores do Globoesporte.com estabelecem valores para cada tipo de pontuação, um gol vale oito pontos, uma assistência, quatro, e assim por diante. E como saber quais os jogadores indicados para formar o time rodada? Acompanhando o noticiário esportivo, inclusive, o Cartola F.C. tornou-se uma editoria do portal Globoesporte.com. em que repórteres do site mantêm os “cartoleiros” – assim que são chamados os participantes – atualizados sobre quem está disponível, quais são os possíveis desfalques e até mesmo, análises com dicas para montagem de um time econômico. Assim, o produto mercadológico deixa de ser uma obra do emissor com finalidade de ser consumida pelo receptor. O processo ganha novas proporções com os recursos de interatividade apresentados na web, uma dos elementos fundamentais para a funcionalidade dos portais.

Em seu trabalho de conclusão de curso para obtenção da graduação, Silveira (2009) acrescenta as transmissões em minuto dos eventos esportivos. Além da frequente atualização, o sistema também permite que os internautas mandem mensagens de modo ilimitado. Outra aproximação a ser destacada é a do público/torcedor com as fontes oficiais, no caso, as direções dos clubes e federações ligadas às modalidades.

Essa tendência da troca de informação entre emissor e receptor tende a obter resultados significativos quando há apropriação dos recursos multimídias, porém, é preciso salientar que, em muitos casos, as inovações estão atreladas ao aspecto financeiro. Um exemplo são as partidas futebol, pois a emissora detentora dos direitos econômicos de transmissão sai na frente com a disponibilização de vídeos no portal.

O uso do audiovisual também influencia em negócios publicitários da empresa.

Além de atrair o leitor, o vídeo contribui para o fã de esporte permanecer na notícia por mais tempo. Este artifício também é contabilizado no momento de negociação de publicidade. O repórter, portanto, não faz isso pensando apenas na qualidade jornalística, mas em colaborar financeiramente para o crescimento da empresa. O ato de colocar vídeos, áudios e imagens é uma das funções mais cobradas na redação nos dias atuais, podendo ser considerado uma regra. Alguns editores-chefes chamam isso de “recheiar” a nota (FRANGE, 2016, p.41).

Nesse contexto da influência do poderio econômico para desenvolvimento do portal, Tamires Fukutani (2009) analisou quatro sites especializados em jornalismo esportivo Futebol Interior, Lancenet, Globoesporte.com e UOL Esporte, com repercussão em âmbito nacional, no sentido de interatividade, multimidialidade e memória. O conteúdo que envolveu as pesquisas foram as notícias postadas dias após as rodadas do Brasileirão. A justificativa da autora é de que o período apresenta o maior volume de reportagens publicadas.

Durante a análise, Fukutani (2009) constatou que dos quatro portais averiguados, quem protagonizou mais o uso de recursos do jornalismo digital foram o Globoesporte.com e o UOL Esporte, ambos atrelados a dois grandes grupos de comunicação, no caso, o Globo.com e o UOL. Neste sentido de raciocínio, o Lancenet e o Futebol Interior ficaram para trás, porém, isso não impediu que os conteúdos veiculados nesses dois últimos sites deixassem de explorar pautas criativas. Uma possibilidade de fugir do “hard news” são as que abrangem a característica de memória.

Sandra de Deus (2014) traz como objeto de estudo o “Baú do Esporte”, vinculado ao Globoesporte.com, como uma alternativa para o fortalecimento do jornalismo interpretativo nos portais de cobertura esportiva. De acordo com a autora, a seção se destaca por apresentar recursos da hipertextualidade. Um exemplo foi a reportagem veiculada em alusão aos 60 anos de Zico, com textos, imagens, vídeos, áudios e infográficos. Em termos de exploração de conteúdo, que vão além das questões dentro de campo, De Deus (2014) relata outro caso, a especial “Voa, Mané: pássaro que virou mito”, sobre os 30 anos completados sem o craque Garrincha, postada em janeiro de 2013. A ênfase da autora para esse episódio é de que a equipe de reportagem do Globoesporte.com não deixou de utilizar as características da web para tratar de um material que se distanciava

da instantaneidade. Com base nos exemplos das reportagens de Zico e de Garricha, a autora propõe que o aumento de reportagens na web com profundidade pode trazer diversas vantagens em relação ao impresso, visto às limitações do espaço físico do papel. Para tanto, é preciso que o repórter se atente dos benefícios com o uso do recurso multimídia.

Voltando para o debate do recurso dos vídeos para a reportagem de internet e os rumos da produção desse segmento, Frange (2016) afirma que os internautas passam por um processo da “cultura do visual”, com o texto da reportagem ficando em segundo plano. Para chegar nessa conclusão, o pesquisador do gênero desenvolveu uma análise de três jogos da Copa do Mundo de 2014: Brasil X Croácia, no dia 12 de junho de 2014 (estreia na competição); Brasil X Chile, em 28 de junho de 2014 (confronto das oitavas de final que ficou marcado pelo abalo psicológico dos jogadores) e a derrota por 7X1 para a Alemanha, pela semifinal, no dia 8 de julho de 2014 (considerado o maior fracasso da história da seleção brasileira). As reportagens analisadas sobre esses três confrontos foram provenientes de quatro sites: Globoesporte.com (por fazer parte do maior grupo de comunicação do país e ser referência no jornalismo esportivo); ESPN (rede internacional que é considerada uma das mais principais marcas do jornalismo esportivo do mundo); GazetaEsportiva.net (espaço tradicional na produção de jornalismo esportivo nacional, mas que por motivos financeiros, deixou de ser referência na produção elaborada para os meios digitais) e a Folha de São Paulo (pelo fato de não ter a cobertura dedicada apenas para esporte e por apresentar uma linha editorial com uma abordagem mais séria sobre o conteúdo de jornalismo esportivo).

Como resultado, as matérias com mais destaques foram as que tiveram enaltecidos os recursos de vídeo e de outras mídias. Por isso, Frange (2016) denomina esse critério de audiência como a cultura do visual, determinante para a “reprodução do espetáculo”, no caso, o jogo de Copa do Mundo.

Mais que o relato, o leitor espera assistir aos gols e principais lances do duelo. É missão do jornalista transmitir, na reportagem, toda a emoção do espetáculo que o futebol, e o esporte no geral, proporcionam (FRANGE, 2006, p. 69).

Mesmo com todas as vantagens do webjornalismo sobre o meio impresso, Frange (2016), que costuma ter um tom crítico perante aos rumos da produção digital, levanta o seguinte questionamento: “o texto complementa o vídeo ou o vídeo complementa o texto?”.

Em uma matéria, podemos inserir imagens, textos, vídeos, narrações, tudo para que o leitor se sinta atraído a consumir a nota, a se informar, a se entreter. Decerto, o jornalista ainda não domina completamente as possibilidades que a internet nos oferece para criação de conteúdo. Embora o jornalismo esportivo digital crie conteúdos interessantes, é preciso encontrar maneiras de fazer com que a maior parte da produção seja de alta qualidade e não apenas superficial, que a matéria escrita volte a ser suficiente para o leitor, que as palavras transmitam a emoção de um gol anotado do atacante preferido. Que não se dependa tanto dos vídeos para se ter um conto jornalístico. O jornalismo esportivo on-line, assim como todo o mercado, enfrenta uma séria crise econômica e, para superar visando um futuro mais promissor, é preciso que o próprio jornalismo recupere seus valores, retorne aos seus princípios básicos, perdidos nos últimos anos na tentativa de domínio completo dos meios eletrônicos (FRANGE, 2016, p. 146-147).

A dependência dos recursos visuais preocupa Frange (2016), que faz um alerta para uma queda de qualidade dos textos jornalísticos. Pelos problemas econômicos que circundam a profissão, o pesquisador crê na necessidade de uma readequação do processo da notícia, que também envolve outro elemento: a instantaneidade, tema explorado com mais detalhes no próximo tópico.

A INSTANTÂNEIDADE DA COBERTURA ESPORTIVA

Como já debatido na pesquisa, o imediatismo é uma das ações que impera o trabalho feito no jornalismo digital. Com o advento de recursos multimídia, a forma de produção acelerada passou a ter frequência nos portais de notícias. E a pauta esportiva é um dos segmentos que mais se enquadra nesse modelo de cobertura dos fatos, muito em função das tradicionais coberturas em tempo em real, “minuto a minuto” de futebol, modalidade envolvida na maioria dos casos. No final de uma partida, o repórter posta uma notícia com base nas descrições lançadas durante os 90 minutos, com o acréscimo de um lide e um resumo do confronto. Em sua pesquisa, Frange (2016) acompanhou o processo de produção de um repórter do site ESPN.com.br durante e após o duelo entre Arsenal, da Inglaterra, e Olympiacos, da Grécia, no dia 9 de dezembro de 2015, válido pela UEFA Champions League, principal competição de clubes na Europa. O profissional escolhido pela empresa tinha multitarefas: coordenar as interações em tempo real (a atualização minuto a minuto era

feita por outro jornalista) e acompanhar os desdobramentos do confronto entre Bayern de Munique, da Alemanha, e Dínamo de Zagreb, da Croácia, para incluir na matéria final, visto que o resultado desse jogo poderia influenciar na classificação de Arsenal ou Olympiacos, pois eram do mesmo grupo.

A partida era prevista para iniciar às 17h45min, contudo, antes, a cobertura em tempo-real já tinha feito nove interações. Até o fim do primeiro tempo, outras oito publicações foram ao ar. Na etapa final, a redução foi para quatro, entretanto, a justificativa para queda nos números era a necessidade do repórter dar prioridade para o trabalho de redigir a matéria, em função da instantaneidade do meio online, conceito explorado anteriormente nessa investigação.

Quanto à montagem da estrutura da notícia, Frange (2016) relata que o primeiro parágrafo foi escrito às 18h43min, ou seja, aproximadamente uma hora após o apito inicial do jogo. Depois, outros dois foram construídos, mais especificamente às 18h58min e 19h13min. Já das 19h14min até às 19h36min – horário da publicação – oito parágrafos tinham sido escritos. Quatro minutos após o fim do jogo, a reportagem foi ao ar. Das 19h36min às 19h45min, o jornalista inseriu mais uma foto e seis links que redirecionavam para outros confrontos da Champions League, eis, aqui, o conceito dos hiperlinks. Somente após ter cumprido todo esse processo no portal e divulgado o material no Twitter é que a matéria foi revisada. Cabe destacar que ainda às 21h06min, o repórter inseriu um vídeo, cujo conteúdo era composto por trechos retirados do programa Futebol no Mundo da TV ESPN.

O pesquisador costuma utilizar como base a UEFA Champions League para analisar o comportamento da produção do jornalismo esportivo na internet, visto a relevância e o alcance midiático da competição, tanto com o público que gosta de futebol quanto ao mercado publicitário. Justamente por essa visibilidade que uma cobertura ampla de uma Champions League pode render um número significativo de cliques e, consequentemente, atrair novas oportunidades de negócios para a empresa e demais gerenciadores do portal.

