

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - UFRGS

ANDRÉ MALUF BAIBICH

À sombra do futebol
um estudo sobre a presença do esporte amador em jornais
diários de Porto Alegre

Porto Alegre
2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - UFRGS

ANDRÉ MALUF BAIBICH

À sombra do futebol

um estudo sobre a presença do esporte amador em jornais
diários de Porto Alegre

Monografia apresentada como pré-requisito para graduação no curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Mário Rocha.

Porto Alegre
2007

RESUMO

Este trabalho é um estudo exploratório sobre a presença do esporte amador nos jornais com periodicidade diária editados em Porto Alegre. Um levantamento quantitativo – a centimetragem para textos e ilustrações disponibilizada por modalidade -, um questionário (modelo de Likert) encaminhado para dirigentes de 42 federações e entrevistas com os editores de esportes do Correio do Povo, Diário Gaúcho, Jornal do Comércio, O Sul e Zero Hora foram os instrumentos utilizados para análise deste recorte do jornalismo. *Agendamento* e *Gatekeeper* são conceitos empregados para apoio teórico. Os resultados obtidos demonstram a predominância do futebol nas publicações estudadas e evidenciam as diferenças de percepção entre os dirigentes de federações e os editores das publicações sobre critérios de noticiabilidade.

Palavras-chave:

Jornalismo esportivo, esporte amador, jornais de Porto Alegre.

Dedicatória

Dedico este trabalho ao meu irmão Beto, que mesmo estando longe, não deixou de passar adiante as experiências de sua vida na FABICO.

Agradecimentos

À minha mãe, por todo apoio e companheirismo, além do exemplo de dedicação e paixão pelo conhecimento.

Ao meu pai, pelo exemplo de excelência no que faz e pelo carinho demonstrado. Além, é claro, das deliciosas refeições que relaxam qualquer estudante nervoso.

À minha namorada Luiza, que eu amo demais, por ser minha companheira, amiga e incentivadora. Também por entender que um formando sempre tem uma amante chamada Monografia.

À família Maluf, pelo apoio incondicional e especialmente à minha Tia Ivone, que teve o carinho e a paciência para me auxiliar em vários estágios deste trabalho.

À família Baibich, distante geograficamente, mas sempre presente em pensamento.

À Laís, minha segunda mãe, por me acolher como um filho e fornecer os melhores conselhos que alguém pode ter.

Ao Tex, meu segundo pai, e a toda equipe de esgrima do Grêmio Náutico União, pelo apoio moral e a compreensão de que a esgrima, finalmente, ficaria em segundo plano.

Ao Pedro e a Clarissa, pela acolhida em sua casa e por me tratar como mais um membro de sua família.

Ao meu afilhado Caio, por me garantir momentos de alegria e prazer, mesmo com a tensão inerente à realização deste trabalho.

À Eliza e ao Cacaio, pelo carinho e pelos momentos de descontração que pude viver em sua casa.

Ao meu orientador Mário, pelos ensinamentos e por conseguir fazer com que eu escrevesse um texto científico.

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

Earl Warren

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 TEORIA	15
2.1 A Teoria do Agendamento.....	15
2.2 A Teoria do Gatekeeper	18
2.3 Jornalismo Esportivo	22
3 ESPORTES.....	27
3.1 Arco e Flecha	35
3.2 Badminton	36
3.3 Basquete	37
3.4 Futsal.....	37
3.5 Ginástica	38
3.6 Motociclismo.....	39
3.7 Orientação.....	40
3.8 Patinagem	40
3.9 Esportes Universitários.....	41
3.10 Vôlei	42
4 JORNAIS.....	43
4.1 Jornal Zero Hora	43
4.2 Jornal Correio do Povo.....	45
4.3 Diário Gaúcho	47
4.4 Jornal do Comércio	49
4.5 Jornal O Sul.....	50
4.6 Análise Geral das Publicações.....	52
CONCLUSÃO.....	58

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	62
ANEXO 01	63
ANEXO 02	67
ANEXO 03	69
ANEXO 04	71
ANEXO 05	73
ANEXO 06	75

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 01 - Satisfação das federações com a exposição na mídia	29
FIGURA 02 - Relação da exposição na mídia com o desenvolvimento da modalidade	30
FIGURA 03 – Relação da exposição na mídia com a obtenção de resultados dos atletas	31
FIGURA 04 – Importância do surgimento de ídolos para o aumento da exposição na mídia	32
FIGURA 05 – Interferência da exposição na mídia no número de praticantes dos esportes	33
FIGURA 06 – Satisfação de federações com seu trabalho de divulgação	34
FIGURA 07- Todos os jornais- 20 a 26 de agosto- Textos.....	54

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho é um estudo dos jornais Zero Hora, Correio do Povo, Jornal do Comercio, O Sul e Diário Gaúcho, as cinco publicações de grande circulação em Porto Alegre, visando analisar o espaço dedicado aos esportes amadores na mídia impressa porto-alegrense. O objetivo do trabalho é verificar se há diferenças de percepção entre dirigentes estaduais das modalidades e editores de esportes dos jornais sobre o tema.

Os jornais estudados representam o universo das publicações impressas de grande circulação em Porto Alegre. Desta maneira, o estudo engloba as publicações que mais possuem influência na opinião pública porto-alegrense. O fato de serem jornais que causam grandes repercussões com o material que produzem, permite realizar um panorama de como é tratado o esporte amador nos veículos impressos da capital gaúcha.

Nas cinco publicações estudadas, o período de análise é de 20 a 26 de agosto de 2007. Este espaço de tempo foi escolhido pois corresponde à semana seguinte ao fim dos Jogos Parapan-americanos (ou Parapan) do Rio de Janeiro. Este evento, disputado entre 12 e 19 de agosto de 2007 na capital carioca, reuniu 1300 atletas portadores de necessidades especiais de 26 países, que disputaram 10 modalidades

esportivas adaptadas às suas necessidades e tiveram ampla cobertura da imprensa, assim como ocorreu com os Jogos Pan-americanos.

O evento, que antecedeu o Parapan, também foi realizado no Rio de Janeiro no período de 13 a 29 de julho, contando com a presença 5662 atletas que disputaram 35 modalidades esportivas diferentes, representando 42 países do continente americano. Assim como o evento que o sucedeu, os Jogos Pan-americanos receberam amplo espaço de cobertura na mídia. Como o objetivo da análise era verificar a exposição das modalidades em um espaço de tempo no qual não houvesse nenhum evento especial, ela foi realizada após o fim das competições.

No segundo capítulo do trabalho, denominado “Teoria”, será abordada a questão teórica envolvendo o assunto, sendo utilizadas duas abordagens do jornalismo: a do Agendamento e a do *Gatekeeper*. A do Agendamento fala em um direcionamento proporcionado pela mídia, que determina os temas que serão de interesse público. Dessa forma, uma escassez de espaço para certas modalidades na editoria de esportes das publicações, provocaria a falta de interesse do público pelo esporte, impedindo sua massificação.

Já a Teoria do *Gatekeeper*, analisa como é feita a escolha do que se tornará notícia ou não. Segundo ela, há vários acontecimentos que chegam ao *Gatekeeper* (guarda do portão, em inglês) e ele decide, baseado em vários fatores, quais “passarão pelo portão”, ou seja, serão publicados. Esta abordagem será aplicada para demonstrar os critérios para a escolha das notícias no caso da publicação, ou não, de material referente aos esportes amadores.

Além das perspectivas teóricas em relação ao jornalismo em geral, o trabalho trará, ainda no segundo capítulo, análises acerca do tema específico do jornalismo esportivo. As conseqüências da escassez de espaço reservado ao esporte amador na mídia serão tratadas. Neste ponto, o trabalho verificará a tendência da falta de

especialização dos jornalistas nos esportes amadores, devido à pouca exposição das modalidades.

A questão dos ídolos e seu impacto na mídia e no desenvolvimento das modalidades também será abordada. O surgimento de um atleta de destaque pode ser uma saída para chamar a atenção dos veículos de comunicação para um determinado esporte. Assim, pelo interesse criado em acompanhar uma trajetória bem-sucedida, aumenta-se o espaço dedicado à modalidade.

O capítulo 3, denominado “Esportes”, trará uma breve descrição de todas as modalidades analisadas. Com o objetivo de colher a opinião de representantes das federações estaduais de esportes amadores, será feito um estudo qualitativo, através de um questionário no modelo de Likert, no qual os entrevistados tem cinco opções de resposta diferentes. O questionário terá 10 perguntas acerca do tema. Serão abordados o nível de satisfação das federações em relação à exposição de sua modalidade nos veículos estudados, as conseqüências que a publicação de material relacionado á modalidade trazem para o desenvolvimento da mesma e o reflexo que uma maior exposição pode trazer nos resultados dos atletas em competições.

Já no capítulo 4, denominado “Jornais”, será feito primeiramente um estudo quantitativo do espaço físico dedicado a cada modalidade. Os dados serão levantados, levando em consideração os eventos esportivos de maior relevância que ocorreram durante o período e a maneira com a qual estes acontecimentos foram destacados nos veículos que compõem a mídia impressa da capital gaúcha.

Os mesmos temas abordados no questionário aplicado com os presidentes das federações serão tocados nas entrevistas a serem realizadas com os editores de esportes das publicações estudadas. Estas entrevistas serão feitas respeitando um questionário semi-estruturado, no qual constarão as questões que foram feitas aos representantes das modalidades. Além dessas perguntas, serão direcionados questionamentos surgidos da análise de cada publicação no período estudado, além da

relação do trabalho cotidiano do jornalista com os temas abordados pelo trabalho na elaboração do capítulo teórico, como os critérios utilizados para a escolha das notícias, verificando como trabalha o *Gatekeeper* citado na teoria estudada.

Após a realização dos questionários, as opiniões expressas pelos representantes das federações e das publicações serão comparadas com o objetivo de verificar se há diferenças importantes de percepção entre as partes acerca do tema e, se isso ocorre, quais são essas divergências.

A motivação para a escolha do tema vêm de um fato que se repete a cada evento que coloca em evidência o esporte amador e, conseqüentemente, expõe suas mazelas. Com freqüência, durante a realização de Jogos Olímpicos ou Pan-americanos, acontece a crítica por parte da mídia em relação à falta de estrutura e patrocínio em certas modalidades. A crítica é precisa, mas não leva em consideração o fato que a própria mídia ignora estes esportes a partir da cerimônia de encerramento de grandes eventos como os citados acima.

Além disso, existe a motivação pessoal de quem pratica uma das modalidades com menor exposição, a esgrima. Sou praticante do esporte há 15 anos, 4 deles fazendo parte da equipe principal do clube Grêmio Náutico União. Durante todo este período e, principalmente após ingressar na faculdade de jornalismo, pude observar como a falta de exposição impede um desenvolvimento mais acelerado da modalidade. Professores e atletas ainda precisam explicar o que é a esgrima e suas regras para depois partir para os ensinamentos específicos.

Até que ponto uma maior exposição poderia mudar a situação de modalidades como a esgrima? O que pensam os representantes das publicações estudadas sobre o tema? Qual a opinião dos dirigentes das modalidades acerca do espaço reservado a seus esportes na mídia? O presente trabalho buscará as respostas para estas questões, reafirmando seu caráter de contribuição ao estudo do tema e lembrando que

vários outros estudos semelhantes podem ser realizados para enriquecer a percepção acerca da exposição do esporte amador na mídia.

2 TEORIA

Existe um universo hipóteses que procuram explicar a produção e recepção das notícias no jornalismo. Este trabalho escolheu duas para analisar e, através delas, procurar entender de maneira mais aprofundada a questão do espaço do esporte amador na mídia: as teorias do Agendamento e de *Gatekeeper*, conforme definidas por Traquina (2001, p. 68). Estas visões foram escolhidas por trazerem, no caso da primeira, uma abordagem da recepção das notícias e, no caso da segunda, uma compreensão acerca da produção das mesmas.

Ainda neste capítulo, será abordada a visão de teóricos, como Coelho e Barbeiro, acerca do jornalismo esportivo. Questões como a da especialização dos profissionais, a escolha dos esportes que obterão espaço, além da análise dos efeitos que um ídolo esportivo produz na divulgação das modalidades.

2.1 A Teoria do Agendamento

A teoria do Agendamento, ou *agenda-setting*, surgiu de um estudo de Maxwell McCombs, em 1968. McCombs fez um acompanhamento das eleições presidenciais nos Estados Unidos, a partir da visão de eleitores da cidade de Chapel Hill, na Carolina do Norte.

O pesquisador procurou analisar os efeitos dos meios de comunicação de massa em eleitores indecisos entre os candidatos à presidência, Hubert Humphrey e Richard Nixon. O estudo de McCombs concluiu que os acontecimentos e questões enfatizados pela mídia entram na agenda de discussões do público que acompanha os meios de comunicação. A mídia determina os assuntos que serão tratados por seu público.

Quatro anos após este primeiro estudo, McCombs se junta a Donald Shaw, para uma pesquisa mais aprofundada acerca do tema. Quando da nova eleição presidencial, os dois pesquisadores realizam um trabalho semelhante ao primeiro, na cidade de Charlotte Ville, também na Carolina do Norte.

(...) verificou-se que, na medida em que a campanha avançava, a atenção dos eleitores amplia-se; mais que isso, os eleitores, através da mídia, passam a construir um *conjunto* de informações mais ou menos comum entre esta audiência; esse conjunto de informações produz a base para a *formação de uma atitude* ou *uma mudança de atitude* diante dos candidatos; por fim, esta atitude *sociabiliza-se* entre os diferentes membros de uma mesma comunidade. É evidente que isso tem um forte reflexo para o resultado eleitoral final.¹

A mídia serve segundo esta teoria, como o meio pelo qual o público constrói seu conjunto de assuntos de interesse. A teoria do agendamento não fala em uma influência direta da mídia na opinião do público, mas ela tem o papel decisivo de definir quais tópicos merecem opinião e interesse de quem está atento aos veículos de comunicação. Armand e Michèle Mattelart tratam desta construção do conjunto de informações do público, enfatizando o papel de “mestre-de-cerimônias” desempenhado pela mídia:

(...) diz-nos a mídia não o que se deve pensar, mas em que se deve pensar; faz o papel de “mestre-de-cerimônias” ou ainda de um quadro de avisos no qual viriam a se inscrever os problemas que devem constituir o objeto de debate em uma sociedade.²

Além de exercer este papel de “mestre-de-cerimônias”, determinando os problemas que serão debatidos na sociedade, a mídia também determina o nível de importância que cada tema adquire neste debate. Essa concepção é explicada por Giovandro Marcus Ferreira, quando ele afirma que:

¹ HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga: **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 197.

² MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle; **História das teorias da comunicação**. São Paulo, SP: Edições Loyola, 1999. p. 153.