Outra partida alvo das análises de Frange (2014) foi a final entre Real Madrid X Atlético de Madrid, no dia 24 de maio de 2014, em Portugal, sob a óptica da cobertura feita pelos sites ESPN.com.br, Globoesporte.com e GazetaEsportiva.net. Conforme a análise, ESPN e Globoesporte não se restringiram à ordem cronológica dos lances da partida e apresentaram um texto mais “liberal”. O que os diferenciou foi a disponibilização

de repórteres in loco no evento, recurso não utilizado pelo Gazeta, que apresentou um desenvolvimento vertical no relato da partida. A parte com mais destaque nos dois primeiros portais citados é a dos vídeos, considerados, atualmente, primordiais para o desenvolvimento da pauta esportiva no meio digital.

A velocidade pode ser benéfica, no entanto, os veículos de comunicação não passam por adequações no sentido de disponibilização de profissionais conforme a quantidade de trabalho. Também há o fator financeiro como um dos influenciadores desse processo, por isso Frange (2016) detecta que cada vez mais estreita a relação dos portais com as agências de notícias, com o intuito de suprir possíveis riscos de lacunas entre os horários do dia. O autor cita que o site ESPN, por exemplo, contém de 50% a 60% de seu conteúdo proveniente de agências. O portal Terra, por sua vez, tomou a decisão de demitir 80% de sua equipe para adentrar nessa nova tendência do webjornalismo. Uma das praticidades argumentadas por quem opta pelo recurso são os press-release, com falas de jogadores. Porém Frange (2016) argumenta que a consequência é um conteúdo quase que idêntico em relação aos demais sites.

“É inevitável dizer que isso prejudica e desvaloriza o profissional de jornalismo. Muitos, porém, são reféns desse mecanismo que se instalou tornando-se habitual (FRANGE, 2016, p. 93)”.

Ainda com base nos estudos de Frange (2016), os principais sites esportivos também se apoiam nas matérias chamadas de “caça-cliques”, cujo único foco é o acesso ao material. E a pauta esportiva se enquadra nesse contexto, pelo fato de sua produção tratar o atleta como personagem, e os seus feitos como grades atos, o transformando em ídolo/celebridade. O autor entende que as pessoas tendem a querer saber cada vez mais. A vida profissional do esportista passa a não ser mais suficiente para satisfazer o consumidor. Então, é preciso que a vida privada seja exposta. É comum publicações sobre namoradas, restaurantes e baladas frequentadas, cortes de cabelo e demais questões que possam render um número significativo de cliques no portal.

Por conta dessa “invasão” à vida pessoal dos atletas, obviamente, suas contas nas redes sociais se transformam em fontes de notícias. Carlos Teixeira (2016) analisou a relação de três portais de notícia com o perfil de Neymar no Instagram, durante janeiro e maio de 2016. Antes de expor os números da averiguação, eis um dado que atesta o argumento de Frange (2016).

Até maio de 2016, Neymar liderava o ranking de perfis brasileiros com mais seguidores (49,7 milhões), enquanto que a segunda colocada era Bruna Marquezine – curiosamente sua namorada, na época –, com 14,6 milhões. Ao todo, Teixeira (2016) analisou 346 notícias do jogador, a partir da busca Google News. Dessas, 41% eram oriundas do Globoesporte; outras 41% do portal Terra e 18%, do UOL.

Na categorização por assuntos de Neymar, 59% foi relacionado sobre futebol, 13% a respeito de suas postagens nas redes sociais, 11% de temas diversos, 10% de questões econômicas e 7% neutro (quando Neymar foi citado indiretamente, sem ser o tema principal da reportagem).

Alguns exemplos utilizados pelo autor de notícias veiculadas nesses três sites são “Neymar posa só de toalha e exhibe barriga sarada” ou “Aborrecido com críticas no Barça, Neymar muda hábitos na rede e até com fãs”. Teixeira (2016) conclui que três fatores são predominantes para esse fenômeno: o público (que tem interesse pela vida privada); o atleta (que impulsiona esse tipo de conteúdo pelas suas redes sociais); e a mídia em si (que distribui a informação).

Mas, se por um lado, as notícias caça-cliques dominam a indústria jornalística, um movimento surge paralelamente, que é o da criação de blogs e portais destinados aos esportes tratados como secundários por grande parte dos brasileiros. Ou até mesmo, criado com a finalidade de disponibilizar conteúdo diferenciado sobre futebol. Mais detalhes no tópico a seguir.

A WEB COMO ESPAÇO PARA MODALIDADES SECUNDÁRIAS

Em meio às críticas sobre a velocidade da informação, um aspecto que é visto como positivo é o crescimento da cobertura de esportes com pouco espaço na mídia tradicional e nos grandes portais. A defesa de Liana Rocha e Luciano Maluly (2016) é de que, enquanto os noticiários dos grandes portais seguem a linha de chamadas para eventos, divulgação de resultados e opiniões de colunistas, os sites que abrangem espaços alternativos têm a oportunidade de aprofundamento do conteúdo. Os autores relatam que esses sites abrangem seções de história; educação; locais de prática; instituições que praticam o esporte; ídolos; espaço para torcedores; biblioteca virtual, entre outros tópicos.

No que tange a trazer propostas alternativas, Rocha e Maluly (2016) citam o Ludopédio, criado em 2009, com a intenção de “falar sobre futebol a partir de um olhar interdisciplinar, vinculado às diversas áreas das

Ciências Humanas”. O portal faz uma relação entre materiais, jornalísticos, artísticos e acadêmicos.

Sobre espaços relacionados às outras modalidades, os pesquisadores apontam o Portal do Rugby como um modelo, considerado um dos principais divulgadores da modalidade. A pesquisa também se estende para os veículos tradicionais, para saber se a expansão de outras modalidades está sujeita a grandes portais, no caso o “Lancenet!”. Embora a maior parte do conteúdo seja voltada para o futebol, o espaço também explora conteúdos de automobilismo, vôlei, lutas, basquete, atletismo, tênis, ginástica artística, entre outras modalidades, o que não ocorre com tanta frequência na versão impressa “Lance”, até pela função do limite do espaço físico.

O debate sobre ampliação de outros esportes tem o acréscimo de Ygor Silva e Carlos Guimarães (2012). A tese dos autores é de que a popularidade e os “sumiços” de modalidades como boxe e tênis, que já foram alvo de grandes coberturas, estão atreladas à necessidade de ter atletas brasileiros em destaque. Eis, a relação do esporte com idade.

Já outros esportes que apresentam um crescimento de popularidade, Silva e Guimarães (2012) exemplificam o caso do futebol americano, que ostenta uma considerável elevação de praticantes no país, bem como um número alto de acessos nos portais temáticos. Em 2011, o site Diário NFL foi o mais acessado no Brasil entre os que estão vinculados à plataforma WordPress. Porém, mesmo com esses dados, os autores argumentam que o fator determinante é que até hoje nenhum brasileiro atuou por um time profissional dos Estados Unidos.

Por fim, Rocha e Maluly (2016) evidenciam a lacuna aberta para exploração de conteúdos diversificados dentro do segmento esportivo nos meios digitais, com perspectiva de inovações nos portais alternativos que surgem regularmente até os sites já consolidados em âmbito nacional e, até mesmo, internacional. E a busca pelo “diferente” também engloba o futebol, paixão nacional, com outros tipos de conteúdo, como crônicas, espaço do torcedor, promoção de eventos e debates filosóficos e acadêmicos sobre a modalidade.

CAPÍTULO XV

A FUNÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO

Fora o aspecto industrial, o jornalismo também pode servir como uma importante ferramenta para transformação social. A elaboração de pautas que tratam de temas que podem gerar este tipo de impacto ou que apresentam assuntos que, até então, eram vistos como “tabus”, contribuem para a percepção e julgamento do público receptor, do que representa a realidade. Além de falar a respeito do jornalismo por si, este capítulo também traz apontamentos relacionados ao segmento esportivo, de autores que defendem a extensão do conteúdo das reportagens para temáticas que primem à saúde e a formação social de cidadãos. Esses conceitos são de suma importância para reflexão, visto que a investigação dessa pesquisa se propõe a trabalhar com cobertura de modalidades paralímpicas e a forma como estas são inseridas na mídia.

O JORNALISMO COMO FORMA DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

Em termos de responsabilidade que o jornalista possui com o meio social, Jorge Ijuim (2009) apresenta algumas considerações, respaldado pelos pensamentos do educador, pedagogo e filósofo brasileiro, Paulo Freire, mais especificamente da obra “O compromisso do profissional com a sociedade”, publicado em 1979. Segundo o autor, a produção de uma reportagem não reflete somente os fatos expostos pelo jornalista, pois todos os significados atribuídos naquele conteúdo têm influência direta da vivência da vivência deste jornalista. Consequentemente, ele defende que não há como haver impactos na “construção da realidade”.

Nesse sentido, quando o jornalista se comove com o tema, a produção da reportagem está sujeita a resultados positivos, conforme avalia o autor. Notoriamente, Ijuim (2009) apresenta uma defesa pela “humanização da notícia”. Para isso, ele apresenta, em seu artigo, um caso de 2008, quando o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou os resultados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) daquele ano. A abordagem trazia à tona vários aspectos, como a população ativa, trabalho com carteira assinada, trabalho infantil e acesso à educação formal. Para analisar o modo como o tema recebeu tratamento

da mídia, Ijuim (2009) contextualizou o teor das reportagens da Folha de S. Paulo e O Estado de São Paulo.

No caso da Folha de S. Paulo, o assunto foi explorado em uma série de 13 reportagens, chamada de “Retrato do Brasil”. A equipe do jornal elaborou o material baseado no relatório, com a adição de fontes oficiais, como o diretor responsável pela pesquisa e os ministros do Trabalho e da Previdência.

Por outro lado, O Estado de São Paulo, um dia depois da divulgação da pesquisa, veiculou um caderno de seis páginas, denominado PNAD Especial. Da mesma forma que a Folha de S. Paulo, o jornal também recorreu aos resultados e as fontes oficiais. Entretanto, o material alçou voos maiores, com entrevistas de personagens relacionados aos aspectos da pesquisa (beneficiados com assinatura de carteira, novos alfabetizados e trabalhadores infantis).

Em resumo, o primeiro jornal não deixou de abordar o tema com credibilidade. Contudo, Ijuim (2009) destaca que o processo foi feito num ponto de vista “macro”, com interpretações baseadas em estatísticas, enquanto que o segundo veículo analisado trouxe perspectivas diretas dos personagens envolvidos nas estatísticas, lembrando que “tais números são constituídos por pessoas que têm nome, endereço e identidade”.

O raciocínio de Ijuim (2009) vai ao encontro do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007), elaborado e atualizado pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). Conforme o artigo 6º, inciso XI, é dever do jornalista “defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, dos adolescentes, das mulheres, dos idosos, dos negros e das minorias”. Outro trecho que pode ser relacionado com o foco da pesquisa é o inciso XIV, também do artigo 6º, que diz o seguinte: “é dever combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental”.