A imposição do agendamento se forja por dois viés. Primeiro, existe a tematização proposta pelos *mass media*, conhecida como *ordem do dia*, que se tornarão os temas da agenda do público. O que é dito nos *mass media* será objeto de conversa entre as pessoas. Entretanto, o efeito do agendamento é visto um pouco mais além. Haverá igualmente uma imposição no nível da hierarquia efetuada pelos *mass media*, quer dizer, os temas em relevo na agenda mediática estarão também em relevo na agenda pública, e os temas sem grande relevância nos *mass media* terão a mesma correspondência junto ao público.³

A Teoria do Agendamento é também conhecida como Teoria dos Efeitos a Longo Prazo. Esta denominação se explica por ser,

uma construção teórica que pensa a ação dos meios não como formadores de opinião, causadores de efeitos diretos, mas como alteradores da estrutura cognitiva das pessoas. É o modo de cada indivíduo conhecer o mundo que é modificado a partir dos meios de comunicação de massa- ação esta que passa a ser compreendida como um “agendamento”, isto é, a colocação de temas e assuntos na sociedade.⁴

A compreensão da Teoria do Agendamento permite uma análise de suas implicações na distribuição de espaço para as diferentes modalidades esportivas nos meios de comunicação de massa. O nível de exposição dos diversos esportes produz um maior ou menor interesse do público sobre as diferentes modalidades divulgadas pela mídia.

Esportes com maior divulgação pelos meios de comunicação de massa entrarão na agenda de discussão do público, causando, conseqüentemente, o crescimento no interesse por aquela modalidade e todas as implicações provenientes desse interesse.

Por outro lado, como citado acima por Ferreira, existe a hierarquização dos temas, de acordo com a relevância dispensada a eles pelos meios de comunicação. Com isso, modalidades esportivas com pouco ou nenhum destaque na mídia não

³ FERREIRA, Giovandro Marcus. As origens recentes: os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga: **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p.112.

⁴ ARAÚJO, Carlos Alberto. A pesquisa norte-americana. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga: **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p.129.

entram na agenda de discussões do público e, conseqüentemente, não há interesse deste público sobre a modalidade.⁵

2.2 A Teoria do *Gatekeeper*

A primeira teoria acerca do jornalismo na literatura acadêmica (Traquina, 2001 p. 68) é a Teoria do *gatekeeper*, ou da ação pessoal. O conceito de *gatekeeper* (guardião do portão, em inglês) se refere a uma pessoa que deve tomar uma série de decisões importantes. Ele foi introduzido pelo psicólogo Kurt Lewin, que em 1947 realizou um estudo sobre as decisões tomadas em relação a aquisição de alimentos para a casa (Traquina, 2001 p. 68).

Armand e Michèle Mattelart falam sobre o surgimento do conceito de *gatekeeper*, introduzido por Lewin:

O segundo conflito mundial fornece ao psicólogo a ocasião de testar essas leis de conduta grupal a serviço da mobilização em torno do esforço de guerra numa economia de escassez. Ele trabalha para aperfeiçoar estratégias de persuasão, visando à modificação das atitudes das donas-de-casa em matéria de regime alimentar. Ao longo dessas experiências, ganha contornos mais precisos a noção de *gatekeeper*, função que garante o “formador de opinião” informal.⁶

Nos anos 50, David Manning White aplica o conceito introduzido por Lewin para o jornalismo. Em um artigo publicado na revista *Journalism Quarterly*, White estuda o processo de seleção de notícias, feito por Mr. Gates, um editor que durante uma semana anotou os motivos que o fizeram publicar ou rejeitar as notícias. Mr. Gates é o guardião do portão, que deve decidir quais notícias devem passar por ele e serem publicadas, e quais não passarão pelo portão, não aparecendo na publicação.

Na teoria de White, o processo de seleção das notícias é concebido como uma série de escolhas, onde um fluxo de notícias deve passar por diversos “portões” (os famosos *gates*), que são momentos de decisão em

⁵ As conseqüências da exposição de modalidades esportivas para seu desenvolvimento serão analisadas no capítulo “Os esportes”.

⁶ MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle; **História das teorias da comunicação**. São Paulo, SP: Edições Loyola, 1999. p. 53.

relação aos quais o *gatekeeper* (o jornalista) tem de decidir se vai escolher ou não esta notícia, deixá-la passar ou não.⁷

White chega à conclusão que os critérios para a publicação, ou não, das notícias, são subjetivos e arbitrários. Devido a este caráter pessoal, no qual há a influência de valores e experiências do *gatekeeper* na escolha das notícias, elas “são explicadas como produto das pessoas e de suas intenções”. (TRAQUINA, 2001: p. 69)

Antônio Hohlfeldt trata destas distorções provenientes do caráter subjetivo nas escolhas realizadas pelo Gatekeeper. Para ele,

O *gatekeeping* constituir-se-ia, portanto, em uma distorção involuntária-na medida em que não se trata de uma intervenção consciente, sensorial-da informação, devida ao modo pelo qual se organiza, institucionaliza e desenvolve a função jornalística, as chamadas *estruturas inferenciais*, que não significam *manipulação*, pura e simplesmente, eis que não são distorções deliberadas, mas involuntárias, inconscientes, que podem chegar, por isso mesmo, a níveis bem mais radicais e perigosos, na medida em que omitem ou marginalizam acontecimentos que, por vezes, poderiam ser efetivamente importantes e significativos ao menos para determinadas coletividades.⁸

As distorções involuntárias que Hohlfeldt se refere, ficam evidentes no artigo publicado por White. Nele, aparecem as justificativas utilizadas por Mr. Gates para rejeitar as notícias. Frases como “demasiado pró-comunista” são usadas como explicação para a rejeição. White ainda observa que quanto mais tarde no dia chegam as notícias, maiores são as chances de ela ser rejeitada (Traquina, 2001; p. 70). Ele afirma que,

é somente quando analisamos as razões utilizadas por “Mr. Gate” para a rejeição de quase nove décimos das notícias (na sua procura do décimo para o qual tem espaço) que começamos a compreender como a comunicação de “notícias” é extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativa do *gatekeeper*. (White, 1950 apud Traquina, 2001: p. 69)⁹

⁷ TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2001. p. 54.

⁸ HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga: **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 206.

⁹ TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2001. p. 69.

A distorção involuntária provocada pelo processo de seleção de notícias identificado na teoria do *gatekeeper* não pode ser confundida com a censura. Os critérios para que os acontecimentos sejam publicados, ou não, são determinados por experiências pessoais e profissionais do *gatekeeper*. Hohlfeldt aponta para a importância dessa diferenciação entre o *gatekeeping* e a censura. Ele afirma que,

no horizonte do *newsmaking* se colocam, dentre os vários temas possíveis, os conhecidos estudos sobre *gatekeeping* ou *filtragem* da informação, que se distingue totalmente da censura, por sua perspectiva distinta da ideologia e mais vinculada às *rotinas de produção* da informação, verificáveis, assim, tanto entre a mídia capitalista quanto na socialista, por exemplo.¹⁰

Apesar de se diferenciar da censura, por se tratar de uma perspectiva que enfoca as rotinas de produção e, por isso, produz distorções involuntárias, o *gatekeeping* não deixa de gerar essas distorções.

Elas acabam aparecendo, também, no jornalismo esportivo. A escolha do que vai ser notícia determina quais modalidades esportivas estarão em evidência nos meios de comunicação de massa. Como constatado no estudo de David Manning White, esta escolha é baseada em critérios subjetivos, “ultrapassando em muito qualquer preocupação ou referência ao público, ao leitor que seria, em última instância, enquanto receptor, o verdadeiro motivo daquela atividade profissional” (Hohlfeldt, 2001: p. 205).

Uma crítica comum à Teoria do *Gatekeeper* é que ela trata somente da rotina profissional e da escolha das notícias, quando o processo de produção e veiculação das notícias tem muitas outras facetas. A Teoria do *Gatekeeper* seria, portanto, uma concepção limitada da produção das notícias, já que analisa apenas um dos aspectos importantes no *newsmaking*. Segundo Traquina:

¹⁰ HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga: **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 204.

É, assim, uma teoria que se situa no nível da pessoa jornalística, individualizando uma função que tem uma dimensão burocrática inserida numa organização. Ao nível individual, a teoria avança uma explicação quase exclusivamente psicológica.¹¹

Apesar das limitações citadas acima, as teorias do *Gatekeeper* e do Agendamento se completam no estudo da exposição do esporte amador na mídia. A primeira foca a produção da notícia, analisando o emissor e os processos que o fazem transformar os acontecimentos em notícia ou não; já a segunda tem o foco na recepção da informação, enfatizando que a mídia pauta as discussões e os interesses de seu público, de acordo com a relevância que confere aos acontecimentos. A compreensão das duas visões teóricas permite desenvolver o tema abordado neste estudo por englobar a análise do emissor e do receptor no processo de comunicação.

¹¹ TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2001. p. 70.

2.3 Jornalismo Esportivo

Apesar das especificidades do jornalismo esportivo, ele é, antes de mais nada, uma área do jornalismo. O jornalista esportivo é apenas um jornalista que trabalha no esporte, mas que tem as mesmas funções e obrigações de qualquer outro jornalista.

Jornalismo é jornalismo, seja ele esportivo, político, econômico, social. Pode ser propagado em televisão, rádio, jornal, revista ou internet. Não importa. A essência não muda porque sua natureza é única e está intimamente ligada às regras da ética e ao interesse público. (BARBEIRO; RANGEL, 2006; p. 13)¹²

As características principais de um bom jornalista são as mesmas de um bom jornalista esportivo. Por se tratar de um setor especializado, o jornalismo esportivo exige, porém, um aprofundamento dos conhecimentos do profissional. Este processo é essencial para o aumento da qualidade da cobertura jornalística. Para Coelho,

Não existe jornalista de esportes. Existe o jornalista, aquele que se dedica a transmitir informações de maneira geral, o especialista em generalidades. Que se torna muitas vezes melhor quando é, de fato, conhecedor do assunto específico. Quando vira jornalista de basquete, de vôlei, de futebol, de automobilismo. Nunca de esportes. (COELHO, 2004; p. 37)¹³

A necessidade de especialização do jornalista a que se refere Coelho, para que o material produzido seja de maior qualidade, se torna muito difícil no esporte amador. Como a exposição de outras modalidades, que não o futebol, é reduzida, não há espaço para esta especialização. Nas edições das publicações estudadas neste trabalho, por exemplo, não há nenhuma coluna de opinião com o tema central em esportes que não o futebol.

¹² BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo, SP: Contexto, 2006. p. 13.

¹³ COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo, SP: Contexto, 2004. p. 37.

Ai de quem for apaixonado por futebol e entrar na redação pensando que irá escrever só sobre futebol. Ai mais ainda de quem tiver loucura por outro esporte. Quem for louco por vôlei, por basquete, quem tiver paixão por tênis e sonhar ser especialista no esporte de que gosta. Não, tal possibilidade não está excluída. Mas, se já dá trabalho conquistar reconhecimento na profissão trabalhando com futebol, é muito mais feroz a luta para chegar ao topo com outro esporte.¹⁴

Coelho ainda amplia essa noção da especialização, quando afirma que

(...) o mercado só permite a criação de jornalistas de futebol, de automobilismo, por vezes de tênis. O que vale dizer que não há jornalistas de basquete, de vôlei, de atletismo, de judô etc. O que explica o aparecimento de atletas como comentaristas sempre que é preciso aprofundar-se em grande competição. O mercado não contempla quem quer aventurar-se nessas áreas específicas. Esse aventureiro poderá ter muito sucesso. Mas vai ter de brigar muito mais por isso. (COELHO, 2004; p. 37)

Como citado acima, um dos poucos esportes fora o futebol que tem jornalistas especializados é o automobilismo. Essa modalidade exige uma grande especialização dos jornalistas. Segundo Barbeiro e Rangel, isso se dá pelo alto nível de conhecimento de boa parte do público.

Os apresentadores do espetáculo esforçam-se para comentar detalhes técnicos dos carros, que são importantes para os aficionados, e ao mesmo tempo prender a atenção dos leigos ou telespectadores eventuais. É preciso talento para fazer isso e a preparação anterior é fundamental sob pena de ser corrigido, via e-mail, por pessoas que conhecem profundamente o assunto e são capazes de discutir detalhes incríveis.¹⁵

Coelho compartilha essa visão de que o automobilismo exige jornalistas mais especializados e aponta para uma característica específica da modalidade que ajuda na especialização:

Quem faz automobilismo tem bom nível de especialização. As corridas foram ótimo aprendizado para jornalistas, especialmente depois dos títulos mundiais de Emerson, Piquet e Senna. O fato de obrigar quem trabalha com o

¹⁴ COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo, SP: Contexto, 2004. p. 35 e 36.

¹⁵ BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do jornalismo esportivo**. São Paulo, SP: Contexto, 2006. p. 104.

esporte a conhecer coisas específicas- o motor, por exemplo - obriga maior nível de dedicação.¹⁶

Mas não são todas as modalidades que possuem especificidades como o automobilismo. Com isso, a cobertura jornalística dispensada ao esporte amador, além de ter pouco espaço, tem pouca especialização dos profissionais que a produzem.

Este panorama tem um reflexo imediato no desenvolvimento das modalidades esportivas. De acordo com a Teoria do Agendamento, quanto maior a exposição do esporte, maior será o interesse por ele e mais ele será discutido pelo público. Coutinho discute esta relação entre a exposição na mídia e o desenvolvimento das modalidades, quando fala sobre a primeira transmissão ao vivo para o Brasil da final do torneio de tênis de Wimbledon, em 1976. A autora demonstra os reflexos da transmissão para a modalidade, quando afirma:

Foi também em 1976 que os promotores de tênis no Brasil fortaleceram relações com bons patrocinadores. O Banco Itaú, por exemplo, pelo segundo ano consecutivo destinou 5% de sua verba publicitária (os valores não foram divulgados) na realização da 1ª Copa Itaú de Tênis, com a disputa de etapas em oito cidades diferentes, premiação aos jogadores e produção de peças promocionais, englobando desde cartazes até bonés para serem distribuídos durante os jogos.¹⁷

Quando não há iniciativa por parte dos meios de comunicação como a transmissão ao vivo de grandes eventos, as modalidades têm a saída do surgimento de um ídolo para chamar a atenção dos veículos. Um atleta de sucesso produz maiores espaços para determinado esporte na mídia.

Este fenômeno se repete em várias modalidades. A ginasta Daiane dos Santos, o judoca João Derly e o tenista Gustavo Kuerten são só alguns exemplos de esportistas bem-sucedidos que colocaram suas modalidades em evidência nos meios de comunicação. O caso de Kuerten é tratado por Coutinho quando a autora analisa o

¹⁶ COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo, SP: Contexto, 2004. p. 36.

¹⁷ COUTINHO, Cláudia. Assessorias especializadas. In: VILAS BOAS, Sérgio. **Formação & informação esportiva: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo, SP: Summus, 2005. 100 e 101.

panorama do tênis brasileiro antes do destaque obtido pelo atleta, afirmando que “seguindo a trilha de tantos outros esportes, olímpicos ou não, o tênis brasileiro se ressentia de um ídolo e, com ele, de maior popularidade, o que resultaria em espaço diretamente proporcional na mídia.” (COUTINHO, 2005; p. 95)¹⁸

Com o surgimento de ídolos e o aumento da exposição da modalidade, surge também o espaço para a especialização dos jornalistas e, conseqüentemente, o nível da cobertura jornalística aumenta. As modalidades que não tem a sorte de contar com um atleta de grandes resultados, porém, acabam por receber uma cobertura breve e com pouco destaque, impedindo a massificação do esporte.

¹⁸ COUTINHO, Cláudia. Assessorias especializadas. In: VILAS BOAS, Sérgio. **Formação & informação esportiva: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo, SP: Summus, 2005. p. 95.

3 OS ESPORTES

Com o objetivo de colher a opinião dos representantes de diversas federações esportivas no Rio Grande do Sul, foi realizado um questionário¹⁹ abordando a exposição das modalidades na mídia. Este questionário foi baseado no modelo de Likert, no qual são apresentadas cinco alternativas de resposta ao perguntado.

Foi solicitada, primeiramente por telefone e após por e-mail, uma lista de contatos das federações estaduais de esportes à Fundação de Esporte e Lazer do Rio Grande do Sul (FUNDERGS), órgão ligado a Secretaria Municipal de Esportes, Recreação e Lazer de Porto Alegre. Segundo o endereço oficial da entidade na Internet (www.fundergs.rs.gov.br) ela foi fundada em 2001 e tem como objetivo principal projetar, planejar, coordenar e executar a política de esporte e lazer no Rio Grande do Sul. A FUNDERGS enviou como resposta ao e-mail, um arquivo em anexo com a lista referida.

A lista tem 42 federações: atletismo, arco e flecha, badminton, basquete, bocha, bolão, boxe, caça e tiro, canastra e escovão, capoeira, ciclismo, chute boxe, columbofilia, desportos aquáticos, full contact, futebol de mesa, futebol sete society, futebol society, futsal, futebol feminino, futebol de areia, futvôlei, ginástica, golfe, hapkido, judô, karatê, motociclismo, orientação, patinagem, pesca, pugilismo, punhobol, pentatlo moderno, shorinji kempô, surfe, skate, triatlon, desportos universitários, vela, vôlei e windsurfe.

Após ser realizado um primeiro contato telefônico com todas as federações, foram enviados e-mails para todas as federações esportivas listadas, com o questionário (anexo I) em anexo para preenchimento. Depois deste primeiro contato, oito entidades responderam ao questionário. Foi realizado então um segundo contato telefônico e mais e-mails foram enviados. Mais duas federações responderam ao questionário.

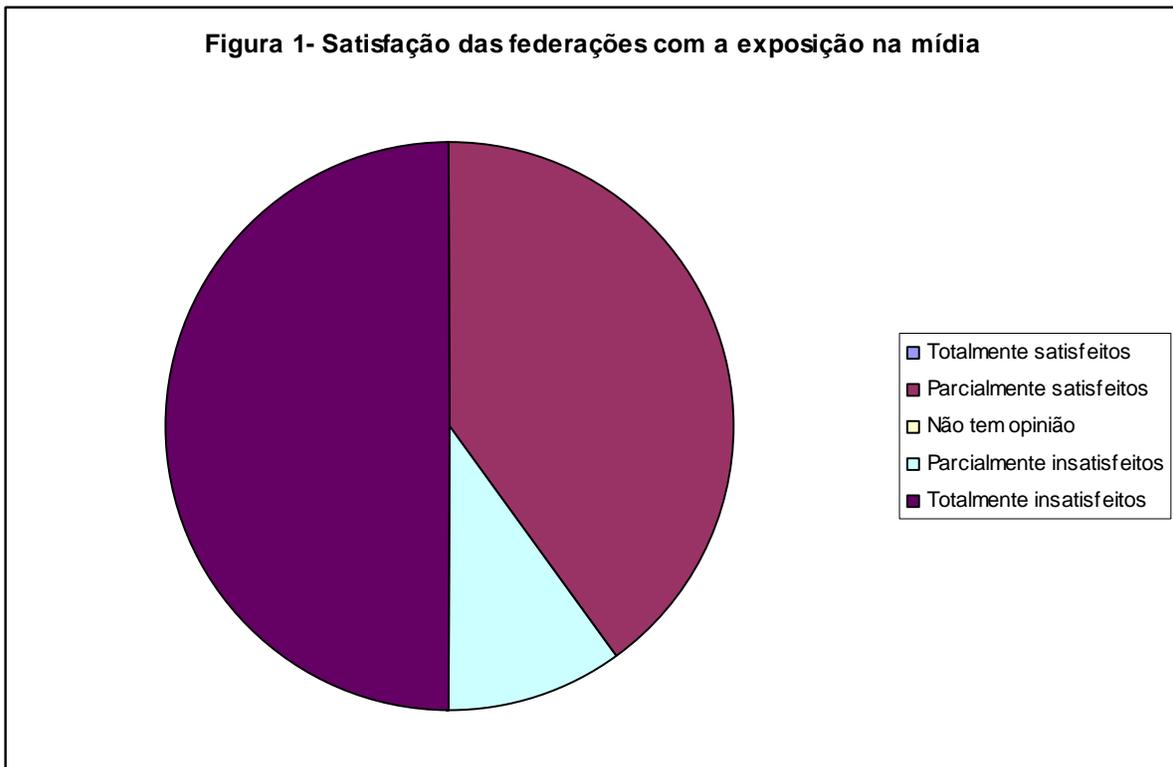
¹⁹ Ver anexos.

No total, as perguntas foram respondidas por representantes de 10 federações esportivas. São elas: Arco e Flecha, Badminton, Basquete, Futsal, Ginástica, Motociclismo, Orientação, Patinagem, Esportes Universitários e Vôlei. Apesar da simplicidade do questionário, que permitia ser respondido rapidamente, o número de federações foi baixo, o que permite realizar apenas um recorte das opiniões das federações esportivas em relação ao espaço de suas modalidades na mídia.

No período de 20 a 26 de agosto de 2007, no qual foi realizado o estudo quantitativo do espaço dedicado a cada modalidade nas cinco publicações de grande circulação diária em Porto Alegre, cinco modalidades não foram destacadas em nenhum jornal. São elas: arco e flecha, badminton, orientação, patinagem e esportes universitários.

O basquete foi o que teve mais destaque entre as federações estudadas, sendo o quarto tema com maior espaço de imagens e textos no período estudado. O vôlei é o nono colocado em espaço de imagens e o quinto em espaço de textos. Não foram publicadas imagens relacionadas ao futsal, a ginástica e o motociclismo. O futsal foi o décimo quarto colocado em espaço de textos entre os temas, ficando a ginástica com a vigésima segunda colocação e o motociclismo com vigésima sétima.

Em relação à primeira pergunta do questionário, que indagava se o entrevistado estava satisfeito com a exposição de sua modalidade na mídia impressa de Porto Alegre, cinco federações responderam que estavam completamente insatisfeitas. Uma delas se mostrou parcialmente insatisfeita e outras quatro responderam estarem parcialmente satisfeitas com a exposição.

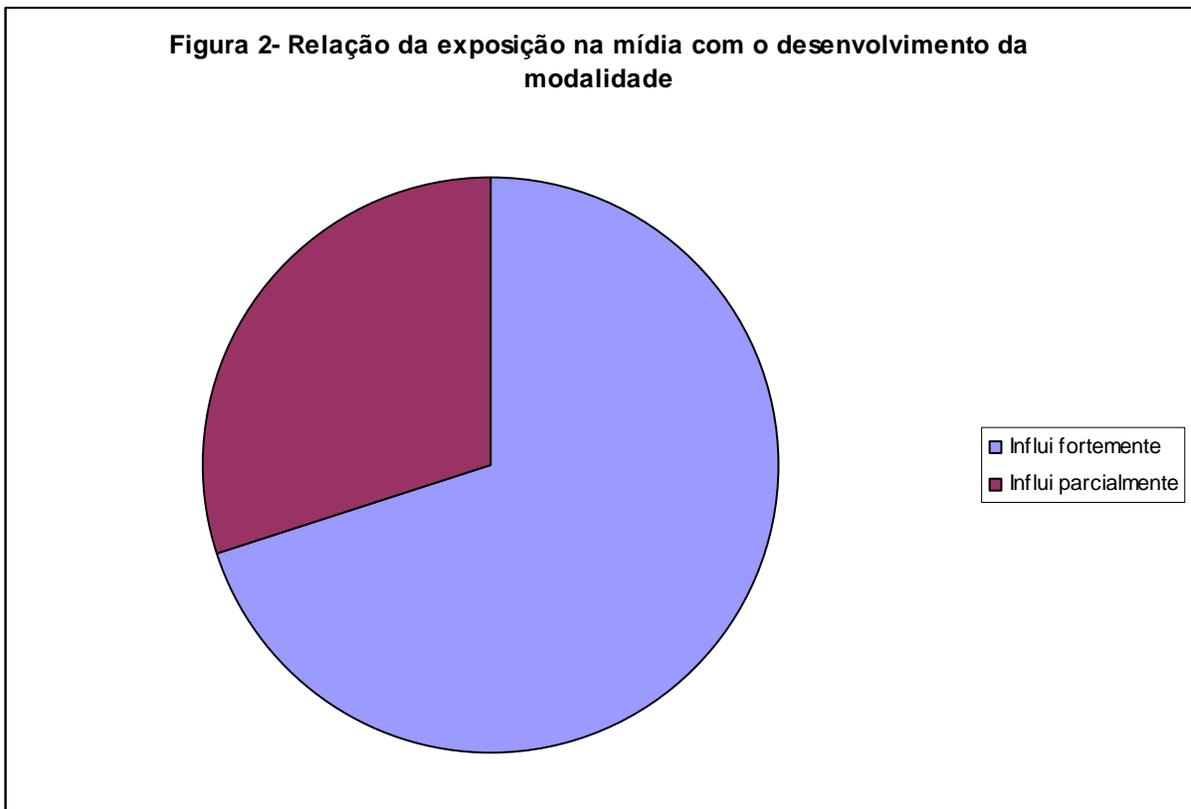


A maioria das federações consultadas responderam estar parcial ou totalmente insatisfeitas com a exposição de suas modalidades na mídia. Essa resposta condiz com o estudo quantitativo realizado, já que os esportes tiveram pouco ou nenhum destaque. Surpreende, porém, o alto número de federações que responderam estar parcialmente satisfeitas com a exposição, mesmo com o espaço escasso verificado no estudo quantitativo.

Essa aparente contradição pode ter origem ainda nos Jogos Pan-americanos, já que muitas dessas modalidades obtiveram grande destaque durante o evento e podem ter respondido à questão ainda baseando sua percepção neste período. A distorção poderia ser melhor verificada se fossem aplicadas entrevistas em profundidade com os representantes de federação, prática que se tornou inviável pela escassez de tempo para sua realização.

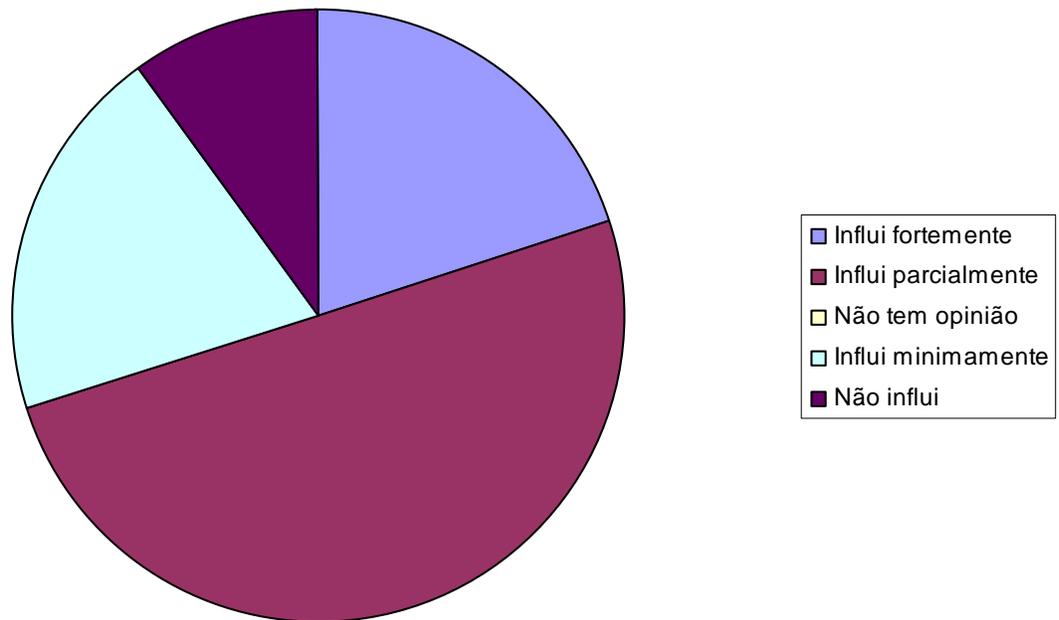
A segunda pergunta do questionário indagava qual era a relação entre a exposição na mídia e o desenvolvimento da modalidade. Das dez federações

entrevistadas, sete afirmaram que a exposição na mídia influi fortemente no desenvolvimento do esporte. As outras três afirmaram que influi parcialmente.



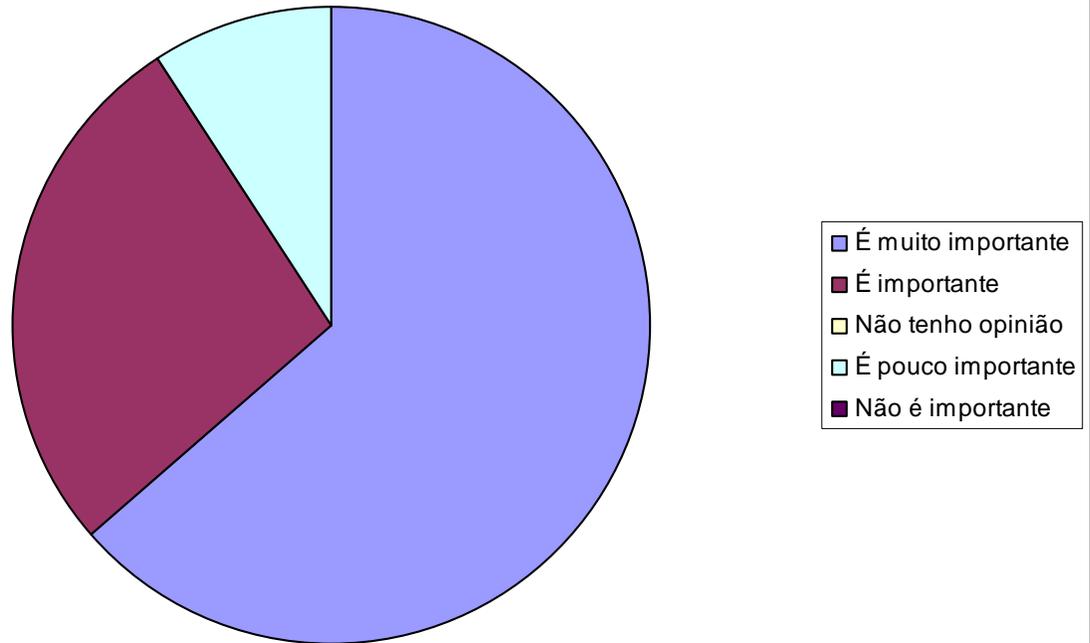
A terceira pergunta questionava a relação entre a exposição na mídia e a obtenção de resultados dos atletas em competições. Cinco das dez federações estudadas afirmaram que a exposição influi parcialmente na obtenção de resultados. Para duas federações, o espaço na mídia influi fortemente e outras duas afirmaram que influi minimamente. Uma das federações afirma que a exposição na mídia não influi na obtenção de resultados.