Esse é um exemplo do que representa um aprofundamento da notícia, tarefa que não tem sido feita, na maioria dos casos, conforme análise do pesquisador. O advento da tecnologia propiciou inúmeros recursos para agilidade na busca da informação e interação com o público receptor, fora a possibilidade de convergência com outras mídias.

Porém, paralelo a esse avanço, a pressa e a ansiedade pelo furo viraram prioridade nas redações. Como consequência, o tempo para pensar reduziu drasticamente.

A agilidade faz parte do processo industrial em que as redações estão submetidas. Porém, Nidiane Perdomo (2015) fala em um conflito entre o papel social com os interesses mercadológicos. De um lado, há o jornalismo como um colaborador para o exercício da cidadania; do outro, a percepção do interesse público sob o comando de estratégias rentáveis financeiramente para a empresa.

Em meio a esse contraste, a autora aponta o jornalismo de serviço como um “equalizador”, para que haja consenso entre as partes.

O PAPEL SOCIAL NO JORNALISMO ESPORTIVO

Na área esportiva, a responsabilidade social do jornalista não é diferente. Além da cobertura de modalidades, o jornalismo esportivo tem um alcance muito mais amplo na sociedade quando divulga ações de cidadania, histórias de vida e o vínculo com a saúde e o bem-estar. No entanto, muitas pautas desse cunho acabam ficando em segundo plano na rotina diária, em decorrência da pressão por agilidade e cobrança empresarial, seja no aspecto econômico, movido pela audiência, ou até mesmo pela influência dos tipos de publicações que são feitas pelos veículos concorrentes.

Flaviana Souza (2006), na monografia “Função social do jornalismo esportivo: uma análise dos programas Globo Esporte e Esporte Espetacular”, verificou o espaço fornecido para matérias que divulgavam ações sociais. A análise envolveu 15 edições dos dois programas, no período de 30 de abril a 15 de maio de 2006. Das 149 reportagens veiculadas, apenas seis atendiam os critérios objetivados na pesquisa.

A pouca abordagem social da mídia esportiva não é somente assustadora como um desperdício da oportunidade de inteirar a sociedade sobre a importância do esporte como instrumento de transformação. A resposta adotada pelos jornalistas em relação às escolhas das pautas tenderem a certas modalidades justificada pelo fato da população interessar-se por esses assuntos. Mas será que este interesse surge porque as matérias são constantemente divulgadas ou as matérias são divulgadas porque existe interesse? Quem nasceu primeiro, o ovo ou a galinha? (SOUZA, 2006, p. 35).

Para preencher essa lacuna, Souza (2006) sugere que a pauta esportiva seja sinônimo de saúde, força, superação e integração, movimentos que também pode ser interligados com nação, religião, educação, cultura e, até mesmo, política, pois países que vivem em zona de conflito podem demonstrar gestos nobres pelo esporte. Um exemplo aconteceu nas Olimpíadas de Sydney (2000), na Austrália, e Atenas (2004), na Grécia, quando as delegações da Coreia do Sul e Coreia do Norte, famosas pelas guerras entre elas e por posicionamentos políticos distintos, desfilaram juntas na cerimônia de abertura (SILVEIRA, 2009, p.37).

Pautas que trazem um resgaste da autoestima e valorizam ações de cidadania são extremamente fundamentais. No entanto, as exigências do mercado obrigam o jornalista a seguir uma determinada linha, até mesmo, para que possa garantir seu emprego. Também é obvio que a pauta esportiva obedece a critérios de noticiabilidade, conceito já explicado em capítulo anterior. Porém, se limitar apenas num segmento e deixar de lado temas “ricos” que envolvem o esporte é o que Souza (2006) aponta como necessário nos tempos atuais.

Devido ao poder de persuasão que o futebol tem sobre a sociedade, o jornalista tem uma grande oportunidade de utilizá-lo como uma ferramenta para “alfabetizar socialmente” a população, por meio de matérias especiais, colunas e artigos, como bem fizeram os cronistas Nelson Rodrigues e João Saldanha (DINIZ F., 2006).

Mestre em comunicação, Marcelo Cardoso (2017) defende que a percepção do jornalista esportivo, no ponto de vista de uma cobertura mais ampla, deve ser formada ainda no início da carreira, preferencialmente, no período em que está dentro de uma sala de aula. Com isso, o processo de elaboração de pautas que optem por temas diferenciados e pouco explorados, como políticas públicas, saúde e educação, será automático na rotina profissional desse jornalista.

Os jornalistas esportivos precisam avaliar corretamente a relação que o esporte tem com os setores político e econômico da sociedade. Essa atividade mexe com o poder e é responsável por grandes verbas publicitárias públicas ou privadas. (...) Os jornalistas têm a obrigação de fiscalizar essas relações do esporte e exercer o direito de denúncia toda vez que os interesses particulares se sobrepuserem ao interesse público. Os bastidores do mundo do esporte ainda são poucos conhecidos pela sociedade, pouco divulgados, e são raros, infelizmente, os profissionais que se dedicam a uma cobertura crítica do esporte. Nem mesmo a Justiça, o Ministério Público e as comis

sões especiais de inquérito conseguem avançar nesse campo (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p.118-119).

No mesmo eixo dessa discussão, também é possível levantar a hipótese de unir o aspecto social com a cobertura dos esportes de alto rendimento, cujo foco é a competição. Nota-se essa perspectiva no esporte paralímpico, que conta com várias histórias de mudanças de vida. Ao mesmo tempo, os números de conquistas de medalhas por brasileiros superam as estatísticas dos esportes convencionais.

Por essas razões, Andreia Macedo e Dalila dos Santos (2015) questionam o espaço concedido pelos meios de comunicação de massa para os esportes paralímpicos. E quando há o espaço, a crítica das autoras é em relação à ênfase, da deficiência se sobressair sobre a rotina do atleta em si e as questões técnicas do esporte.

Muito se fala em inclusão social e o fortalecimento de políticas públicas. No esporte, não é diferente. Muitas barreiras precisam ser quebradas, e isso não passa somente pelos resultados dos atletas de alto rendimento, mas na cultura de cada indivíduo, de não apresentar distinções entre as pessoas. (MACEDO; DOS SANTOS, 2015).

Dentro do jornalismo, os autores definem que a contribuição para essa mudança de pensamento pode ser feita quando os jornais contemplarem outras modalidades, sem discursos preconceituosos, livres de possíveis estereótipos e clichês. Assim, o paradesporto terá grandes chances de emplacar, visto que já obtém resultados expressivos em eventos internacionais.

No próximo capítulo, o estudo se concentra na cobertura de megaeventos esportivos e suas interfaces, visto que a pesquisa envolve duas competições que mobilizam atletas do mundo inteiro.

CAPÍTULO V

A COBERTURA JORNALÍSTICA DE MEGAEVENTOS ESPORTIVOS

Como os campeonatos alvos desta pesquisa – Jogos Olímpicos e Paralímpicos – mobilizam milhares de atletas, diversas nações, uma multidão de espectadores e veículos imprensa do mundo inteiro, o “espetáculo esportivo” alcança proporções acima do habitual, com isso, a cobertura jornalística tem a missão de trazer uma abordagem diferenciada, conforme os comentários dos pesquisadores do assunto. Segue alguns conceitos sobre a cobertura em “megaeventos esportivos”.

OS DESAFIOS DO JORNALISMO EM MEGAEVENTOS ESPORTIVOS

A primeira questão, quando se fala em “mega”, é o entendimento de que se trata de algo acima do padrão. No esporte, a expressão “megaevento esportivo” tem relação com o espetáculo. No livro “Atlas do Esporte no Brasil”, Lamartine DaCosta (2005) conceitua megaeventos “cuja magnitude afetam economias inteiras e repercutem na mídia global”. E essa influência ocorre com preponderância, conforme Anderson Gurgel (2009), quando há o processo de midiaticização. Jogos Olímpicos e Copa do Mundo de Futebol são alguns exemplos de eventos considerados como estratégicos para o triunfo dessa relação, que causa impacto direto na economia, na política e na cultura dos países, estados e municípios responsáveis por sediar tais atividades. Por conta dessa expansão, que vai além do esporte em si, Gurgel (2014) relata que a imprensa tem um papel fundamental, no ato de transmitir a informação com ética ao receptor, a fim de que o espetáculo e suas proporções não fujam da realidade.

Se um megaevento recebe esse termo, por envolver milhões de pessoas do mundo inteiro e abranger outras áreas da sociedade, Gurgel (2014) chega à conclusão de que esse tipo de atividade apresenta dois tipos de dinâmicas, que ocorrem paralelamente. A primeira é a do confronto esportivo que é assistido pelo espectador que está no local; a outra é o jogo transmitido pelos meios de comunicação de massa, a chamada “midiaticização”. Neste caso, o “jogo-jogado” passa a ser um produto de consumo que, na visão do autor, atende necessidades econômicas, que envolvem acertos comerciais e de marketing entre os diretores da empresa de comunicação com os organizadores do megaevento.

Numa edição de Copa do Mundo, os jogos da seleção brasileira se transformam num espetáculo. Os brasileiros interrompem o trabalho para assistir as partidas. Devido à audiência no mundo inteiro, as vitórias construídas são narradas como grandes feitos, cumprindo o papel da midiática, segundo Gurgel (2014). Todavia, a carga emocional também é a mesma nas derrotas, ainda mais quando ocorrem vexames, como a goleada sofrida pelo Brasil, por 7 a 1, para a Alemanha, na semifinal da Copa do Mundo de 2014, em pleno solo brasileiro.

Campos (2015) afirma que um megaevento esportivo é constituído por uma “gestão de imagens”, escolhidas para fins econômicos de alcance midiático. Isso por meio de expressões vibrantes ou de sentimentos. Para atestar o discurso, o pesquisador analisou 50 capas referentes à derrota de 7 a 1. Muitas delas apresentavam palavras como “humilhação”, “vergonha”, “pesadelo” e “tragédia”.

Assim, as derrotas também se apresentam como uma grande ferramenta para a midiática do megaevento esportivo. No caso dos 7 a 1, a repercussão extrapolou o ambiente da partida de futebol, como se a derrota fosse motivo de vergonha para a nação como um todo.

Um exemplo tardio dessa potencialidade pode ser visto numa mensagem de “Twitter” divulgada por um veterano jornalista da área esportiva, o Gian Oddi. A reportagem foi intitulada de “Seleção alemã manda doações a crianças carentes, mas Receita Federal do Brasil retém tudo”. Ao compartilhar nessa rede social a notícia do “Portal ESPN” sobre a burocracia alfandegária brasileira e doação ainda não recebida, o jornalista não resistiu e cravou o sintético texto: “8x1” (CAMPOS, 2015, p.14).

Essa relação com outras áreas da sociedade faz com que haja desdobramentos na programação do próprio megaevento. Campos (2012) classifica os eventos criados a partir de um grande como “guarda-chuva”, ou seja, resultam na abertura de outras atividades afins, consideradas como preparatórias. Se no esporte, as etapas classificatórias antecedem o megaevento, como é o caso de uma Olimpíada, que representa o final de um ciclo olímpico de provas, durante esses quatro anos de espera, a sociedade também promove ações de engajamento. Na Copa do Mundo, por exemplo, um ano antes, o país-sede recebe a Copa das Confederações, evento-teste que funciona nos mesmos moldes do torneio.