Figura 3- Relação da exposição na mídia com a obtenção de resultados dos atletas

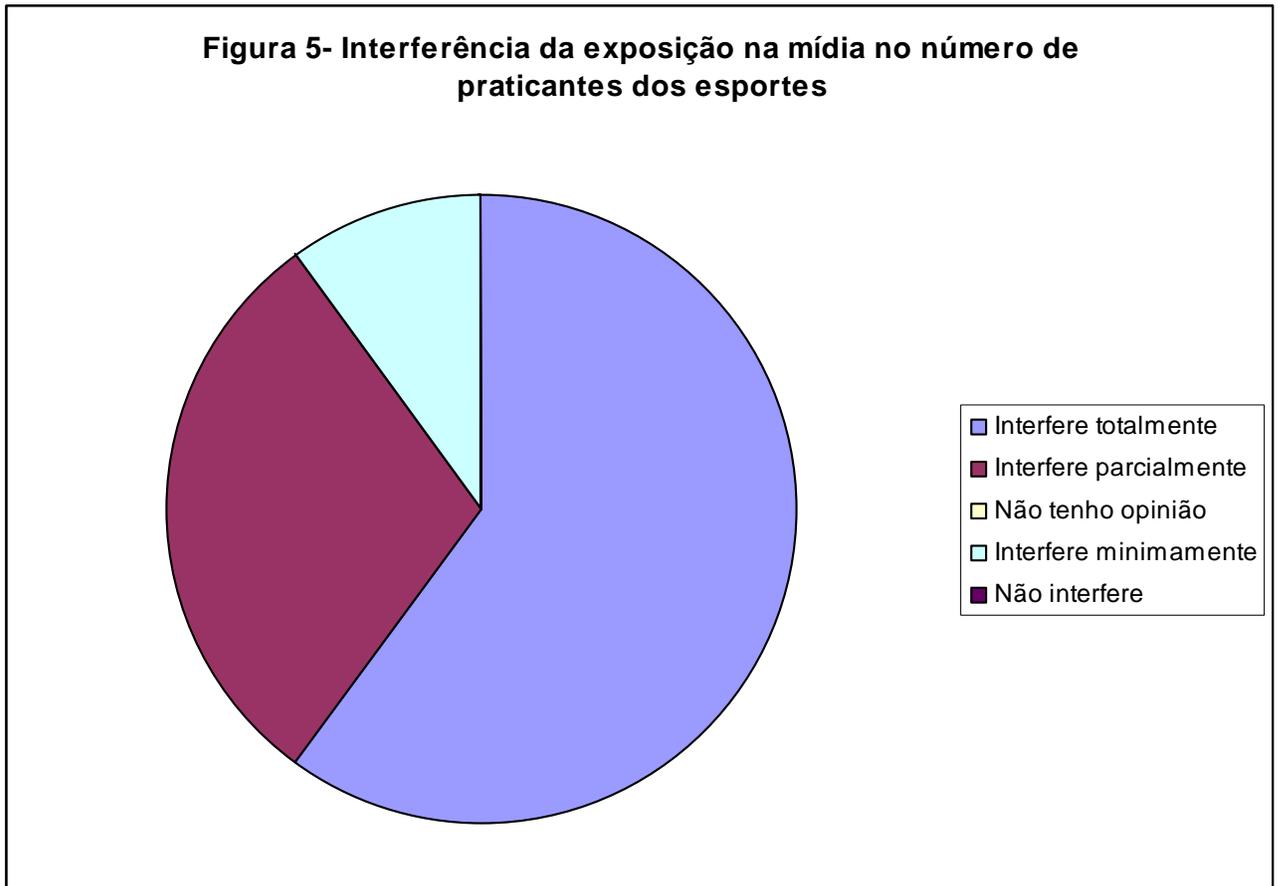


A quarta pergunta questionava a importância do surgimento de ídolos na ampliação do espaço reservado às suas modalidades na mídia. Para seis das dez federações estudadas, o surgimento de ídolos é muito importante para ampliar o espaço da modalidade na mídia. Três das federações avaliaram como importante e uma federação considerou como pouco importante.

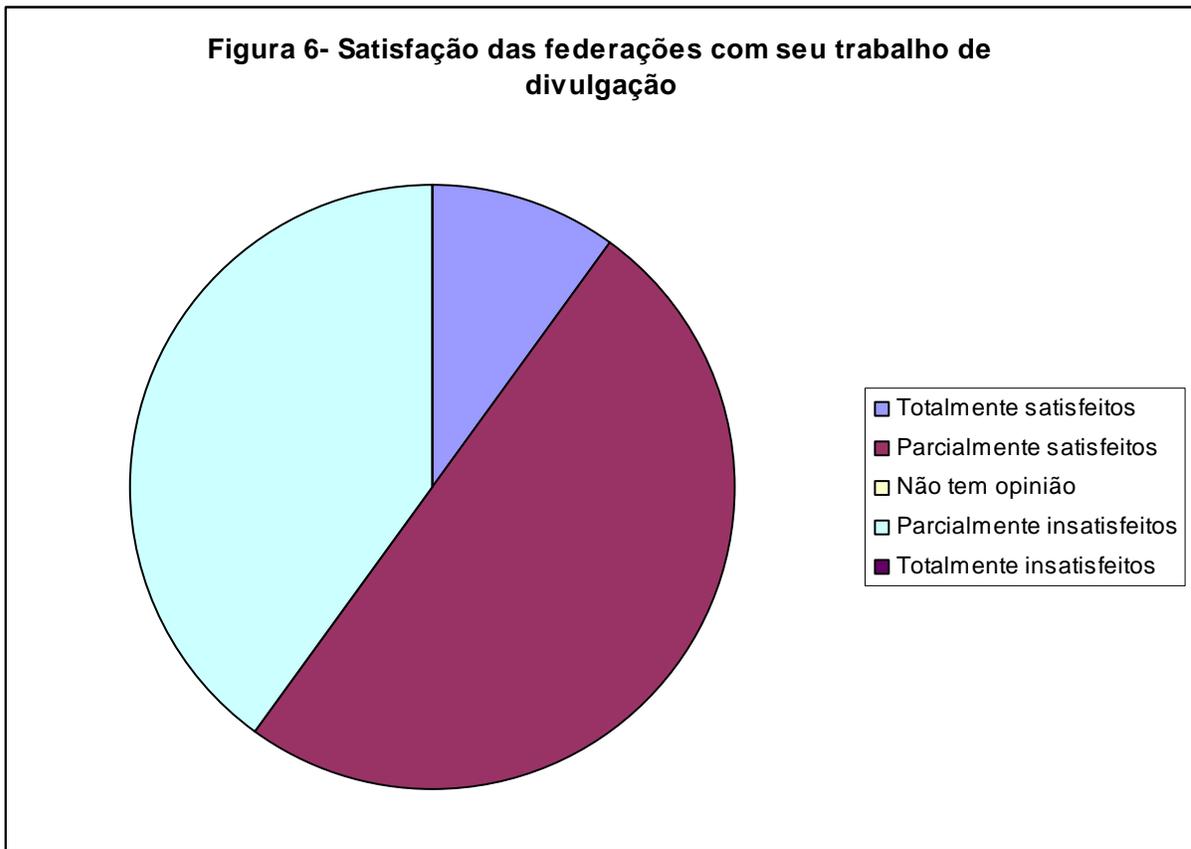
Figura 4- Importância do surgimento de ídolos para o aumento da exposição na mídia



Seis federações responderam à quinta pergunta, que questionava a interferência da exposição na mídia em relação ao número de praticantes das modalidades, afirmando que interfere totalmente. Três federações consideraram que interfere parcialmente e uma afirmou que interfere minimamente.



Sexta e última pergunta do questionário pede para os entrevistados avaliarem o trabalho de divulgação realizado por suas federações junto à mídia. Cinco das federações afirmaram estar satisfeitas parcialmente com seu trabalho de divulgação. Quatro afirmaram estar insatisfeitas parcialmente e uma disse estar totalmente satisfeita.



Com base nas opiniões colhidas, nota-se que os representantes das federações estão, em geral, insatisfeitos com a exposição de suas modalidades na mídia. Também fica clara a importância que estes representantes depositam no aumento do espaço na mídia para o desenvolvimento de suas modalidades, já que afirmam que a exposição nos veículos de comunicação aumenta o número de praticantes e influi na obtenção de resultados por parte dos atletas.

Considerando estes fatores, cabe fazer uma crítica em relação à falta de criatividade destas entidades para a realização de ações que as tornem visíveis. As autoridades ligadas ao esporte amador geralmente esperam que a mídia se interesse por suas modalidades como elas são, sem se preocupar em torná-las mais atraentes e, com isso, criar fatos com maior interesse jornalístico.

Pude presenciar essa falta de criatividade em minha experiência pessoal como praticante e atleta de esgrima. A modalidade teria um apelo muito maior se procurasse

se aproximar de sua origem nos duelos de espada. A mentalidade dos dirigentes, porém, é de divulgar o esporte através das competições e tentando fazer com que leigos entendam as complicadas regras da modalidade.

O filme “A Máscara do Zorro”, por exemplo, movimentou grande público nos cinemas de Porto Alegre. Na época, os técnicos do Grêmio Náutico União foram contratados para realizarem simulações de duelos nas filas que se formavam para assistir o filme. Essa ação teve um reflexo muito maior no número de praticantes da modalidade do que as inúmeras finais de competições realizadas em *shoppings centers* da cidade.

Outros exemplos de soluções criativas para aproximar modalidades do público leigo são abundantes. O xadrez já realizou partidas com peças vivas. A ginástica pode ter exhibições mais artísticas, sem o caráter competitivo e com mais elementos que a aproximem de um espetáculo semelhante ao circo.

3.1 Arco e flecha

O arco e flecha, ou tiro com arco, é um esporte olímpico que se baseia na utilização de modernos arcos e flechas para atingir a um alvo fixo. O processo de formação do arqueiro se inicia com o correto manuseio do arco, com correções do posicionamento do objeto, para que depois seja introduzida a flecha.

No começo, os arqueiros treinam a dez metros do alvo, aumentando gradativamente a distância até chegarem aos dezoito metros, onde fica o alvo nas competições *indoor*. Neste tipo de prova, o arqueiro atira a 18 metros do alvo dez séries de três tiros, em 2 rounds perfazendo o total de sessenta tiros, sendo o máximo que se pode alcançar de 600 pontos. Os alvos são graduados de 10 até 6 pontos, sendo que se o arqueiro acerta na porção central, ganha 10 pontos. Uma das modalidades mais populares do arco e flecha é o “FITA Round”, no qual os atletas disparam 36 flechas com o alvo a 90, 70, 50 e 30 metros.

A Federação Gaúcha de Arco e Flecha (FeGAF) é a representante no Rio Grande do Sul da Confederação Brasileira de Tiro com Arco (CBTARCO). A FeGAF possui um sítio oficial na Internet no endereço www.fegaf.org.br, onde podem ser encontradas informações acerca das competições, da modalidade e de cursos que a própria federação ministra.

3.2 Badminton

O badminton é um esporte de raquete, que pode ser disputado de forma individual ou em duplas, no qual os praticantes atingem, com as raquetes, uma peteca. O objetivo do jogo é, usando a raquete, rebater a peteca sobre a rede para a quadra do adversário, sem deixar a peteca tocar no chão. O badminton é disputado em três sets, nos quais quem chegar a 21 pontos primeiro, vence. A modalidade é conhecida como a mais rápida entre os esportes que utilizam raquetes. O esporte é o segundo com mais praticantes no mundo, perdendo apenas para o futebol. Essa popularidade se dá pela alta difusão da modalidade nos países asiáticos. O badminton é esporte olímpico desde os Jogos de 1992, em Barcelona.

Nos Jogos Pan-americanos do Rio de Janeiro, o badminton brasileiro conquistou a primeira medalha de sua história. A dupla Guilherme Pardo e Guilherme Kumasaka ficou em terceiro lugar na competição, conquistando a medalha de bronze. O feito foi amplamente divulgado pelos veículos de comunicação nacionais.

No Rio Grande do Sul, a modalidade é representada pela Federação Gaúcha de Badminton (FGB), que conta com 250 filiados, sendo estes os que disputam competições organizadas pela federação. O número de praticantes no Rio Grande do Sul é estimado em 5 mil, já que quatro escolas de Porto Alegre utilizam o badminton em suas aulas de educação física. Mais informações sobre a FGB podem ser encontradas na Internet, no endereço www.badmintongaicho.com.

3.3 BASQUETE

O basquete foi inventado no final do século XIX, nos Estados Unidos e se tornou um dos esportes mais populares no Brasil e no mundo. A modalidade é disputada por duas equipes de 5 jogadores, que tem por objetivo acertar a bola em um cesto. Quando isso acontece, dependendo da distância da qual o jogador arremessou, a equipe ganha 2 ou 3 pontos. O basquete se tornou um esporte olímpico a partir dos Jogos de 1936, em Berlim.

A modalidade é introduzida no Brasil através do norte-americano Augusto Shaw, em 1896. Desde então, o basquete evoluiu e se tornou uma das modalidades mais populares e bem-sucedidas no país. A Seleção Brasileira masculina é bi-campeã mundial e a feminina é campeã mundial e possui a medalha de prata nos Jogos Olímpicos de 1996, em Atlanta.

A Federação Gaúcha de Basketball foi fundada em 1952 e hoje conta com 78 clubes filiados. A entidade é ligada à Confederação Brasileira de Basketball, órgão máximo da modalidade no Brasil. A federação tem informações e calendários de competições em seu endereço oficial na Internet: www.basquetegaucho.com.

3.4 Futsal

O futsal é uma modalidade esportiva derivada do futebol, porém disputada em uma quadra menor e com menor número de participantes. Os cinco jogadores de cada equipe tem o objetivo de chutar a bola dentro da baliza adversária, marcando um gol. A modalidade é uma das mais populares no Brasil, principalmente pela facilidade de ser disputada em um espaço menor que o futebol e, por isso, não necessitar de grandes áreas para a construção da quadra.

Fundada em 1956, a Federação Gaúcha de Futebol de Salão é a representante da Confederação Brasileira de Futsal no Rio Grande do Sul. O estado tem tradição vitoriosa nas competições da modalidade, sendo que as equipes gaúchas conquistaram 7 das 12 edições da Liga Brasileira de Futsal.

A federação organiza as competições estaduais, que na categoria adulta se dividem em três séries (ouro, prata e bronze), além dos torneios das categorias de base e escolares. Mais informações sobre a modalidade e a entidade podem ser encontradas no endereço oficial da federação na Internet: www.futsalrs.com.br.

3.5 GINÁSTICA

A ginástica é um esporte que engloba cinco modalidades diferentes: ginástica artística, ginástica rítmica, ginástica de trampolim, ginástica aeróbica esportiva e ginástica acrobática.

A ginástica artística é uma modalidade na qual os atletas realizam movimentos utilizando aparelhos oficiais específicos. O objetivo é demonstrar força, agilidade, flexibilidade, coordenação, equilíbrio e controle do corpo. A ginástica artística é modalidade olímpica desde os primeiros Jogos da era moderna, em 1896.

A ginástica rítmica é exclusivamente feminina e também faz parte do programa olímpico, sendo inserida nos Jogos em 1984. Nela, as atletas realizam movimentos variados utilizando cinco aparelhos: arco, bola, fita, corda e maçãs. A ginástica rítmica pode ser disputada individualmente ou em grupos de cinco atletas.