O autor também considera como eventos “guarda-chuva”, o sorteio dos grupos de uma Copa do Mundo, eventos culturais, trajeto da tocha olímpica, entre outros. O fenômeno também atende outras áreas além do esporte, como iniciativas voltadas para o turismo e a cultura, projetos e concursos que, conforme o pesquisador.

Pelo fato dos megaeventos esportivos serem muito mais amplos do que as competições rotineiras, as mudanças também devem passar pela linguagem jornalística. Para Campos (2012), o jornalismo precisa rever seus conceitos, no que diz respeito à cobertura e o que é interesse do público-alvo, pois o esporte em si é apenas uma parte de um espetáculo que também abrange negócios, política, tecnologia, turismo, entretenimento, exigindo, assim, uma qualificação maior do repórter para lidar com assuntos diversificados numa mesmo momento.

A COMPETIÇÃO E SUAS INTERFACES

A discussão prossegue nesse novo tópico, com as interfaces ocasionadas no ambiente dos megaeventos esportivos. A junção de vários segmentos, conforme exposto por Campos (2012) obriga o jornalista a ter conhecimentos gerais sobre outros temas. Exemplo disso foi a onda de protestos em todo o Brasil, durante a Copa das Confederações, em 2013.

De acordo com Campos (2013), o apelo popular e a visibilidade gerada pelo futebol fez com que o torneio servisse como um “palco perfeito” para que os brasileiros fossem às ruas e manifestassem sua insatisfação com os políticos e demais lideranças do país. Entre as principais pautas dos protestos, a realização da Copa do Mundo era o principal. O argumento dos manifestantes era de que havia outras prioridades de investimentos, como a construção de hospitais e escolas. Um dos momentos mais marcantes ocorreu na execução do Hino Nacional Brasileiro, sempre antes dos jogos do Brasil.

As regras da FIFA determinavam que o hino fosse reproduzido numa rápida versão. Por sua vez, os manifestantes, contrariados com a decisão, permaneciam cantando, ao estilo à capela, quebrando todo o protocolo montado pela organização. No decorrer dos jogos, os próprios jogadores da seleção brasileira passaram a adotar o hábito de permanecer cantando o hino, fato que se repetiu, também, na Copa do Mundo de 2014.

Em termos de cobertura jornalística, grande parte da programação diária dos jornais, durante a Copa das Confederações de 2013, tinha como foco a onda de protestos, originados pelo Movimento Passe Livre. E as manifestações, segundo Andréia Gorito (2013), passaram a servir como um contra-ataque ao próprio evento realizado no país.

Uma delas é sobre o discurso datado de ver no esporte e no futebol em particular somente os elementos de alienação popular. O mesmo futebol que nos mantinha embalados em

berço esplêndido foi mídia perfeita para externar tudo o que pensamos e tudo o que queremos para criar um novo Brasil. Acreditamos que esse evento contribuiu para a abertura de um amplo debate na opinião pública brasileira: pautou a discussão sobre a boa gestão dos recursos e escancarou o debate sobre os ganhos e perdas que os altos investimentos geram para os países e cidades-sedes (CAMPOS, 2013, p.14).

Para Carlos Júnior (2015), o debate também proporcionou um legado de ampliação das notícias desportivas. Um fenômeno que pode contribuir com isso é o fato das Olimpíadas terem ocorrido no Brasil, despertando a sensibilidade dos veículos de comunicação para temáticas e modalidades que não frequentavam com tanta assiduidade o roteiro das pautas.

O atendimento ao turista, os gastos com infraestrutura, a preparação da cidade para receber um megaevento, normalmente seriam temas ligados à editoria internacional, conforme Júnior (2015). A diferença é que os assuntos, embora não estivessem relacionados diretamente com o “jogo-jogado”, acabaram gerando impactos consideráveis na atividade esportiva.

Conforme exemplifica Júnior (2015), o Comitê Olímpico Brasileiro (COB) preparou, um ano antes das Olimpíadas, várias compilações audiovisuais (playlists), separadas por tópicos, como meio ambiente, transportes, infraestrutura e instalações olímpicas. Ou seja, fica evidente o diálogo entre esporte e turismo, na preocupação com o planejamento urbano, as atrações que a cidade oferece e serviços de hotéis, transporte e alimentação para quem vem de fora.

Outro aspecto é o social, quando o esporte vai além da disputa e une povos do mundo inteiro, com ideologias políticas diferentes. A inclusão e a dignidade humana fazem parte do discurso adotado pelos Jogos Olímpicos. Ana Freire (2016) faz uma análise de discurso do Comitê Olímpico Internacional (COI) sobre a participação da delegação dos atletas refugiados nas Olimpíadas do Rio de Janeiro, em 2016.

Um ano antes, o COI divulgou que iria criar um fundo de emergência, no valor de 2 milhões de dólares, para prestar ajuda aos refugiados dos países que estavam em guerra na África, Europa e Oriente Médio. O contato e abertura de relações fizeram com que o COI formasse um time de refugiados, composto por 10 atletas da Etiópia, Congo, Síria e Sudão do Sul.

Um caso semelhante ocorreu nas Olimpíadas de Londres, em 2012, com o maratonista sul-sudanês, Guor Marial, refugiado nos Estados Unidos, que competiu com a bandeira olímpica. Neste caso, os atletas não

defendem seu país de origem, nem o que os acolheu, mas sim, o time de Atletas Olímpicos Refugiados (FREIRE, 2016, p.7).

Das matérias publicadas no site oficial do COI, Freire (2016) considera três como essenciais para o estreitamento da relação com os refugiados e que tiveram viés social. A primeira leva o título de “COI anuncia ajuda humanitária de 2 milhões de dólares a refugiados”, postada em 4 de setembro de 2015; a segunda, “Brasileiros vão receber atletas refugiados ‘de braços abertos’, diz diretor do Rio 2016”, em 3 de março de 2016; e a terceira, “Esporte acolhe dez atletas refugiados, que competem no Rio 2016 sob a bandeira Olímpica”, de 3 de junho de 2016.

Pela influência que os veículos de comunicação de massa exercem nos megaeventos esportivos, a publicação de um material que envolva os campos sociais é de fundamental importância para atender as necessidades de transformação social, a essência da prática esportiva. O acolhimento dos atletas refugiados é um exemplo de ação que ocorre por intermédio de megaeventos, em função da visibilidade e alcance internacional. Isso comprova o conceito de que o megaevento esportivo vai além do “jogo-jogado”. O jornalista que estiver mais qualificado para lidar com vários temas larga em vantagem dos demais.

CAPÍTULO VI

O FUTEBOL OLÍMPICO E PARALÍMPICO NO GLOBOESPORTE. COM

Com embasamento teórico nos capítulos anteriores, a pesquisa chega à parte da análise, cujo objetivo é responder a problemática inicial deste trabalho, das semelhanças e diferenças da cobertura do futebol olímpico com a do futebol paralímpico no Globoesporte.com. Mas antes de explorar os resultados da análise, é preciso entender os métodos utilizados nesta pesquisa, bem como, apresentar um breve panorama sobre Olimpíadas, Paralimpíadas e o portal Globoesporte.com.

METODOLOGIA

Para fazer o comparativo da cobertura do futebol olímpico com o paralímpico no Globoesporte.com, ficou definido que a análise fosse realizada no período dos jogos Rio 2016, no caso, 3 a 21 de agosto (Olimpíadas) e 7 a 18 de setembro (Paralimpíadas). Com o material coletado do Globoesporte.com, o foco da pesquisa se concentrou em detectar as semelhanças e diferenças na cobertura olímpica, com o futebol convencional, e na paralímpica, com o futebol de cinco e futebol de sete.

Mas, para isso, houve a necessidade de estabelecer três objetivos específicos. O primeiro foi verificar a quantidade de matérias sobre futebol e o enfoque temático das mesmas. Num segundo passo, o trabalho consistiu em detectar a estrutura e linguagem das reportagens. E num terceiro e último passo, averiguar a forma como que o jogador de futebol foi representado no portal Globoesporte.com, isto é, o discurso do conteúdo nas reportagens.

Neste caso, a pesquisa se caracteriza por ser quali-quantitativa, quer dizer, utiliza dois métodos para seu sucessivo desenvolvimento. O conceito de ambas é descrito por Tatiana Gerhardt e Denise Silveira (2009). Conforme as autoras, a pesquisa qualitativa busca a explicação dinâmica das relações sociais e de um determinado fenômeno. Elas apontam como itens fundamentais a objetivação do fenômeno, a hierarquização das ações de descrever, explicar, compreender e observar as diferenças entre o mundo social e natural. Neste caso, a representação dos jogadores e a linguagem escolhida para a reportagem é fruto de uma pesquisa qualitativa.

Por sua vez, a pesquisa quantitativa, como já diz o nome, quantifica os resultados. Gerhardt e Silveira (2009) destacam que o material coletado é tratado como o retrato real de toda a população alvo da pesquisa. Portanto, este procedimento é centrado na objetividade e só pode ser compreendido por intermédio de dados brutos. Na presente pesquisa, o conceito é aplicado na contabilização das matérias e na estatística do enfoque temático.

Em meio ao processo quali-quantitativo, o procedimento utilizado é de análise de conteúdo. Conforme Laurence Bardin (1977), trata-se de um conjunto de técnicas, embasado por procedimentos sistemáticos. A autora divide o processo em três fases: pré-análise (momento para sistematizar a ideia inicial e definir o planejamento); exploração do material (destinado à codificação e organização da pesquisa) e tratamento dos resultados, interferência e interpretação (quando os resultados passam a ganhar um significado e contribuir para responder o tema investigado).

E como trata-se de uma análise documental, no caso as reportagens coletadas no Globoesporte.com, a pesquisa também apresenta métodos descritivos que, segundo Augusto Triviños (1987), são caracterizados pela necessidade da investigação reunir uma série de informações, como a coleta de dados, questionários, escalas ou entrevistas, para obter resultados, fugindo da possibilidade de chegar a resultados somente pela observação.

O FUTEBOL NAS OLIMPÍADAS ¹ E PARALIMPÍADAS ²

Nas Olimpíadas, o futebol foi instaurado na segunda edição dos jogos modernos, em Paris (1904), apenas como um torneio de exibição. Mas o esporte só veio a ser reconhecido pelo Comitê Olímpico Internacional na edição de 1908, na Grã-Bretanha, com vitória do país-sede. Até o último torneio, em 2016, a Hungria é a maior vencedora, com três medalhas de ouro e uma de bronze. Em segundo, vem a Grã-Bretanha, também com três de ouro, mas nenhuma de prata e bronze. O Brasil, por sua vez, estreou em Helsinque (Finlândia), em 1952, e possui uma de ouro, três de prata e duas de bronze. O primeiro título foi em 2016, nos pênaltis, sobre a Alemanha.