A ginástica de trampolim é disputada por homens e mulheres e consiste na realização de saltos e movimentos em cima de um trampolim acrobático. Existe também a modalidade de trampolim sincronizado, na qual dois atletas realizam movimentos simultâneos e semelhantes em dois trampolins diferentes. A modalidade é olímpica, desde os Jogos de 2000, em Sydney.

A ginástica aeróbica esportiva é uma modalidade disputada por homens e mulheres, na qual são realizadas rotinas de movimentos com cerca de dois minutos, acompanhadas por música. O objetivo dos atletas é demonstrar força, flexibilidade,

coordenação e ritmo aos juízes. Esta modalidade é nova e teve seu primeiro campeonato mundial realizado em 1995, em Paris.

Na ginástica acrobática, também são realizados movimentos acompanhados por música. Nessa modalidade, criada com base nas acrobacias realizadas nos circos os atletas buscam demonstrar força para realizar os movimentos. A ginástica acrobática tem, como competição principal, o campeonato mundial.

No Brasil, a ginástica artística é uma modalidade em franco crescimento. Os resultados obtidos por Daiane dos Santos no início dos anos 2000, incluindo um título mundial, projetaram o esporte, que segue gerando bons resultados em competições. Os mais novos ídolos da modalidade são Jade Barbosa, campeã pan-americana e Diego Hypólito, campeão mundial.

A Federação Riograndense de Ginástica (FRG) é a entidade máxima da ginástica e suas cinco modalidades no Rio Grande do Sul. A FRG tem um total de 18 entidades filiadas e organiza as principais competições estaduais do esporte. Mais informações sobre a entidade podem ser encontradas em seu endereço na Internet: www.frgginastica.com.br.

3.6 Motociclismo

O motociclismo é um esporte que envolve a utilização das motocicletas para diversos tipos de provas. As mais populares são as de velocidade, nas quais são realizadas corridas em autódromos e o motocross, realizado em terrenos de difícil acesso, nos quais são exigidas habilidades como força e destreza dos pilotos, além da velocidade.

O motociclismo competitivo foi criado em 1904, com o surgimento da Federação Internacional de Motociclismo. A partir daí, a modalidade cresce e os primeiros campeonatos mundiais são realizados. Em 1947, é realizado o torneio das nações de motovelocidade e em 1954 é celebrado o primeiro campeonato mundial de motocross.

A Federação Gaúcha de Motociclismo (FGM) é a representante gaúcha da Confederação Brasileira de Motociclismo. A FGM é responsável pela organização das competições regionais de motociclismo das mais diversas modalidades e possui cerca de 1200 pilotos filiados. Mais informações a respeito da entidade podem ser encontradas em seu endereço na Internet: www.fgm.com.br.

3.7 Orientação

Orientação é um esporte no qual o praticante recebe um mapa e deve, com a ajuda de uma bússola, chegar a pontos específicos determinados, chamados pontos de controle, no menor tempo possível. A modalidade, como esporte, surgiu a cerca de cem anos nos países nórdicos, como uma forma de realizar uma atividade física lúdica ao ar livre, mantendo a mente do praticante ocupada em toda a sua execução e contribuindo para a educação ambiental.

Esta preocupação com a educação ambiental é muito difundida entre os praticantes do esporte. A orientação não possui somente uma vertente competitiva, na qual é feita a preparação dos atletas para os torneios, mas também uma vertente ambiental, que foca a questão da educação ambiental. Existe também a orientação como forma de turismo, que é realizada tomando riscos calculados e com equipamento de segurança indicado para que o esporte seja praticado por iniciantes.

A Federação Gaúcha de Orientação (FGO) foi fundada em 1996, antes mesmo da fundação da Confederação Brasileira da modalidade, em 1999. A FGO organiza as competições estaduais, além de promover eventos relacionados às vertentes ambiental e turística da modalidade.

3.8 Patinagem

A patinagem é um esporte que envolve as modalidades disputadas com patins tradicionais ou em linha. Entre essas modalidades, se destacam a patinação artística, o hóquei e a corrida sobre patins.

Na patinação artística, são realizados uma série de movimentos acompanhados por música, que serão julgados por um grupo de juízes de acordo com a beleza e a perfeição técnica. O hóquei é um esporte no qual os praticantes se deslocam sobre patins e carregam um taco, com o qual procuram empurrar uma pequena bola para dentro de uma baliza. Já a patinação de velocidade coloca os patinadores um contra o outro, competindo para determinar quem percorre distâncias determinadas no menor tempo.

A Federação Gaúcha de Patinação (FGP) foi fundada em 1973 e é a representante gaúcha da Confederação Brasileira de Patinação. A FGP está encarregada de organizar as competições de todas as modalidades da patinação. A federação possui 14 entidades filiadas e seu sítio oficial na Internet pode ser acessado através do endereço: www.fgp.org.br.

3.9 Esportes Universitários

A Federação Universitária Gaúcha de Esportes (FUGE) organiza competições que envolvam somente estudantes de instituições universitárias. Os competidores são alunos do ensino superior, ou que estejam realizando sua especialização, como mestrado ou doutorado.

A FUGE tem como esportes considerados ativos o atletismo, basquete, futebol, futsal, handebol, judô, natação, voleibol, tênis e xadrez. Existem ainda modalidades que esporadicamente são disputadas nas competições, como a ginástica, taekwondo, karatê, tênis de mesa e remo. As principais competições regionais de esportes universitários são os Jogos Universitários Gaúchos, realizados em maio, e a Copa Unisinos, realizada em Outubro.

3.10 Vôlei

O voleibol é disputado em uma quadra, dividida em duas partes iguais por uma rede, com seis jogadores para cada lado. O objetivo é fazer a bola passar para o outro

lado e tocar o chão, antes de ser alcançada pelos jogadores adversários. O vôlei é disputado em uma melhor de cinco sets, sendo que os quatro primeiros são vencidos pela equipe que atinge 25 pontos e o quinto set é vencido pelo time que chega a 15 pontos.

No Brasil, o vôlei é um dos esportes mais populares e vive grande fase nas competições internacionais, especialmente na modalidade masculina. O país é o atual campeão do Campeonato Mundial, da Liga Mundial, dos Jogos Olímpicos e dos Jogos Pan-americanos. Além dos resultados, o vôlei é considerado uma das modalidades com maior organização e estrutura no país, possuindo inclusive um moderno centro de treinamento esportivo localizado na cidade de Saquarema, interior do estado do Rio de Janeiro. Este local foi construído e é administrado pela Confederação Brasileira de Voleibol (CBV).

A Federação Gaúcha de Volley-Ball (FGV) é a representante gaúcha da CBV e organiza as competições estaduais nas mais diversas categorias. A FGV também administra as convocações das seleções estaduais, que disputam competições nacionais representando o Rio Grande do Sul. Fundada em 1954, a FGV tem um sítio oficial na Internet, que pode ser acessado no endereço: www.voleigaucho.com.br.

4 JORNAIS

Nas cinco publicações analisadas por este trabalho, foi realizado um estudo quantitativo do espaço reservado a cada tema, ou modalidade, nos jornais. A área, em cm², reservada ao esporte nas publicações foi medida.

Neste estudo, foram separadas as imagens dos textos. Como imagens, foram consideradas as fotos, ilustrações e gráficos presentes nas publicações. Como textos, foram considerados o corpo das matérias, o título, olho, retranca, tabelas e legenda das fotos.

Também foi realizado um estudo qualitativo, no qual foram realizadas entrevistas em profundidade com os responsáveis pelo segmento de esporte de cada jornal. Foram tratadas questões como o processo de seleção de notícias, a especialização dos profissionais e o impacto do surgimento de ídolos na distribuição de espaço das publicações.

4.1 Jornal Zero Hora

O jornal Zero Hora foi fundado em 1964, pela Rede Brasil Sul (RBS), hoje o maior grupo de comunicação do Sul do país. Jornal de circulação diária, recentemente passou a contar com uma versão remodelada na rede mundial de computadores, a internet. O novo sítio oficial do jornal fica no endereço www.zerohora.com e tem atualizações 24h por dia, além de contar com uma versão virtual da publicação impressa.

A editoria de esportes de Zero Hora publica, de terça a domingo, de 6 a 8 páginas com material relacionado às competições esportivas. Às segundas-feiras, o jornal traz um caderno de esportes, com 13 páginas. A cobertura esportiva de Zero Hora ainda conta com quatro colunistas. Paulo Roberto Falcão, Ruy Carlos Ostermann e Wianey Carlet assinam colunas que levam seus nomes e tratam do futebol. Existe ainda a coluna “Bola Dividida”, geralmente assinada por Mário Marcos de Souza, mas

que, dependendo da circunstância, é confeccionada por outros repórteres do jornal. Esta coluna traz curiosidades do futebol e outros esportes.

O Jornal Zero Hora, no período entre 20 a 26 de agosto, apresentou a seguinte distribuição de espaço entre os temas publicados:

Tabela 1:

20 a 26/08: Jornal Zero Hora- Imagens		
	Área(cm ²)	%
Futebol	8116,82	68,05%
Automobilismo	841,67	7,06%
Futebol Americano	678,14	5,69%
Parapan	594,10	4,98%
Basquete	416,80	3,49%
Atletismo	341,60	2,86%
School Games	325,16	2,73%
Maratona Aquática	229,60	1,92%
Tênis	156,96	1,32%
Vôlei de Praia	146,88	1,23%
Vôlei	80,20	0,67%
Total	11927,93	100,00%

Tabela 2:

20 a 26/08: Jornal Zero Hora- Textos		
	Área(cm ²)	%
Futebol	18934,11	74,61%
Automobilismo	1208,81	4,76%
Basquete	969,36	3,82%
Parapan	873,13	3,44%
Futebol Americano	715,31	2,82%
Atletismo	664,90	2,62%
Vôlei	520,11	2,05%
School Games	304,44	1,20%
Tênis	284,09	1,12%
Vôlei de Praia	211,17	0,83%
Turfe	205,25	0,81%
Olimpíadas	87,50	0,34%
Futsal	76,50	0,30%
Natação	68,85	0,27%
Surfe	59,75	0,24%
Handebol	48,00	0,19%
Triatlo	25,00	0,10%
Vela	22,50	0,09%
Hipismo	21,00	0,08%
Esgrima	20,00	0,08%
Golfe	15,00	0,06%
Tênis de Mesa	15,00	0,06%
Ginástica	10,00	0,04%
Judô	10,00	0,04%
Esqui Cr. Country	7,50	0,03%
Total	25377,28	100,00%

Dentro da editoria de esportes de Zero Hora, há uma sub-editoria de Outros Esportes, que trata das modalidades esportivas fora do futebol. Segundo o editor de esporte da publicação, David Coimbra²⁰, “o esporte precisa ter um pouco de setorização. A pessoa precisa estar um pouco enfronhada no assunto, precisa ter fontes. A gente tem as nossas fontes, uma série de especialistas que nós consultamos.

²⁰ Entrevista concedida em 19/10/2007.

A gente precisa ter fontes nos clubes, nas federações, entre os atletas, os treinadores. Então, tu precisas ter gente que circule naquele meio. Não quer dizer que essas pessoas não possam fazer outras matérias em outros esportes. Eu sou editor de esportes da Zero Hora há 11 anos e desde sempre se fez essa setorização.”

Outra característica marcante da publicação é a aparição de reportagens que apresentam as modalidades esportivas. No dia 21 de agosto, o jornal Zero Hora publicou uma reportagem de duas páginas abordando o futebol americano, suas regras e curiosidades. O editor de esporte do jornal justifica este tipo de enfoque afirmando que “como não só no Brasil, mas na maioria dos países da Europa, o futebol é muito mais conhecido do que os outros esportes, alguns desses esportes a gente tem que apresentar para as pessoas.”

Entre as publicações estudadas, Zero Hora é a que tem uma maior variedade de temas. No total, 25 tópicos, entre modalidades esportivas e eventos foram abordados pela publicação. É também o jornal com a mais ampla cobertura esportiva, com um total de 37305,21 cm² de área publicada, entre imagens e textos.

4.2 Jornal Correio do Povo

O Correio do Povo, jornal de circulação diária, foi fundado em 1895 por Caldas Júnior. Jornal no formato standard, a publicação se tornou muito influente na opinião pública do Rio Grande do Sul, durante boa parte do século XX.

No final dos anos 70, a Companhia Jornalística Caldas Júnior, editora do Correio do Povo, passou a enfrentar sérios problemas financeiros. A crise provocou o estancamento da circulação do jornal, em 16 de junho de 1984.

O Correio do Povo então voltaria a circular em 1986, adotando o formato tablóide em 26 de maio de 1987, e baseando suas vendas nas assinaturas, cobrando preços acessíveis aos assinantes. A publicação também é disponível para venda avulsa, com preço de R\$ 1,00 por exemplar. Em 2006, a Companhia Jornalística Caldas Júnior foi

adquirida pelo Grupo Record de Comunicação, ligado à Igreja Universal do Reino de Deus.

Atualmente, a editoria de esportes do Correio do Povo publica de 3 a 4 páginas do jornal com material relacionado às modalidades esportivas. Neste espaço, há uma coluna diária de opinião, assinada pelo editor de esportes do jornal, Hiltor Mombach, chamada “De Primeira”. Uma das páginas do jornal é sempre dedicada a esportes que não o futebol. Dentro dessa página, aparece um quadro denominado “repique”, no qual são publicadas pequenas notas de diversas modalidades, informando a realização de eventos e resultados de competições.

Durante o período estudado, de 20 a 26 de agosto, o jornal Correio do Povo apresentou a seguinte distribuição de espaço entre os temas relacionados ao esporte:

Tabela 3:

20 a 26/08: Jornal Correio do Povo-Imagens		
	Área(cm ²)	%
Futebol	2531,24	78,44%
Basquete	179,38	5,56%
Atletismo	147,59	4,57%
Automobilismo	145,06	4,50%
Vôlei	92,34	2,86%
Pólo	37,00	1,15%
Parapan	36,50	1,13%
Tênis	28,98	0,90%
Ginástica	28,80	0,89%
Total	3226,89	100,00%

Tabela 4:

20 a 26/08: Jornal Correio do Povo- Textos		
	Área(cm ²)	%
Futebol	9885,13	75,30%
Automobilismo	616,73	4,70%
Basquete	520,54	3,97%
Vôlei	497,65	3,79%
Atletismo	446,10	3,40%
Turfe	214,00	1,63%
Parapan	197,04	1,50%
Tênis	165,48	1,26%
Futsal	132,45	1,01%
Pan-americano	83,64	0,64%
Vela	76,53	0,58%
Política do esporte	56,64	0,43%
Pólo	49,70	0,38%
Ginástica	46,20	0,35%
Judô	36,81	0,28%
Esgrima	21,12	0,16%
Vôlei de Praia	15,84	0,12%
Ciclismo	14,40	0,11%
Padel	13,92	0,11%
Natação	12,48	0,10%
Remo	12,47	0,09%
Motociclismo	12,00	0,09%
Total	13126,87	100,00%

A característica principal da cobertura de esporte amador do Correio do Povo é a reserva de uma página da publicação para as modalidades. Esta opção editorial produz o efeito de não diminuir o espaço do futebol em relação às outras publicações estudadas, porém de publicar material relacionado a uma grande variedade de modalidades. O quadro “repique”, citado acima, colabora para essa característica, já que ocupa um pequeno espaço, porém destaca um grande número de esportes.

Ainda em relação a variedade de tópicos apresentada no Correio do Povo, a publicação só perde para a Zero Hora no número de temas abordados durante o período estudado, tendo sido publicado material sobre 22 tópicos diferentes na publicação. Importante ressaltar que o jornal têm espaço reduzido, se comparado à Zero Hora, para sua editoria de esportes.

4.3 Jornal Diário Gaúcho

Fundado em 2000, o jornal Diário Gaúcho pertence ao grupo RBS, assim como o jornal Zero Hora. A publicação, que tem edições de segunda à sexta, além de uma única edição no final de semana, é voltada para as camadas mais pobres da população, o que fica evidente na linguagem mais coloquial que é utilizada, na diagramação diferenciada e no preço acessível de R\$ 0,60 por exemplar. O Diário Gaúcho só é disponível aos seus leitores para venda avulsa.

A editoria de esportes do Diário Gaúcho traz de 4 a 6 páginas com material relacionado às diversas modalidades. O segmento do jornal que trata do esporte é denominado “Jogo Total”, e têm quatro colunas diárias. As colunas “Paixão Tricolor”, assinada por Luiz Carlos Silveira Martins e “Paixão Colorada”, assinada por Kenny Braga, tratam da dupla Gre-Nal, sob o ponto de vista de torcedores ilustres das equipes. Já as colunas “Guerra Total”, assinada por Adroaldo Guerra Filho e a de Pedro Ernesto Denardin, que leva seu nome, analisam o futebol em geral, sem se ater especificamente nas equipes gaúchas, porém dando mais ênfase a elas.

Durante o período estudado, entre 20 a 26 de agosto, o jornal Diário Gaúcho teve a seguinte distribuição de espaço entre os temas abordados:

Tabela 5:

**20 a 26/08: Jornal Diário Gaúcho-
Imagens**

	Área (cm ²)	%
Futebol	4295,36	96,44%
Parapan	158,37	3,56%
Total	4453,73	100,00%

Tabela 6:

20 a 26/08: Jornal Diário Gaúcho- Textos

	Área(cm ²)	%
Futebol	15800,44	95,31%
Parapan	475,42	2,87%
Vôlei	142,26	0,86%
Olimpíadas	81,00	0,49%
Automobilismo	48,60	0,29%
Basquete	29,70	0,18%
Total	16577,42	100,00%

O jornal Diário Gaúcho é, entre as publicações estudadas, aquela que mais espaço reservou para o futebol. O editor de esportes do jornal Diego Figueira²¹ afirma²² que a publicação “dá preferência para o futebol e dentro do futebol para as coberturas de Grêmio e Internacional. Aí, na medida do possível, se estiver acontecendo alguma outra competição importante, nesse caso se abre uma página para a cobertura desse evento.” Segundo Figueira, a priorização do futebol é feita para direcionar a cobertura ao público leitor.

Os números também mostram que os Jogos Parapan-americanos são o segundo tema mais abordado durante o período estudado. Esta constatação vai de encontro com a declaração de Figueira de que o jornal dá preferência para os temas que são tratados na cobertura esportiva da televisão aberta. O evento realizado no Rio de Janeiro teve ampla cobertura das emissoras de televisão.

O Jornal Diário Gaúcho é, entre as publicações estudadas, aquela que tratou de menos temas durante o período de 20 a 26 de agosto. O jornal publicou matérias e notas sobre seis tópicos diferentes, incluindo modalidades esportivas e eventos.

²¹ Entrevista concedida em 19/10/2007.

4.4 Jornal do Comércio

O Jornal do Comércio foi fundado em 1933 como um jornal segmentado para os comerciantes, no qual a publicação se dedicava a relatar o movimento do porto de Porto Alegre. Atualmente, o jornal tem circulação de segunda a sexta, sendo que há uma edição nas sextas-feiras que compreende todo o final de semana. O Jornal do Comércio está disponível aos seus leitores através de assinaturas e por venda avulsa, ao preço de R\$ 2,00 por exemplar.

O Jornal do Comércio não possui uma editoria de esportes. A editoria de geral é responsável pelas 2 a 3 páginas de material relacionado ao esporte publicadas em cada exemplar. Não há colunas de opinião diárias esportivas na publicação, apenas uma semanal, com o nome “De olho na tevê”, assinada por Carlos Pires de Miranda.

Durante o período estudado, de 20 a 26 de agosto, o Jornal do Comércio apresentou à seguinte distribuição de espaço para os temas publicados:

Tabela 7:

20 a 26/08: Jornal do Comercio- Imagens		
	Área(cm ²)	%
Futebol	779,17	61,51%
Basquete	122,40	9,66%
Automobilismo	94,21	7,44%
Vôlei	74,46	5,88%
Vôlei de Praia	67,67	5,34%
Olimpíadas	66,30	5,23%
Parapan	62,62	4,94%
Total	1266,83	100,00%

Tabela 8:

20 a 26/08: Jornal do Comércio- Textos		
	Área(cm ²)	%
Futebol	4317,30	64,28%
Automobilismo	508,09	7,57%
Vôlei	271,64	4,04%
Parapan	239,63	3,57%
Basquete	238,00	3,54%
Tênis	231,65	3,45%
Olimpíadas	212,70	3,17%
Vela	133,56	1,99%
Vôlei de Praia	131,23	1,95%
Hipismo	108,50	1,62%
Judô	97,92	1,46%
Turfe	71,00	1,06%
Remo	51,00	0,76%
Futebol Feminino	35,00	0,52%
Motociclismo	25,20	0,38%
Hóquei	24,96	0,37%
Atletismo	18,80	0,28%
Total	6716,18	100,00%

O Jornal do Comércio chama a atenção por ser, entre as publicações estudadas, aquela que dedica menor espaço ao futebol, apesar da modalidade ainda ser predominante. Segundo a editora de geral e responsável pelo segmento de esportes, Paula Sória²³, “isso não é uma decisão deliberada. Nós pegamos muitas matérias de agências sobre basquete, vôlei, tênis e outras modalidades. O Jornal do Comércio não tem repórteres de esporte e por isso utilizamos as matérias de agências de notícias.”

Por ser uma publicação com enfoque na área da economia, o Jornal do Comércio possui um público leitor diferenciado. Sória afirma que isso se reflete na escolha das notícias para o segmento de esportes. Ela cita a cobertura que o jornal realiza em provas de turfe e hipismo como uma adequação ao perfil dos leitores da publicação. Essas modalidades, porém, não aparecem com um destaque maior no Jornal do Comércio do que em outras publicações no período estudado.

4.5 Jornal o Sul

Fundado em julho de 2001, o Jornal O Sul pertence à Rede Pampa de Comunicação. A publicação tem formato tablóide e está disponível aos seus leitores através de assinaturas ou por vendas avulsas, ao preço de R\$ 2,00 por exemplar. O jornal tem como característica o fato de trazer imagens exclusivamente coloridas.

A editoria de esportes do Jornal O Sul traz de 3 a 5 páginas de material diário relacionado aos esportes. Não há colunas diárias de opinião esportiva. O futebol ganha bastante destaque na publicação e, invariavelmente, os exemplares seguintes às rodadas do Campeonato Brasileiro ou a jogos da Seleção Brasileira, tem suas capas ocupadas pelo tema.

Durante o período estudado, o jornal O Sul apresentou a seguinte distribuição de espaço para os temas publicados:

²³ Entrevista concedida em 23/10/2007.

Tabela 9:

20 a 26/08: Jornal O Sul- Imagens		
	Área(cm ²)	%
Futebol	7130,03	75,92%
Automobilismo	1873,85	19,95%
Turfe	387,09	4,12%
Total	9390,97	100,00%

Tabela 10:

20 a 26/08: Jornal O Sul- Textos		
	Área(cm ²)	%
Futebol	10248,33	84,12%
Automobilismo	854,51	7,01%
Turfe	751,69	6,17%
Vôlei	78,23	0,64%
Parapan	64,39	0,53%
Basquete	57,60	0,47%
Windsurfe	45,59	0,37%
Atletismo	41,36	0,34%
Política do Esporte	41,36	0,34%
Total	12183,06	100,00%

Durante a semana estudada, o jornal O Sul mostrou a grande priorização que dedica ao futebol. Proporcionalmente, o espaço que reserva à modalidade só perde para o Diário Gaúcho. No dia 22 de agosto, a publicação teve, em seu espaço dedicado ao esporte, apenas material relacionado ao futebol.

Outra característica do jornal é a presença, com um destaque maior do que as outras publicações, de material relacionado ao turfe. Segundo o editor de esporte da publicação, André Malinoski²⁴, “a cobertura para o turfe é uma idéia recente. Na verdade, não saia quase nada sobre corrida de cavalos em O Sul. Este ano, com os 100 anos do Jockey Club do Rio Grande do Sul, sinto que é uma espécie de dever da editoria destacar um pouco da história, do Protetora do Turfe e do Bento Gonçalves, os dois mais importantes páreos do Estado.” Malinoski chega a afirmar que não vê a publicação como a única a dar destaque ao turfe, quando diz que a Zero Hora e o Correio do Povo também o fazem. Esta afirmação não vai de encontro com os números apurados por este trabalho, já que a Zero Hora e o Correio do Povo não tem nenhuma imagem relacionada ao turfe e o espaço de textos que reservam à modalidade é inexpressivo se comparado à cobertura de O Sul.

²⁴ Entrevista concedida em 22/10/2007.

Outro ponto que chama a atenção no jornal O Sul é o grande espaço dedicado às imagens. No total, mais de nove mil cm² de área foram preenchidos com fotos e ilustrações. O número só não é superior ao do jornal Zero Hora, com a ressalva que essa publicação tem um espaço total dedicado ao esporte muito superior ao de O Sul. Essa valorização das imagens é uma característica editorial da publicação, e aparece em todas as editorias.

Dentre as publicações estudadas, O Sul é o segundo jornal com menor variedade de tópicos tratados. Durante toda a semana analisada, foram abordados nove diferentes temas no jornal.

4.6 Análise Geral das Publicações

Como visto acima, nas cinco publicações analisadas por este trabalho, foi realizado um estudo quantitativo do espaço reservado a cada tema nos jornais. A área, em cm², reservada ao esporte nas publicações foi medida.

Considerando os cinco jornais, nos sete dias analisados (de 20 a 26 de agosto), a distribuição do espaço para os diferentes temas foi a seguinte:

Tabela 11:		Ginástica	28,80	0,10%
20 a 26/08: Todos os jornais- Imagens		Total	30266,35	100,00%
	Área(cm ²)	%		
Futebol	22852,62	75,51%		
Automobilismo	2954,79	9,76%		
Parapan	851,59	2,81%		
Basquete	718,58	2,37%		
Futebol Americano	678,14	2,24%		
Atletismo	489,19	1,62%		
Turfe	387,09	1,28%		
School Games	325,16	1,07%		
Vôlei	247,00	0,82%		
Natação	229,60	0,76%		
Vôlei de Praia	214,55	0,71%		
Tênis	185,94	0,61%		
Olimpíadas	66,30	0,22%		
Pólo	37,00	0,12%		

Tabela 12:

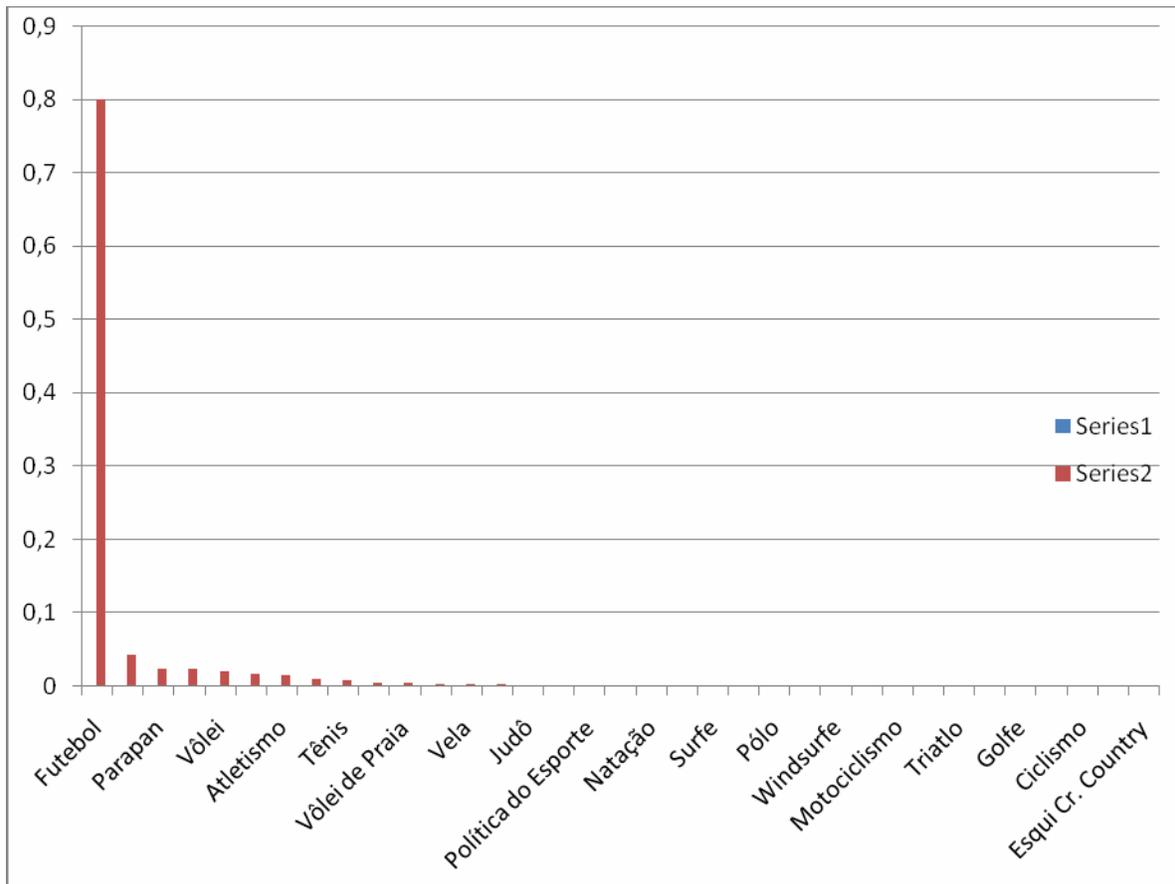
20 a 26/08: Todos os jornais- Textos

	Área(cm ²)	%
Futebol	59185,31	80,00%
Automobilismo	3236,74	4,38%
Parapan	1849,61	2,50%
Basquete	1815,20	2,45%
Vôlei	1509,89	2,04%
Turfe	1241,94	1,68%
Atletismo	1171,16	1,58%
Futebol Americano	715,31	0,97%
Tênis	681,22	0,92%
Olimpíadas	381,20	0,52%
Vôlei de Praia	358,24	0,48%
School Games	304,44	0,41%
Vela	232,59	0,31%
Futsal	208,95	0,28%
Judô	144,73	0,20%
Hipismo	129,50	0,18%
Política do Esporte	98,00	0,13%
Pan-americano	83,64	0,11%
Natação	81,33	0,11%
Remo	63,47	0,09%
Surfe	59,75	0,08%
Ginástica	56,20	0,08%
Pólo	49,70	0,07%
Handebol	48,00	0,06%
Windsurfe	45,59	0,06%
Esgrima	41,12	0,06%
Motociclismo	37,20	0,05%
Futebol Feminino	35,00	0,05%
Triatlo	25,00	0,03%
Hóquei	24,96	0,03%
Golfe	15,00	0,02%
Tênis de Mesa	15,00	0,02%
Ciclismo	14,40	0,02%
Padel	13,92	0,02%
Esqui Cr. Country	7,50	0,01%
Total	73980,81	100,00%

No período estudado, 29 temas foram tratados nas cinco publicações, entre modalidades esportivas, questões políticas relacionadas ao esporte e eventos esportivos. Destes 29 tópicos, 24 eram relacionados a uma modalidade esportiva específica. Da lista fornecida pela FUNDERGS, com os contatos das federações esportivas, 12 modalidades aparecem entre os temas.