¹Dados disponíveis em <https://www.olympic.org/>

²Dados disponíveis em <https://www.paralympic.org/>

Nas Paralimpíadas, das duas modalidades, a primeira a ser implantada foi a de futebol de sete, em 1984, nos jogos de Stoke Mandeville/ Nova York. Naquela edição, o Estados Unidos ficou com o ouro. Após, Ucrânia, Holanda e Rússia revezaram no lugar mais alto do pódio. Na classificação por medalhas, a Ucrânia fica em primeiro, com três de ouro e uma de prata. A seleção brasileira conta com uma medalha de prata e duas de bronze. A mais recente delas foi no Rio de Janeiro, em 2016. E no caso da segunda modalidade, o futebol de cinco estreou já no século XXI, em Atenas (2004). Todas as quatro edições até hoje foram vencidas pelo Brasil. Em segundo lugar no ranking aparece a Argentina, com uma medalha de prata e duas de bronze.

GLOBOESPORTE.COM³

Criado em 2005, o Globoesporte.com obteve em pouco mais de um ano a marca de um milhão de visitantes únicos. Logo em 2006, o site já enviou profissionais para fazerem a cobertura da Copa do Mundo de Futebol, realizada na Alemanha. O período também é lembrado pelo surgimento do jogo Cartola F.C. e do concurso Musa do Brasileirão.

Na segunda Copa do Mundo, em 2010, na África do Sul, o portal enviou 19 jornalistas. No torneio realizado no Brasil, em 2014, foram 350. Conforme levantamento feito em fevereiro de 2015, 63% dos usuários do Globoesporte.com acessam por intermédio de celulares ou tablets. O maior pico de audiência, até a presente data, foi no dia 9 de julho de 2014, na histórica goleada da Alemanha, por 7 a 1, sobre o Brasil. O sistema do site contabilizou 17,3 milhões de visitas.

No futebol, o portal dispõe de páginas de vários campeonatos, desde a primeira e segunda divisão dos estaduais até os campeonatos internacionais de clubes e seleções. Entretanto, outros esportes também têm espaço no site. Outras 13 modalidades tem uma editoria específica, além de uma página intitulada “Outros esportes”. Destaque para o MMA e a Fórmula-1.

³ Dados obtidos em <http://app.globoesporte.globo.com/globoesporte10anos/uma-decada-de-globoesporte.com/>

ANÁLISE

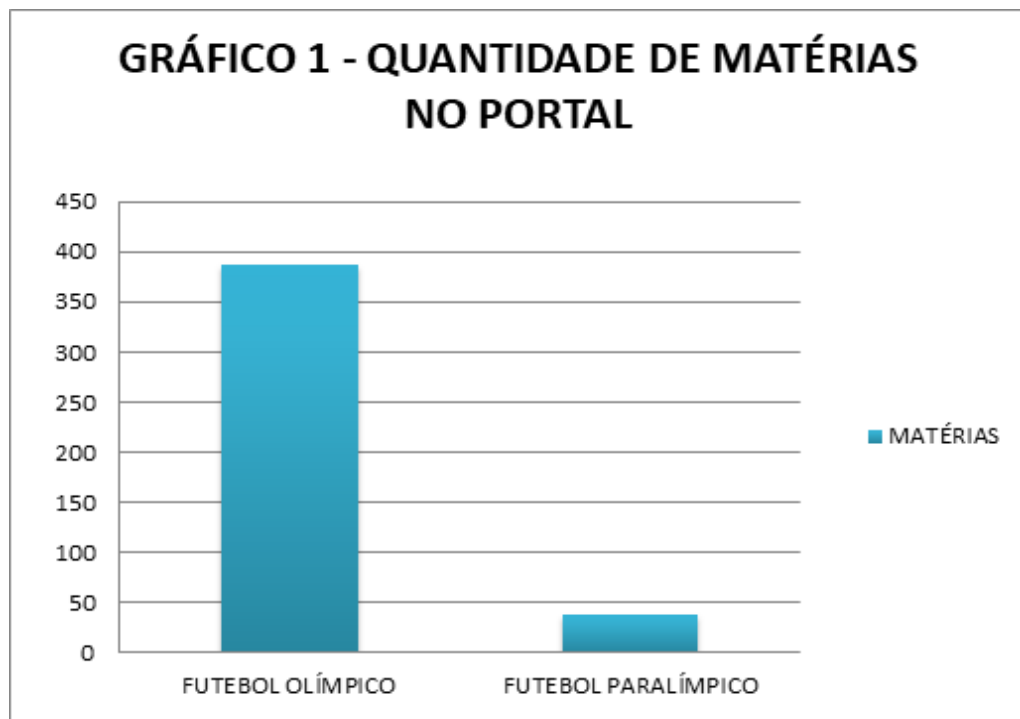
Após discorrer sobre os métodos utilizados, bem como um breve relato das Olimpíadas, Paralimpíadas e do Globoesporte.com, o trabalho chega, finalmente, ao momento de exposição dos resultados da análise, que servirão como base para responder a problemática das diferenças e semelhanças da cobertura do Globoesporte.com no futebol olímpico e paralímpico.

QUANTIDADE DE MATÉRIAS E ENFOQUE TEMÁTICO

Este primeiro objetivo é dividido em dois eixos. O primeiro tem como finalidade exibir o número de matérias publicadas sobre futebol olímpico no Globoesporte.com, entre 3 e 21 de agosto de 2016, e sobre futebol paralímpico, entre 7 e 18 de setembro de 2016. Já a segunda parte quantifica o enfoque temático dessas matérias em cinco categorias, divididas pela seguinte classificação:

- a) Jogos - Quando as reportagens têm como abordagem as partidas do campeonato;
- b) Preparação - Coberturas dos treinamentos, coletivas de imprensa;
- c) Personagens - Matérias que trazem histórias de vida e relatos pessoais dos desportistas;
- d) Extracampo - Assuntos que acontecem paralelos ao jogo, ligados indiretamente com a competição.
- e) Outros - Acontecimentos da vida privada e demais temas que não fazem parte do contexto das partidas.

NÚMERO DE MATÉRIAS



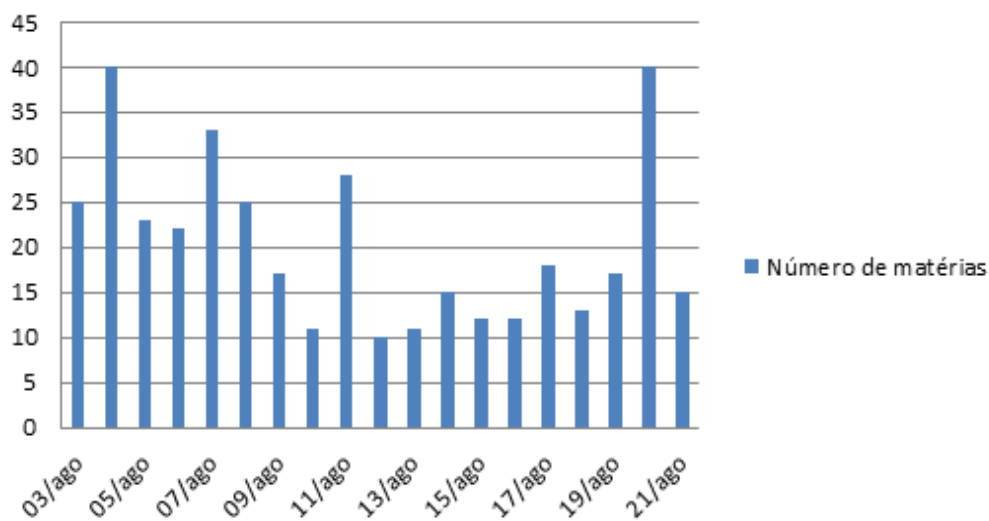
Fonte: Autor

Em linhas gerais há uma grande diferença entre o número de matérias dos dois tipos de futebol no Globoesporte.com. No futebol olímpico, o período de 3 a 21 de agosto teve a postagem de 387 matérias.

No caso das Paralimpíadas, o período de 7 a 18 de setembro totalizou a publicação de 37 notícias – 21 foram dedicadas ao futebol de cinco e 16 ao futebol de sete. Num comparativo, as Olimpíadas têm 1045,9% de matérias a mais que as Paralimpíadas no futebol.

Vale lembrar que o segundo torneio teve menor duração. Enquanto os jogos Olímpicos aconteceram durante 19 dias, as Paralimpíadas transcorreram em 12. Mesmo assim, a diferença de cobertura chama a atenção. Essa noção pode ser constatada com mais clareza nos gráficos a seguir:

GRÁFICO 2 - FUTEBOL NAS OLIMPÍADAS: NÚMEROS DIÁRIOS

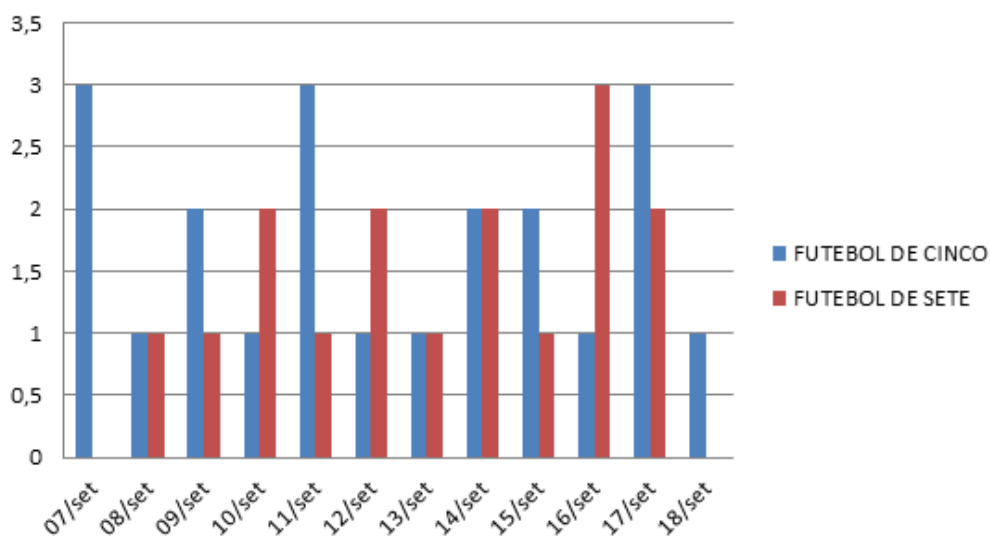


Fonte: Autor

Durante o período olímpico, o Globoesporte.com postou, diariamente, em média de 20 matérias. Os dias que tiveram mais publicações foram 4 e 20 de agosto, com 40 cada, justamente na estreia da seleção brasileira contra o Iraque e na final contra Alemanha, respectivamente. Os dois jogos tinha um valor acima dos demais. O do dia 4, pelo simples fato de ser a primeira partida nas Olimpíadas; e o dia 20, também por razão óbvia: a final do torneio. Também tinha a possibilidade do Brasil ganhar, pela primeira vez, a medalha de ouro e por estar enfrentando justamente a Alemanha, após dois anos da goleada por 7 a 1.