Entre as dez federações que responderam o questionário, apenas cinco recebem algum destaque na cobertura realizada pela mídia durante o período estudado. São elas: vôlei, basquete, ginástica, futsal e motociclismo.

FIGURA 07- TODOS OS JORNAIS- 20 A 26 DE AGOSTO- TEXTOS



As tabelas acima demonstram o grande espaço ocupado pelo futebol na mídia impressa de Porto Alegre. Interessante também notar a presença do automobilismo como segundo tema com maior destaque, o que justifica a opinião de Coelho, expressa

no capítulo 2 deste trabalho, de que há espaço para o jornalista especializado nesta modalidade.

Existem também algumas distorções, como, por exemplo, a aparição do futebol americano como o quinto esporte com mais imagens durante a semana. Isso se deve à grande reportagem publicada por Zero Hora, no dia 21 de agosto, na qual a modalidade e suas regras são apresentadas. A reportagem não apresenta nenhuma relação da modalidade com algum grande acontecimento, que justificasse a publicação de material tão extenso. O caso do futebol americano demonstra que as publicações tendem a apenas citar brevemente, através de notas pequenas, os acontecimentos relacionados à outras modalidades que não o futebol. Quando há uma reportagem mais elaborada sobre a modalidade, ela ocupa uma posição mais privilegiada se considerarmos o espaço reservado a cada esporte na mídia.

Outra questão é a presença, ainda importante, de material relacionado aos Jogos Parapan-americanos do Rio de Janeiro. A competição, que encerrou um dia antes do início do período estudado, teve ampla cobertura da mídia em geral, o que não reflete a proporção de espaço normalmente reservado aos esportes paraolímpicos.

Além do estudo quantitativo, foi realizado também um estudo qualitativo, no qual foram entrevistados os cinco editores de esporte das publicações estudadas. Questões relacionadas ao processo de seleção das notícias, a especialização dos jornalistas e o próprio estudo quantitativo realizado neste trabalho foram abordadas.²⁵

Quanto ao processo de seleção das notícias, os editores de esporte apresentaram diversos critérios que definem quais acontecimentos serão destacados em suas publicações.

²⁵ A versão integral das entrevistas com os editores está nos anexos deste trabalho.

No Jornal Zero Hora, os critérios são de importância e interesse no fato para que o material seja publicado. Já no Correio do Povo, o editor de esporte Hiltor Mombach²⁶ enfatiza seu histórico profissional relacionado ao esporte amador para justificar a utilização fixa de ao menos uma página com modalidades que não o futebol. Segundo ele, “a minha origem é do esporte amador. Há 30 anos eu cobria esporte amador para a Folha da Tarde. Eu sempre preservei isso, e sigo fazendo coberturas de Jogos Pan-americanos e Olimpíadas, justamente para manter uma ligação com o esporte amador. No Correio, não se desmontou essa estrutura”. A interferência das experiências pessoais e profissionais citadas por Mombach pode ser relacionada com a teoria do *gatekeeper*, abordada no capítulo 2.

O jornal O Sul e o jornal Diário Gaúcho manifestaram sua priorização ao futebol como linha editorial das publicações. Os dois jornais foram os que mais espaço dedicaram ao futebol durante o período estudado.

Já o Jornal do Comércio é a publicação com menor espaço dedicado ao futebol no período estudado. Segundo a editora de geral e responsável pelo setor de esportes da publicação, não existe uma opção deliberada de priorizar o esporte amador já que o jornal busca suas matérias em agências de notícias e não tem repórteres de esporte.

Assim como os representantes de federação, os editores de esporte acreditam, em geral, na importância do surgimento de ídolos para aumentar o espaço de suas modalidades na mídia. Segundo Mombach, “se tu é “kid”, se tu é o “bam-bam-bam”, tu tens mídia. Caso contrário, é complicado.” Para David Coimbra, de Zero Hora, “a vitória de outras pessoas é interessante. Não é a toa que o futebol é mais assistido e mais admirado e cai muito mais no gosto de todas as pessoas no mundo inteiro. O surgimento dos ídolos é fundamental para isso”.

A opinião dos responsáveis pela parte esportiva das publicações diverge na questão da especialização dos profissionais. A maioria dos editores acredita que há

²⁶ Entrevista concedida em 15/10/2007.

espaço no mercado para jornalistas especializados em outros esportes, que não o futebol. Estes editores, porém, se referem ao jornalista que produz material relacionado a qualquer modalidade que não seja o futebol, sem ser um profissional que seja especializado somente em um esporte amador específico. Essa noção vai de encontro com a visão de Coelho, apresentada no capítulo 2.

CONCLUSÃO

A pesquisa exploratória realizada com representantes de federações esportivas e editores de esporte das publicações estudadas possibilita concluir que existem diferenças de percepção em relação ao espaço reservado ao esporte amador na mídia impressa de Porto Alegre.

A análise do espaço físico dedicado às mais diversas modalidades esportivas evidencia que há uma preferência para publicação de material relacionado ao futebol, em detrimento de outras modalidades.

Os representantes de federações, em geral, mostram insatisfação com a exposição de suas modalidades na mídia. Essa visão é colaborada pela opção editorial de jornais como O Sul e Diário Gaúcho, que manifestam claramente a preponderância de material relacionado ao futebol em seus segmentos esportivos. Já os jornais Correio do Povo e Zero Hora apontam para a questão do interesse do público, que segundo eles, não seria suficiente para aumentar o espaço reservado ao esporte amador em suas publicações.

Nesta questão, entram em conflito as duas teorias do jornalismo apresentadas neste estudo. Os *Gatekeepers*, baseados em suas experiências pessoais, avaliam quais acontecimentos provocariam interesse em seu público leitor. Ao mesmo tempo, os representantes de federações demonstram sua concordância com a teoria do Agendamento, já que manifestam a opinião de que uma maior exposição na mídia garante o desenvolvimento da modalidade e um aumento no número de praticantes da mesma.

Os editores de esporte e os representantes de federações concordam no reconhecimento da importância do surgimento de ídolos para o aumento do espaço reservado às modalidades na mídia. Segundo os jornais, este aumento de espaço se

dá pelo aumento de interesse do público leitor em relação à modalidade, a partir do aparecimento de um atleta de destaque. Como visto acima, os representantes de federação acreditam em um aumento de interesse com a simples divulgação de suas modalidades, sem necessidade do surgimento de ídolos. As federações, porém, admitem a importância de atletas de destaque para aumentar o espaço de suas modalidades nos veículos de comunicação.

Os próprios representantes das federações estudadas reconhecem uma ligação entre a exposição na mídia e a obtenção de resultados por parte dos atletas. Sete das federações falaram em forte ou parcial influência da mídia no desempenho dos atletas. Assim, os jornais consideram a obtenção de resultados essencial para o aumento de interesse e de espaço dos esportes amadores em suas publicações. Ao mesmo tempo, as federações acreditam que o aumento de espaço provocará interesse e ajudará na obtenção dos resultados.

O estudo ainda avaliou, de acordo com as opiniões colhidas, o trabalho de divulgação realizado pelas federações. A maioria dos representantes das entidades esportivas se mostrou satisfeito, parcial ou totalmente, com o trabalho de divulgação realizado. A visão é colaborada pelos editores de esporte, que afirmaram receber material dos clubes e federações de diversas modalidades. Essa satisfação das federações pode ser questionada, já que o estudo quantitativo demonstra a escassez de espaço dedicado ao esporte amador na mídia.

Como visto no capítulo “Esportes”, através de minha experiência pessoal foi possível constatar uma falta de criatividade das entidades esportivas para criar eventos e circunstâncias que atraiam a mídia. Como exemplos de como chamar a atenção dos veículos de comunicação, foram ressaltadas ações da esgrima, que realizou simulações de duelos medievais em *shoppings centers*, além da idéia do xadrez de partidas com peças vivas e da ginástica, que pode se assemelhar a um espetáculo circense, sem o seu caráter competitivo.

Importante ressaltar que apenas 10 das 42 federações contatadas responderam ao questionário, o que permite realizar apenas um recorte das opiniões das federações em relação ao espaço de suas modalidades na mídia. Também é importante notar que o questionário seguindo o modelo de Likert não permite verificar possíveis distorções, como a do alto número de federações parcialmente satisfeitas com a exposição na mídia de seus esportes. Essa distorção pode ter origem na grande cobertura dos veículos de comunicação realizada durante os Jogos Pan-americanos, que pode ter baseado a resposta dos representantes das entidades.

Outra questão estudada diz respeito à especialização dos jornalistas em esportes que não o futebol. Segundo Coelho, não há como se especializar em outros esportes, com a exceção do automobilismo. Os editores de esporte das publicações estudadas acreditam nessa possibilidade. Mesmo assim, admitem, em geral, que essa especialização deve ser feita em várias modalidades, não podendo o profissional ficar restrito a um esporte, como é comum ocorrer com os jornalistas especializados em futebol.

Como afirmado na introdução deste trabalho, ele pretende ser uma contribuição para o estudo do esporte amador na mídia. Outros trabalhos podem ser realizados baseados nos dados coletados. Pode ser feito, por exemplo, o mesmo levantamento daqui a 5, ou 10 anos, para detectar possíveis mudanças nas opiniões dos entrevistados e nos números referentes ao espaço físico dedicado ao esporte amador. O instrumento de pesquisa poderia ser mudado, utilizando as entrevistas em profundidade para colher as opiniões das federações esportivas, já que este estudo demonstrou que os questionários no modelo de Likert podem provocar distorções.

Também poderia ser realizado um estudo que envolva análise de conteúdo, sendo um trabalho detido no tipo de material que é produzido quando o tema é o esporte amador. Outra opção seria a realização de um levantamento durante o período de grandes eventos como Jogos Olímpicos e Pan-americanos, para detectar um

possível aumento da exposição do esporte amador durante a realização das competições e seus reflexos no desenvolvimento das modalidades.

As possibilidades são variadas para que este estudo seja uma valiosa ajuda no entendimento da abordagem do esporte amador na mídia e as implicações que a exposição das modalidades possuem no desenvolvimento das mesmas. Através da busca pelas opiniões das partes que participam e são influenciadas por este processo, este trabalho busca fornecer informações que possam ser úteis para futuras contribuições ao estudo do tema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

COELHO, Paulo Vinícius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo, SP: Contexto, 2004.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga (organizadores): **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle; **História das teorias da comunicação**. São Paulo, SP: Edições Loyola, 1999.

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

VILAS BOAS, Sérgio (organizador). **Formação & informação esportiva: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo, SP: Summus, 2005.

ANEXO 01 – Entrevista - Editor de Esportes- Jornal Correio do Povo

Sr. Hiltor Mombach

- Como é feito o processo de seleção de notícias?

- Eu até gostaria que tu tivesses perguntando como era feito e como é feito hoje. Há 30, 35 anos, a escolha das notícias se dava por fatos e episódios do Rio Grande do Sul. Isso durou até mais ou menos a década de 80. Na Folha da Tarde nós tínhamos 7 a 8 páginas de esporte amador, com chamada na contracapa. Havia cobertura de 2 páginas de jogos históricos de basquete como os entre Sogipa e União, que tinham ginásios lotados. Aos poucos, não é que nós fomos perdendo força, mas o público passou a querer ver no jornal, os resultados da NBA, por exemplo. A NBA era uma sensação, estava na TV, atraía o público. Da mesma maneira com a Fórmula 1 e o tênis, apesar que antigamente já se publicava os resultados dos Grand Slams do tênis. Então, a mídia brasileira acabou sendo dominada pelos assuntos internacionais. A mídia nacional, hoje, se baseia no seguinte: se tu é “kid”, se tu é o “bam-bam-bam”, tu tens mídia. Caso contrário, é complicado. Há 20 anos, não precisava ser “bam-bam-bam” para entrar. Sendo um bom atleta do União, da Sogipa ou de outro clube, tu tinha teu destaque. Categorias juvenis e sênior tinham mídia. Hoje tu tens que ser atleta de alto rendimento, um baita de um profissional, convocado para a Seleção Brasileira, tens que disputar Pan-americano, Olimpíada, para ganhar espaço. Eu não sei se o esporte perdeu o espaço ou a própria imprensa que o reduziu. Eu brinco que há 20 anos os jornais, nesse aspecto do esporte amador, fazia um pouco o jornalismo para as famílias dos atletas. Hoje se faz a mídia para o grande público.

- O sr. acha que a distribuição das modalidades no Correio do Povo é satisfatória?

- O Correio do Povo geralmente tem duas páginas para o futebol, sendo que a contracapa tem muitas vezes anúncio, e uma página para esporte amador. O espaço

do Correio do Povo para o esporte amador ainda é generoso, em relação aos outros jornais do Brasil. A minha origem é do esporte amador. Há 30 anos eu cobria esporte amador para a Folha da Tarde. Eu sempre preservei isso, e sigo fazendo coberturas de Jogos Pan-americanos e Olimpíadas, justamente para manter uma ligação com o esporte amador. No Correio, não se desmontou essa estrutura. Nós continuamos tendo o esporte amador com uma página e o futebol com duas páginas, sendo que essas duas páginas são para internacional, nacional e dupla Gre-Nal. O que mostra que a proporção do amador ainda é grande. Para se aumentar isso, teria que haver estrutura de esporte amador no Rio Grande do Sul que justificasse, por exemplo, mais uma página. Acho que não há assunto para duas páginas.

- O sr. acha que a sua ligação com o esporte amador é essencial para que o Correio do Povo tenha este espaço mais generoso, como o sr. se referiu, para essas modalidades?

- Eu acho que sim. Nunca se pensou em desmontar isso porque desde a mudança de perfil do Correio, quando ele passou a ser tablóide, eu sempre briguei para que o esporte amador tivesse o seu espaço. Até pouco tempo atrás ele até tinha um espaço um pouco menor. Nós tanto brigamos que acabamos aumentando o espaço do esporte amador. Eu cobro isso de quem faz reportagem de esporte amador, porque eu estou interessado do que está acontecendo, eu frequento União e Sogipa, eu me interessar por esporte amador. Eu gosto de ver nosso esporte amador bem atualizado. É uma pena que nós não consigamos ter um enfoque maior para os esportes ditos olímpicos. Nós temos por exemplo o futsal que nós sempre damos notícias, mas o Campeonato Brasileiro de basquete não tem clubes gaúchos, no vôlei nós torcemos para a Ulbra chegar longe e nós noticiamos. Essas grandes modalidades, ou não há campeonato brasileiro, ou ele é desorganizado, ou nós não temos a presença do Rio Grande do Sul.