Dessa forma, além da cobertura do confronto, o portal de notícias deu ênfase para o pré e pós-jogo. Já o dia com menos matérias foi em 12 de agosto, com 10 publicações. Na data, não tinha nenhum duelo da seleção brasileira masculina ou feminina, confirmando o conceito de que a pauta esportiva está relacionada à agenda de jogos dos campeonatos.

**GRÁFICO 3 - FUTEBOL NAS
PARALIMPÍADAS: NÚMEROS DIÁRIOS**



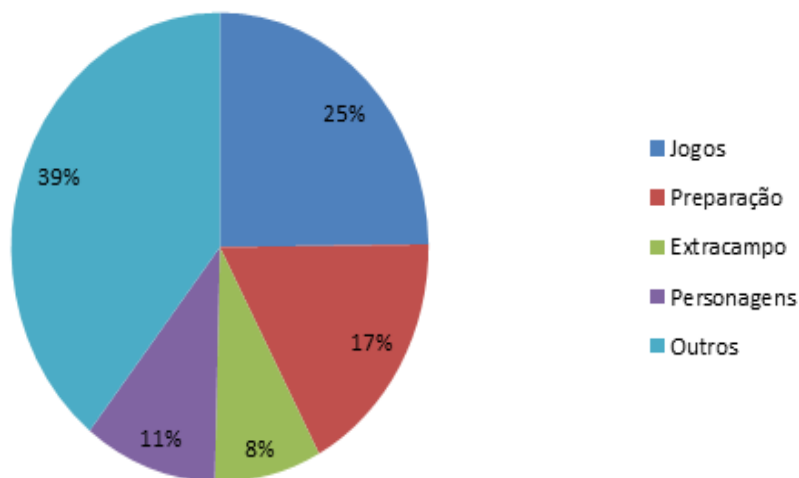
Fonte: Autor

Nas Paralimpíadas, o cenário é outro. A média diária de postagens do Globoesporte.com é de três matérias. O dia com mais publicações foi em 17 de setembro, com cinco reportagens, em função das finais do futebol de cinco e de sete. Dessas, três matérias foram alusivas ao futebol de cinco, pois, no dia, o Brasil acabara de conquistar a medalha de ouro, com uma vitória diante do Irã, por 1X0.

A data com menos matérias foi 18 de setembro, o último dia dos jogos, quando foi registrada apenas uma postagem. Subtende-se que o motivo é de que os torneios de futebol já haviam acabado. A única correspondia ao jogador da seleção de cinco, Ricardinho, escolhido para ser o porta-bandeira da delegação paralímpica do Brasil, na cerimônia de encerramento dos jogos.

ENFOQUE TEMÁTICO

GRÁFICO 4 - OLIMPÍADAS

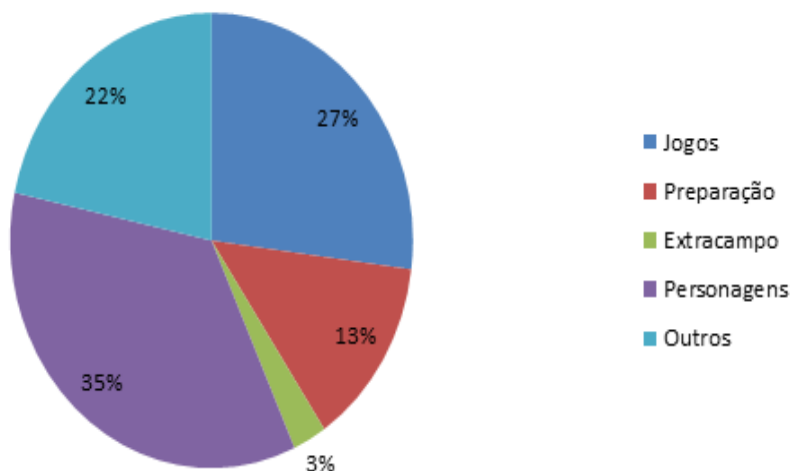


Fonte: Autor

Sobre o enfoque temático das reportagens do Globoesporte.com, nas Olimpíadas, as estatísticas evidenciam que, das 387 reportagens, a categoria “outros” (temas que fogem do campeonato) lidera no número de matérias, com 152 (39%). O efeito tem como base a abrangência de outras áreas, assim como a procura por pautas que mostrem o comportamento dos jogadores de futebol nas redes sociais. A situação se extrapola ao fato do portal também destinar cobertura para a vida privada dos familiares e esposas ou namoradas dos jogadores. Daí, o conceito de Frange (2016), das pautas “caça-cliques”.

Em segundo lugar, aparecem as pautas relacionadas aos “jogos”, com 96 (25%). Em terceiro, assuntos que envolvem a “preparação” das equipes, com 67 reportagens (17%). Na quarta posição, notícias com enfoque temático de “personagens”, totalizando 10 (10%). Por fim, na quinta colocação, ficam os temas “extracampo”, com 32 matérias (8%).

GRÁFICO 5 - PARALIMPIÁDAS



Fonte: Autor

No caso das Paralimpíadas, os materiais de personagens lideram as estatísticas, com 13 reportagens (35%). A categoria fica em primeiro pelo fato dos repórteres terem buscado histórias com discursos voltados para a superação e o rendimento do paratleta perante as limitações impostas pela deficiência, o que, inclusive, é um fato que gera críticas de vários pesquisadores do segmento esportivo do jornalismo. Em segundo lugar, vem à categoria “jogos”, com 10 matérias (27%), seguida de “outros”, com oito (22%); preparação, com cinco (13%) e extracampo, uma (3%).

ESTRUTURA E LINGUAGEM

A respeito da estrutura das matérias veiculadas no Globoesporte.com, sobre futebol olímpico e paralímpico, um dado que chama a atenção é a quantidade de perfis na modalidade paralímpica. Nas Olimpíadas, das 387 matérias, apenas uma (0,25%) se caracterizada com o foco principal o estilo “perfil”. No caso, é uma reportagem publicada no dia 19 de agosto de 2016, às 6h, intitulada “456 eterno: Renato sai da janela para saltar no ponto dourado do Maracanã”⁴. O material conta

⁴Disponível em <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/futebol/noticia/2016/08/456-eterno-renato-sai-da-janela-para-saltar-no-ponto-dourado-do-maracana.html>

a história de vida do meio-campista da seleção, Renato Augusto, do percurso até se tornar um jogador de futebol profissional e vestir a camisa “amarelinha”.

Nas Paralimpíadas, o valor é bem mais elevado. Das 37 reportagens, 11 foram caracterizadas como texto de perfil, o que representa 29,7% do total. Durante a cobertura dos jogos, os repórteres utilizam o recurso como forma de apresentação dos jogadores, visto que o acompanhamento desses esportes, nos quatro anos que antecedem as Paralimpíadas, é quase nulo. Esta também se encaixa na abordagem das modalidades. Nos primeiros jogos da seleção brasileira, as notícias do portal eram veiculadas com um resumo, antecedido por um intertítulo, com regras básicas do esporte e um breve histórico do desempenho do Brasil. Como consequência, os materiais postados são mais didáticos, explicativos.

Já na Olimpíada, o futebol é tratado como um esporte em que o público apresenta, pelo menos, um domínio mínimo. É lógico que as matérias do futebol convencional trazem detalhes históricos e informações mais aprofundadas da seleção ou do atleta. Contudo, a diferença é de que o conteúdo não parte do princípio básico de que o público desconheça a modalidade.

Além de ter caráter explicativo, as matérias não deixam de destacar o extracampo, principalmente quando atores globais marcavam presença nas arquibancadas. É o caso da estreia do Brasil contra a Turquia, no futebol de cinco. No título, consta que a seleção tinha vencido sua primeira partida com presença de Cléo Pires e Rodrigo Santoro na arquibancada. A estrutura do título pode deixar a entender de que o time obteve êxito em função dos atores estarem presentes no estádio. Aliás, sempre que um ator global comparecia em algum palco esportivo, ele ganhava destaque na reportagem, na maioria das vezes, já no título.

Voltando ao aspecto das matérias de perfil, outro argumento que pode ser utilizado para explicar a diferença numérica de matérias do gênero, entre Olimpíada e Paralimpíada, é a carga emocional, com ênfase na deficiência. Muitas das matérias adotam o discurso de superação, quase que transformando os atletas em “super-heróis”.

Mas os critérios estabelecidos para a construção da reportagem e perfil também podem alcançar resultados positivos, principalmente no quesito da função social do jornalismo. Ao publicar histórias de vida, o Globoesporte.com também identificou as dificuldades vivenciadas pelos paratletas de futebol sete, em aliar a prática esportiva com a rotina diária

de trabalho, pois, muito deles são semiprofissionais, justamente por conseguirem manter-se financeiramente apenas com o futebol.

Um exemplo dessa realidade é Zeca, jogador mais velho da seleção brasileira de futebol sete, com 38 anos. Conforme reportagem publicada no dia 10 de setembro de 2016, nos primeiros anos como paratleta, o jogador teve que dividir o dia a dia de treinos com atividades paralelas, como ascensorista de elevador, ajudante de pedreiro, ajudante de cozinha e entregador de quentinhas em uma universidade do Rio de Janeiro.

Porém, foi após ingressar na Associação Niteroiense dos Deficientes Físicos (Andef) que Zeca passou a se dedicar com exclusividade à prática do futebol paralímpico. Esta pauta, por exemplo, vai ao encontro do argumento de Souza (2006), de que o jornalismo esportivo deve estar atrelado às questões sociais, com a divulgação de exemplos de vida e casos de sucesso no esporte.



FIGURA 1 – Matéria divulga história de Zeca
Fonte: Globoesporte.com

Quanto à cobertura de jogos, o sistema do futebol paralímpico é semelhante ao olímpico. As matérias iniciam com um resumo da partida e as projeções para o decorrer do torneio, como o próximo adversário ou o que é necessário para conquistar a classificação. Após, a narrativa obedece a uma cronologia dos principais lances e fatos da partida que merecem atenção. Nas horas seguintes, o assunto tem desdobramentos, o que gera novas matérias, muitas vezes, oriundas das coletivas de imprensa e manifestações dos jogadores, membros das comissões técnicas e dirigentes, seja de modo informal ou por meio de postagens nas redes sociais. Porém, essa regra aplicada frequentemente apenas nas Olimpíadas.

Nas Paralimpíadas, as matérias pós-jogo ocorreram esporadicamente. Outra diferença entre os dois torneios foi no acompanhamento das seleções. Na Olimpíada, as reportagens traziam novidades diárias das seleções envolvidas no torneio, tanto no masculino quanto no feminino. Já nas Paralimpíadas, a cobertura da rotina de treinos ficou restrita apenas a seleção brasileira – de cinco e de sete –, e nos dias de jogos. E quando o Globoesporte.com produziu matérias sobre outros países, o viés era outro, a maioria com temática de personagens.

Em termos de gênero, a predominância é pelo informativo, no entanto, algumas matérias da seleção brasileira olímpica tiveram caráter opinativo. Isso ocorreu no dia 19 de agosto de 2016, quando o Brasil sagrou-se campeão do torneio ao superar, nos pênaltis, a Alemanha.

Exemplo disso é a matéria “Com drama, pênaltis, choro e ironia: é assim que se vence o jogo, Alemanha!”, assinada por Alexandre Lozetti, Felipe Schmidt e Raphael Zarko. O texto traz uma visão que transcende os critérios jornalísticos e adota uma carga sentimental. Os repórteres do Globoesporte.com construíram o texto sob a óptica de torcedores da seleção brasileira que sofreram o histórico 7 a 1 aplicado pela Alemanha, na Copa do Mundo de 2014. O texto exalta a dramaticidade de ter conquistado o título olímpico nos pênaltis e defendem que o valor é muito maior.



FIGURA 4 – Texto opinativo sobre Brasil: parte 3
Fonte: Globoesporte.com



FIGURA 5 – Texto opinativo sobre Brasil: parte 4
Fonte: Globoesporte.com

Em termos de características do webjornalismo, conforme o estudo feito nesta investigação, os conceitos que mais se destacam são os de multimedialidade e hipertextualidade. O aspecto multimídia está presente em todas as matérias dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos. Várias delas têm vídeos, com trechos de entrevistas e lances das partidas. As fotos são distribuídas ao longo da matéria, como forma de “quebra” do texto. Nessa linha de raciocínio se aplica a concepção de Frange (2016), da “cultura visual”, em que os vídeos e fotos acabam tendo mais peso que o texto. Em termos de atualização da matéria, a ação ocorria em até duas horas. Em muitos casos, vídeos e novos depoimentos de jogadores eram adicionados.

Quanto aos hiperlinks, as interligações eram frequentes nas matérias, permitindo, assim que os textos fossem mais leves e que o internauta pudesse navegar livremente, de acordo com os conceitos expostos, nesta pesquisa, por Briggs (2007), Canavilhas (2007) e Ferrari (2010), no que diz respeito à importância desse recurso, que faz com que o texto de web se diferencia do impresso, limitado pelo espaço físico.

Nas matérias do Globoesporte.com, os hiperlinks apareciam de duas formas: ou em palavras-chaves e frases no meio texto, ou por uma sessão, denominada “saiba mais”, que abrangia tabela do torneio, reportagens especiais.

Em matéria publicada no dia 6 de agosto de 2016, sobre a lesão de Cristiane na coxa direita, em que teve sair carregada de campo, há vários exemplos do uso do hiperlink. Logo na primeira linha do texto há um, no trecho em que diz que aos 24 minutos do primeiro tempo, Cristiane balançou as redes, na goleada do Brasil sobre a Suécia, tornando-se a maior artilheira do futebol olímpico, entre masculino e feminino. Contudo, no final da partida, precisou de ajuda para sair do campo devido a uma lesão muscular.

Se clicar no trecho da goleada do Brasil sobre a Suécia, o internauta é direcionado para a matéria que cobre em específico o jogo. Antes de entrar no segundo parágrafo, outro hiperlink aparece como sugestão para clicar: “Médico diz que Cristiane será poupada na última rodada”, conteúdo que tem papel de desdobramento da notícia em questão. Ou seja, os hiperlinks servem como complemento ao tema proposto na notícia.



FIGURA 6 - Lesão de Cristiane: parte 1
Fonte: Globoesporte.com



FIGURA 7 - Lesão de Cristiane: parte 2
Fonte: Globoesporte.com

A estrutura atende às características da web, com recursos multimídias e a adesão aos hipertextos. Em termos de interatividade, as matérias eram abertas para comentários, contudo, o *Globoesporte.com* não participa das conversas, assim, os diálogos prosseguiram entre os próprios internautas. E em relação aos conceitos de megaeventos esportivos, as pautas estiveram dedicadas às questões do torneio e da vida pessoal dos atletas, com pouca ênfase na organização do evento e do trabalho político, social e econômico por trás das Olimpíadas e Paralimpíadas. As poucas pautas sobre o tema podem ser decorrentes ao fato de que os dois megaeventos foram realizados em solo brasileiro, ou seja, a divulgação de outros aspectos não teria o mesmo impacto do que se fossem sobre o que acontece em outro país.

Após verificar o número de matérias, o enfoque temático e a linguagem e estrutural das matérias, a pesquisa se concentra no último objetivo, que é analisar a representação do jogador de futebol no portal.

REPRESENTAÇÃO DO JOGADOR DE FUTEBOL NO PORTAL

Nas matérias postadas no *Globoesporte.com*, durante as Olimpíadas, o destaque fica para a busca incessante por pautas relacionadas à Neymar. O fenômeno social se explica pelo fato do jogador brasileiro atingir status de ídolo. Rangel (2013), que argumenta que os responsáveis pelo espetáculo esportivo são transformados em heróis pela sociedade, fazendo com que o leitor não fique satisfeito apenas a obter informações do que acontece dentro dos gramados. Ou seja, ele passa a querer saber, também, dos detalhes da vida privada do jogador.

Ao checar as matérias publicadas durante os 19 dias de Olimpíadas, percebe-se que basta Neymar se manifestar sobre qualquer assunto que a fala virava pauta na cobertura olímpica. No primeiro dia de competições, em 3 de agosto de 2016, Neymar mandou mensagem de apoio à seleção brasileira feminina. O tema virou notícia e, inclusive, se desdobrou numa comparação entre o atacante e Marta, que, por sinal, foi também referência nas pautas sobre futebol feminino, mas com um pouco menos intensidade de conteúdo em relação à Neymar.

Nesse quesito de celebridade, a cobertura jornalística também abrange o que fazem os familiares e pessoas próximas de Neymar. No dia 20, após a vitória, nos pênaltis, sobre a Alemanha, na final da Olimpíada, o *Globoesporte.com* postou uma matéria que relata que Bruna Marquezine, ex-namorada do atacante, “se emociona com ouro inédito e ganha

um abraço de Neymar”. O fato não tem nenhuma influência ou envolvimento com o futebol, contudo, trata-se da ex-namorada de Neymar e, ainda por cima, de uma atriz global. Esses tipos de pautas, segundo Frange (2016), são rentáveis financeiramente para a empresa jornalística, pelo alto volume de acessos. Por isso, aparecem com frequência nos principais portais de internet.



FIGURA 8 – Neymar manda mensagem de apoio
Fonte: Globoesporte.com



FIGURA 9 – Bruna Marquezine ganha abraço de Neymar
 Fonte: Globoesporte.com

No caso dos demais atletas olímpicos de futebol, a construção acontece dentro da normalidade, com pautas voltadas para a atuação dentro de campo. No feminino, não é diferente, com exceção de alguns episódios, entre eles o da goleira dos Estados Unidos, Hope Solo, alvo de polêmica ao postar, na véspera das Olimpíadas, uma foto no Instagram, com um “arsenal” de combate à zika, doença transmitida pelo mosquito da dengue. O tema teve uma grande repercussão negativa, tanto que, nos estádios, Solo recebia vaias a cada vez que participava do jogo. O Globoesporte.com publicou várias reportagens sobre o impasse.

A respeito da pauta paralímpica, os paratletas são representados como personagens de exemplo de vida. A deficiência, em muitas matérias, é enfatizada, principalmente no tom de superação. Numa matéria explicativa sobre o funcionamento do futebol de cinco, a ênfase é de “Ricardinho, craque do Brasil, percebe os gols através dos sons”.

Na linha de apoio, consta, na mesma frase, o gol do paratleta contra o Marrocos e o momento da vida em que perdeu a visão. Por outro lado, a reportagem tira dúvidas sobre a comunicação dos jogadores com comissão técnica, informações que contribuem para o detalhamento da modalidade.

Assim como já debatido neste trabalho, a busca por personagens também proporcionam em histórias de determinação pelo esporte, que é uma importante ferramenta social, educacional e de cidadania. No caso da matéria sobre Leandrinho, jogador da seleção brasileira de futebol, o conteúdo é uma oportunidade para expor os problemas da modalidade.



FIGURA 10 – O goleador que vende mandioca: parte 1
Fonte: Globoesporte.com



FIGURA 11 – O goleador que vende mandioca: parte 2
Fonte: Globoesporte.com

Enquanto a Olimpíada tem como foco os aspectos técnicos e desdobramentos do que acontece dentro de campo, a cobertura jornalística do Globoesporte.com destinada à Paralimpíada apresenta um grande volume de reportagens de perfis, que exibem a história de vida dos jogadores. É claro que as partidas do futebol paralímpico tiveram cobertura diária, porém, a ênfase não foi tanta em relação à prioridade que foi destinada para o futebol convencional na pauta olímpica. Isso até por questões movidas por negócios e audiência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o aspecto social em evidência, o “olimpismo”, estudado nesta pesquisa, torna-se essencial para o desenvolvimento de uma pauta jornalística. A primeira parte dessa pesquisa ficou responsável pela investigação dos conceitos relacionados ao jornalismo esportivo, bem como a relação entre futebol e a identidade brasileira. Após, o estudo se focou no jornalismo aplicado na web, de modo geral, e depois, dos conceitos que envolvem o segmento esportivo nesse meio. A parte de fundamentação teórica encerrou com materiais sobre o papel social do jornalismo e os critérios utilizados para a cobertura em megaeventos esportivos, como Olimpíadas e Paralimpíadas.

A partir desses conceitos, a pesquisa partiu para o enfoque do esporte olímpico e paralímpico. O futebol foi a modalidade escolhida para a investigação devido ao alcance popular em solo brasileiro. Definido o esporte, a segunda etapa era escolher um veículo de comunicação para análise, o Globoesporte.com, referência no jornalismo esportivo do país, com uma equipe dedicada durante as 24 horas do dia para a postagem de notícias.

Com o site definido, lançou-se a seguinte problemática: quais as diferenças e semelhanças na cobertura da modalidade de futebol olímpico e paralímpico? Assim, o objetivo geral foi comparar a cobertura da modalidade em ambos os segmentos, no Globoesporte.com, durante os Jogos Rio 2016. O resultado do questionamento aponta para uma perspectiva de poucas semelhanças e várias diferenças.

No primeiro objetivo específico, que consistiu em comparar a quantidade e o enfoque temático das matérias publicadas sobre futebol nas Olimpíadas com os textos desta modalidade nas Paralimpíadas, percebe-se uma maior dedicação dos jornalistas para o futebol olímpico. De um lado, a média diária de pautas sobre futebol olímpico era de 20. Em dois dias, inclusive, o número dobrou para 40. Já o paralímpico, a média diária era três. O recorde foram cinco pautas. A estatística revela o cenário constatado pelos pesquisadores, do pouco espaço para o esporte paralímpico, mesmo que apresente resultados justificáveis para uma maior divulgação.

No segundo objetivo, que era verificar a estrutura e a linguagem das matérias publicadas, em termos de características do webjornalismo, a cobertura atende as regras, com o uso de recursos multimídia e, principalmente, de hiperlinks.

Com isso, o internauta podia acessar tabelas e demais matérias da competição, ficando bem informado do assunto. E no que tange à linguagem das matérias, a proposta de conteúdos ficou clara. Nas Olimpíadas, prevaleceu a factualidade, com acompanhamento diário dos treinos não apenas da seleção brasileira, mas de praticamente todas as equipes que disputaram o torneio de futebol. Muitas matérias também se originavam das tradicionais coletivas de imprensa que aconteciam diariamente.

No caso das Paralimpíadas, várias matérias tiveram adotado o estilo de perfil, tema já aprofundado na análise. Matérias com viés de exemplo de vida e discurso de superação foram predominantes durante o período. Um detalhe do primeiro dia foram pautas que explicavam as regras básicas do futebol de cinco e sete, histórico da seleção brasileira e os principais jogadores. A ação demonstrou a falta de acompanhamento da modalidade nos quatro anos que antecedem à Paralimpíada. Com isso, grande parte da população tinha pouco conhecimento sobre o esporte e o portal acabou se obrigando a contextualizar a prática.

E no terceiro e último objetivo, de analisar a representação do jogador de futebol no portal, se confirmou o previsível. Com popularidade, os jogadores da seleção olímpica eram tratados como celebridades. O principal caso explorado nesta pesquisa é o de Neymar, que gera várias pautas por dias nos portais de internet. Eis uma ligação com o conceito do ídolo e a relação do futebol com a identidade brasileira. Já os da Paralimpíada, sem tanto prestígio, eram apresentados nas reportagens para o público. Das matérias, apenas uma faz referência ao virtuosismo da seleção de cinco, quando é chamada de “Dream Team”, Acontece que desde que o futebol de cinco foi implantado, em Atenas, o Brasil nunca perdeu.

Com a análise do Globoesporte.com, a conclusão dessa pesquisa é que o tratamento da mídia, em relação ao esporte paralímpico, mais especificamente o futebol, é bem distinto, mesmo com os resultados recentes da seleção brasileira. A predominância pelo futebol olímpico faz parte da cultura da população, no entanto, se a busca é por uma sociedade cada vez mais inclusiva, igualitária e justa, é preciso que o esporte paralímpico seja valorizado. E a mídia é uma ferramenta fundamental nesse processo, entretanto, são necessários vários cuidados na divulgação, um deles é de que a deficiência não se sobressaia ao aspecto técnico, competitivo. Democratizando o espaço para essas modalidades, os princípios sociais do olimpismo estarão sendo colocados em prática.

REFERÊNCIAS

ALCOBA LÓPES, Antonio. El Periodismo em La Sociedad Moderna. Madrid: El Autor, 1980.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. Manual do Jornalismo Esportivo. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

BARDIN, Laurence. Análise de Conteúdo. Paris: Edições 70, 1977.

BRIGGS, Mark. Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar. Um guia de cultura digital na era da informação. Washington: Knight Center, 2007.

CAMPOS, Anderson Gurgel. O Papel do Jornalismo nos Megaeventos Esportivos. Trabalho apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, 3 a 7 de setembro, 2012.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: Da Pirâmide Invertida à Pirâmide Deitada. Covilhã, Universidade da Beira Interior, 2007.

CARDOSO, Marcelo. Jornalismo Especializado em Esportes: uma discussão para ampliar conceitos e autores. Trabalho apresentado no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, 5 a 9 de setembro, 2016.

CARDOSO, Marcelo. Jornalismo Esportivo: ensino, aprendizagem e conceitos. Revista Alter Jor, São Paulo, v.1, n.15, jun. 2017.

CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS. Disponível em<http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em 13 de setembro de 2017.

COELHO, Paulo Vinícius. Jornalismo Esportivo. São Paulo: Editora Contexto, 2011.

DA SILVEIRA, Nathália Ely. Jornalismo Esportivo: conceitos e práticas. Porto Alegre, 2009. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/22683/000740013.pdf>.

DE DEUS, Sandra. Jornalismo Interpretativo na Era Digital: o espaço da reportagem no Globoesporte.com. Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v.1, n.1, p.77-90, jan-jul. 2014.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia. Rio de Janeiro: Ed.34, 1980.

DE SIQUEIRA, Paulo Cezar. O Jogo Antes do Jogo, 2013, 74 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Faculdades Integradas do Brasil, Curitiba, 2013.

DINIZ, Fábio Souza. Futebol, Imprensa e Sociedade: uma análise do jornalismo esportivo na sociedade brasileira. Trabalho de Conclusão de Curso do Centro Universitário de Brasília, 38f, Brasília, 2006.

ERBOLATO, M. L. Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas, 1980.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. Métodos de Pesquisa. Porto Alegre: Editora da Ufrgs, 2009.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo Digital. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

FONTANA, Vinícius Henrique. Mitologias no Jornalismo Esportivo: o mito da ‘imortalidade gremista’: 93f. Trabalho de Conclusão de Curso na Universidade Federal de Porto Alegre (Ufrgs), Porto Alegre, 2011.

FRANCO, Guillermo. Como Escrever para a Web: elementos para a discussão e construção de manuais de redação online. Austin: Centro Knight para o Jornalismo nas Américas, da Universidade do Texas, 2009.

FRANGE, Marcelo Bechara Souza Nassar. A Narrativa Espetacular do Jornalismo Esportivo: a final da UEFA Champions League. Trabalho apresentado no 10º Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2014.

FRANGE, Marcelo Bechara Souza Nassar. A Produção do Jornalismo Esportivo na Internet. Curitiba: Appris Editora, 2016.

FREIRE, Ana Isabel. Refugiados Olímpicos: os discursos sobre o time de atletas olímpicos refugiados. Trabalho apresentado no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, 5 a 9 de setembro, 2016.

FUKUTANI, Tamires. Jornalismo Esportivo na Web: análise da exploração das potencialidades do suporte na cobertura brasileira: 129f. Trabalho de Conclusão de Curso na Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2009.

GORITO, Andréia de V. Não é só pelos 20 centavos: os impactos do movimento pelo Passe Livre na cobertura da Copa das Confederações 2013 e na simbologia da “pátria de chuteiras”. Trabalho apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 4 a 7 de dezembro, desde 2013.

GURGEL, Anderson. Desafios do Jornalismo na era dos Megaeventos Esportivos. Revista Motrivivência, n. 32/33, ano XXI, p.193-210, jun-dez, 2009.

IJUIM, Jorge Kanehide. A Responsabilidade Social do Jornalista e o Pensamento de Paulo Freire. Revista em Questão, v.15, n.2, p.31-43, Porto Alegre, 2009.

LÉVY, Pierre. As Tecnologias da Inteligência. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

MACEDO, Andréia Luciana; SANTOS Dalila dos. O paratleta e o jornalismo esportivo: a invisibilidade impressa. Trabalho apresentado no XVII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste, Natal, 2 a 4 de julho, 2013.

MALULY, Luciano. Jornalismo Esportivo: desafio e propostas. Trabalho apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, 2 a 6 de setembro, 2010.

MIELNICZUK, Luciana. Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. 246f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/producao_teses.htm> Acesso em: 14/04/2006.

MOSTARO, Filipe Fernandes Ribeiro. Sul-Americano de 1937. A construção dos argentinos como “outros” nos jornais cariocas. Trabalho apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 4 a 7 de setembro, 2013.

NEVES, Thalita. Rivalidade na Pós-Modernidade: como a dupla Gre-Nal se tornou uma das maiores rivalidades clubísticas do mundo. Trabalho apresentado no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 4 a 9 de setembro, 2017.

PALMA, Glaíser Bohrer; DREVES Aleta. As Novas Formas Narrativas do Jornalismo Online: a procura de um caminho. Trabalho apresentado no XVI Endocom – Encontro de Informação em Ciências da Comunicação, Brasília, 6 a 9 de setembro, 2006.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

PERDOMO, Nidiane Saldanha. A Função Social do Jornalismo no Mercado de Notícias: 62f. Trabalho de Conclusão de Curso na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

PETHS, Lucas Lisboa; LEAL, Paulo Roberto Figueira. A popularização do futebol, o papel da mídia e a construção da identidade nacional brasileira. Trabalho apresentado no XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2 a 5 de setembro, 2014.

RANGEL, Patrícia. A Mídia e a Construção do Herói Esportivo: análise da Revista Placar com Neymar crucificado. Trabalho apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 4 a 7 de setembro, 2013.

REGES, Thiara Luiza da Rocha. Características e gerações do webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais. Universidade da Beira do Interior (FASB), 2011.

ROCHA, Liana Vidigal; MALULY, Luciano Victor Barros. Webjornalismo e Modalidades Esportivas no Brasil: preferências e expectativas. Revista Desafios, v.4, n.1, São Paulo, 2017.

SANTOS, Emanuella; NICOLAU, Marcos. Web do Futuro: a Cibercultura e os caminhos trilhados rumo a uma web semântica ou web 3.0. Trabalho apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, 3 a 7 de setembro, 2012.

SILVA, Carmelo. Jornalismo Esportivo e Imparcialidade: O Caso Fla-Press. Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Ufrgs), 2012.

SANTOS, Emanuelle. Web do Futuro: a cibercultura e os caminhos trilhados rumo a uma web semântica ou web 3.0. Trabalho apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, 3 a 7 de setembro, 2012.

SILVA, Ygor Martins da; GUIMARÃES, Carlos Fábio Moraes. Webjornalismo como alternativa para democratização do esporte no Brasil. Trabalho apresentado no XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, Palmas, 17 a 19 de maio, 2012.

SOUZA, Flaviana de Cerqueira. Função Social do Jornalismo Esportivo: Uma Análise dos Programas Globo Esporte e Esporte Espetacular. 2006, 40f. Trabalho de Conclusão de Curso – Centro Universitário de Brasília, 2006.

TAVARES JÚNIOR, Carlos Augusto. A Pauta Esportiva do Jornalismo: interfaces nos jogos do Rio 2016. Trabalho apresentado no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 4 a 7 de setembro, 2015.

THOMASSEAU, Jean-Marie. Mélodramatiques. Vincennes: Presses Universitaires de Vincennes, 2009.

TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TUBINO, M.J.G.; TUBINO, F.M.; GARRIDO, F. A.C. Dicionário enciclopédico Tubino do esporte. Rio de Janeiro: SENAC, 2007.



Este livro tem como principal finalidade estimular uma reflexão sobre a forma como foi feita a cobertura do futebol olímpico e do futebol paralímpico, nos Jogos Rio 2016. Para desenvolver o estudo, o portal Globoesporte.com foi o exemplo escolhido na análise comparativa. Com base nesse objetivo, a pesquisa foi amparada em três ações: comparar a quantidade e o enfoque temático das matérias publicadas nas Olimpíadas em relação aos textos nas Paralimpíadas; verificar a estrutura e a linguagem das reportagens e analisar a forma em que o jogador de futebol foi representado no portal. Para isso, a pesquisa adotou os métodos quali-quantitativo, descritivo e de análise de conteúdo. Os resultados finais apontaram para uma drástica diferença de cobertura da Olimpíada em relação à Paralimpíada, em ambos os aspectos que foram alvo desta análise.



EDIURCAMP

MISSÃO

Produzir e socializar o conhecimento para a formação de sujeitos socialmente responsáveis que contribuam para o desenvolvimento global.