- O sr. acha que existe espaço no mercado jornalístico para profissionais especializados em esportes que não sejam o futebol?

- Eu gostaria de dizer que existe. Mas eu não consigo vislumbrar isso. Talvez se isso fosse debatido, para definir que tipos de pautas poderiam ser feitas. Mas é complicado. Se a gente fosse montar um jornal só de esporte amador, sairia uma edição muito boa com perfis de atletas e histórias bem contadas. Para a segunda edição já não tem gente para entrevistar. Esse é o problema. A questão também é se o público tem interesse em ler isso. O leitor hoje quer saber, por exemplo, sobre o João Derly, o Tiago Camilo, atletas com resultado. Recentemente, a Datafolha fez uma pesquisa para saber qual era o atleta mais querido do Brasil. Ganhou o Ronaldinho Gaúcho. Só houve um atleta do esporte amador citado que foi a Daiane dos Santos, com apenas 2%. E olha que o público foi bombardeado com mídia a respeito dela, logo depois que ela foi a primeira brasileira a vencer um Mundial de ginástica. Isso tudo foi lembrado por 2% dos pesquisados. O João Derly, por exemplo, nem é citado. O que eu vejo é que o público do jornal é um pouco o público da Internet. Se tu é o “kid”, tu é o “bam-bam-bam”, eles querem ler a tua biografia. Se um atleta conquista um Pan-americano, que já é uma façanha, mas não conquistou um Mundial, já existe um desdém. Há 20 anos, quem conquistava medalha em Pan-americano era muito valorizado, hoje já não é bem assim.

- O sr. recebe muito material de clubes e federações pedindo a divulgação de competições e eventos?

- Recebo. Criou-se uma segunda via nesse sentido. Antigamente, na Folha da Tarde, nós tínhamos um setor de esporte amador com 8 a 9 repórteres. Cada um cobria 2 a 3 modalidades por dia. Hoje eu acredito que não há jornal no mundo que mantenha 5 ou 6 repórteres para fazer esporte amador. Se trabalha muito em cima de *releases*. Obviamente, as federações foram obrigadas a terem um jornalista ali dentro, que passa os resultados e os comunicados. Existe uma impossibilidade do jornal cobrir tudo. Nós recebemos muitos *releases*, há um e-mail específico do esporte para isso. A gente recebe, checa e, na medida do possível, nós publicamos tudo. Até resultados de bocha e de bolão a gente tem publicado, porque nós tentamos atender a todos. Inclusive nós criamos um quadro com pequenas notas das diversas modalidades. A gente faz isso

porque eu ainda guardo aquela filosofia do Correio antigo, de tornar público aquilo de bom que acontece no esporte do Rio Grande do Sul.

ANEXO 02 – Entrevista - Editor de Esportes- Jornal Diário Gaúcho

Sr. Diego Figueira

- Como é feito o processo de seleção das notícias?

- Aqui no esporte do Diário Gaúcho a gente dá preferência para o futebol e dentro do futebol para as coberturas de Grêmio e Internacional. Aí, na medida do possível, se estiver acontecendo alguma outra competição importante, nesse caso se abre uma página para a cobertura desse evento.

- Que tipo de pauta de outros esportes, que não o futebol, ganham espaço no Diário Gaúcho?

- A gente dá preferência aos esportes que tenham cobertura da televisão aberta, por exemplo, a Liga Mundial de Vôlei e a Fórmula 1. Baseado em pesquisas, a gente já descobriu que esses esportes tem o interesse do público do Diário Gaúcho.

- Essa priorização do futebol já é um direcionamento para o público do Diário Gaúcho?

- Sim, certamente.

- O Diário Gaúcho recebe material de divulgação de clubes e federações constantemente?

- Olha, chega bastante coisa por e-mail.

- O sr. acha que existe espaço no mercado jornalístico para profissionais especializados em esportes, que não o futebol?

- Claro que existe. Aqui, especificamente no Diário Gaúcho, a nossa cobertura é realmente centrada no futebol. É uma opção e uma característica editorial do jornal. Mas existe sim. Na Zero Hora, por exemplo, tem gente mais dedicada a esportes amadores. Existem repórteres que nem fazem cobertura de futebol.

- Como é que o sr. acha que influi o surgimento de ídolos nos esportes para que cresça a cobertura para as modalidades?

- Vou te dar um exemplo dentro do futebol. A gente não teria porque fazer cobertura de campeonatos europeus: Liga dos Campeões, ou campeonato espanhol, italiano, inglês, enfim. Mas como os ídolos estão indo para lá, e só falando de jogadores daqui, tem o Tinga na Alemanha, o Pato na Itália, o Lucas e o Anderson na Inglaterra, a gente faz a cobertura. E não são só eles, se tu andares, por exemplo, em qualquer vila em Porto Alegre, tu vais achar um guri com a camisa do Kaká, do Milan, do Ronaldinho, do Barcelona. Baseado nesses ídolos, que são os jogadores da Seleção Brasileira, a gente se vê meio que forçado a acompanhar o futebol europeu, mesmo que não seja nosso foco principal.

ANEXO 03 – Entrevista - Editora de Geral e Responsável pelo Segmento de Esportes do Jornal do Comércio

Sra. Paula Sória

- O Jornal do Comércio é o que menos tem espaço para o futebol no período estudado no trabalho. Existe alguma razão especial?
- Isso não é uma decisão deliberada. Nós pegamos muitas matérias de agências sobre basquete, vôlei, tênis e outras modalidades. O Jornal do Comércio não tem repórteres de esporte e por isso utilizamos as matérias de agências de notícias.
- Como é feito o processo de seleção de notícias?
- Primeiro escolhemos o critério de proximidade e importância com Porto Alegre e depois com o Estado. Procuramos usar o material enviado de assessorias de clubes menores para dar espaço para esportes que normalmente não são veiculados em outros impressos. Um exemplo foi a cobertura do festival de balonismo de Torres.
- Como é decidida a proporção de espaço dedicada ao futebol e aos outros esportes no Jornal do Comercio?
- Grêmio, Inter sempre estão em uma das páginas como abertura. É claro, se tiver um fato relevante. Mas como estamos no final do Brasileirão, isso sempre acontece. Decidir qual dos dois times abrirá página depende do rendimento de cada um. Para as outras páginas procuramos algo de relevância nacional, ma também de interesse local.
- Existe espaço no mercado jornalístico para profissionais especializados em esportes, que não o futebol?
- Com certeza. A editoria de esportes é sempre uma das mais lidas nos jornais. Independentemente de que modalidade, o brasileiro gosta de esporte. Entretanto, acredito que jornalistas especializados devem ser melhor aceitos em jornais de grande circulação.
- Até que ponto influi o surgimento de um ídolo na ampliação do espaço reservado a sua modalidade?
- Acho que não influi. O ídolo surge quando a equipe se destaca. E dentro de qualquer modalidade, quando se está na frente, surgem torcedores desesperados.
- O Jornal do Comercio reserva grande espaço para o noticiário econômico e isso tem reflexo no público do jornal. Existe algum direcionamento da editoria de esportes para esse público?
- Sim. O exemplo é a cobertura dos GP de Turfe e de provas de hipismo.

- A editoria de esportes recebe material de divulgação de federações e clubes constantemente? Como é feita a seleção deste material?

- Sim, recebe. A seleção se dá de acordo com a importância do assunto e com o espaço disponível nas páginas.

ANEXO 04 – Entrevista - Editor de Esportes- Jornal O Sul

Sr. André Malinoski

- Como é feito o processo de seleção de notícias?

- Seleccionamos as notícias de acordo com o espaço que teremos para a edição do dia seguinte. Se o jornal tiver 16 páginas, o Esporte sairá com três (contando a contracapa). Se tiver 24, o Esporte sairá com cinco (também contando a contracapa). A contracapa sempre é do Esporte, o que muda é que, às vezes, há matéria na contra. Em outras oportunidades, podemos dar fotos sem texto. É quando há espaço maior dentro. A seleção de notícias segue o seguinte critério: dupla Gre-Nal sempre é abertura, depois aparece o que é de interesse geral do leitor (Seleção Brasileira, Fórmula-1, campeonatos de vôlei). Na edição deste sábado, por exemplo, haverá uma abertura sobre o GP Brasil de F-1. O assunto merece, pois é a decisão do campeonato. O esporte amador tem um espaço menor, geralmente notas.

- Como é feita a distribuição de espaço entre o futebol e os outros esportes?

Grêmio e Inter são os destaques sempre. Futebol é o principal produto. Primeiro, é pensada a edição em cima da dupla Gre-Nal com os anúncios. Não sobra muito espaço para o resto. Damos destaque para o que acontece no momento: hoje é a F-1. Ontem, era a Seleção Brasileira. Com pouco espaço, é preciso seguir a sazonalidade da notícia. O esporte amador fica com pequenas notas, mas, quando é possível, ganha maior relevância.

- É possível afirmar que O Sul é um jornal que costuma priorizar a cobertura do futebol, já que em uma das edições estudadas para o trabalho, chegou a ter 100% da cobertura destinada a este esporte?

O jornal O Sul prioriza a cobertura de futebol. Aliás, O Sul e todos os demais do Brasil. Seria hipocrisia de algum jornalista dizer que dá mais espaço para outro esporte no país.

- Por quê a publicação costuma ter um espaço maior para o turfe do que os outros jornais de Porto Alegre?

A cobertura para o turfe é uma idéia recente. Na verdade, não saia quase nada sobre corrida de cavalos em O Sul. Este ano, com os 100 anos do Jockey Club do Rio Grande do Sul, sinto que é uma espécie de dever da editoria destacar um pouco da história, do Protetora do Turfe e do Bento Gonçalves, os dois mais importantes páreos do Estado. Mas, para ser franco, vejo espaços grandes na ZH e no CP para o turfe. A ZH, inclusive, tem anúncios de turfe.

- O sr. acha que existe espaço no mercado jornalístico para profissionais especializados em esportes, que não o futebol?

O mercado tem muito espaço para jornalistas especializados em outros esportes. O automobilismo é um caso clássico. Os esportes radicais também. Se é preciso escrever

uma matéria sobre futebol americano, por exemplo, e o editor tem três repórteres. O eleito será o que entende as regras, o que assiste às partidas. Nunca um leigo.

- Até que ponto o surgimento de um ídolo interfere na ampliação do espaço reservado à sua modalidade?

O aparecimento de ídolos é ponto decisivo para a cobertura. A Daiane dos Santos conseguiu fazer os jornais ampliarem o espaço da ginástica, assim como o Guga no tênis nos anos 90. O Tyson e o Popó no boxe e assim por diante. Às vezes, qualquer notícia sobre um ídolo de uma modalidade segura uma abertura de matéria, uma chamada de contracapa e, não raro, uma capa. O João Derly, judoca da Sogipa, é um exemplo atual desse fenômeno.

- A editoria de esportes costuma receber material de divulgação dos clubes e federações constantemente? Como é feita a seleção do que irá ser publicado em meio a este material?

- O Esporte de O Sul recebe material de divulgação dos clubes de futebol, clubes de esportes amadores, seja por e-mail, correspondência ou outra forma (visita à redação, telefonema, mala-direta). A seleção é feita de acordo com a importância do que está sendo divulgado. Clubes que trabalham com assessores de imprensa (caso da Sogipa, Grêmio Náutico União, Leopoldina Juvenil, Ulbra e outros) levam vantagem. O motivo é a seriedade como as notícias são tratadas, a forma como é enviado o material e a seriedade dos profissionais.

ANEXO 05 – Entrevista - Editor de Esportes - Jornal Zero Hora

Sr. David Coimbra

- Como é feito o processo de seleção de notícias?

- As notícias são escolhidas por dois critérios: importância e interesse. Às vezes uma notícia que é interessante não é tão importante. Às vezes uma notícia que é importante não é tão interessante. O bom é quando a notícia é importante e interessante. Aí entra também no processo a sensibilidade do editor, a repercussão que a gente acha que vai dar, basicamente são estes os critérios.

- Como é feita a distribuição de espaço entre futebol e os outros esportes no jornal?

- Vai depender exatamente disso. Vai depender do que a gente avaliar que é importante. Por exemplo, agora essa corrida que é a decisão da Fórmula 1, cresce a importância. Fórmula 1 que já há algum tempo não está tendo tanto destaque no jornal, depois da morte do Senna e com a hegemonia do Schumacher, acabou perdendo um pouco o interesse, de repente com essa decisão aí, que ficou um pouco encalacrada, aumentou o interesse na Fórmula 1. O fato de ser aqui no Brasil essa decisão aumenta também a importância. Outro exemplo é a ginástica olímpica, que não tinha interesse nenhum, de repente surge uma Daiane, torna-se interessante. Vai depender do personagem, da competição. Quando o Pan estava sendo disputado no Rio de Janeiro, nós demos espaço para o Pan, por exemplo.

- Em *Zero Hora* são comuns matérias de outros esportes, que não o futebol, terem enfoques diferenciados, como por exemplo a idéia de introduzir as regras de uma modalidade e apresentar curiosidades sobre o esporte. Qual a razão pela qual é feito esse enfoque?

- Como não só no Brasil, mas na maioria dos países da Europa, o futebol é muito mais conhecido do que os outros esportes, alguns desses esportes a gente tem que apresentar para as pessoas. Por exemplo, a esgrima. Tem gente que pratica esgrima no Rio Grande do Sul? Tem. Mas são só essas pessoas que praticam e aquelas pessoas do círculo dessas que praticam que conhecem esgrima. Então, a grande maioria não conhece e nós temos que apresentar este tipo de esporte para as pessoas. E assim se faz com várias outras modalidades. Alguns esportes não se precisa mais fazer isso. Tênis, que antes não era um esporte muito conhecido, hoje já muita gente conhece tênis, graças ao Guga, graças ao fato que muita gente pratica também, existem muitos clubes de tênis em Porto Alegre. O golfe vem crescendo muito, que era um esporte bastante rarefeito, a prática do golfe. Mas esses que as pessoas não conhecem a gente tem que apresentar.

- Você citou o Guga e a Daiane. Até que ponto é importante o surgimento desses ídolos para aumentar o espaço dos esportes, que não o futebol, na mídia?

- É fundamental. Não é que seja importante, é imprescindível. Por exemplo, quando existia o Mequinho aqui no Rio Grande do Sul, no Brasil, grande mestre de xadrez do Brasil, todo mundo só queria saber de xadrez. O xadrez chegava a dar capa de jornal. Hoje não tem mais nenhum ídolo no xadrez, então o xadrez deixou de existir em todos os jornais. O futebol mesmo só tem um apelo de verdade quando se tem um ídolo. Esses ídolos surgem nos clubes de futebol com mais facilidade, porque tem muita gente praticando futebol e isso atrai e motiva as pessoas. A vitória de outras pessoas é interessante. Não é a toa que o futebol é mais assistido e mais admirado e cai muito mais no gosto de todas as pessoas no mundo inteiro. O surgimento dos ídolos é fundamental para isso.

- Você acha que existe espaço no mercado jornalístico para profissionais especializados em esportes que não sejam o futebol?

- Sim, a gente tem vários aqui na *Zero Hora*. Por exemplo, ano que vem a gente tem Olimpíada e nós precisamos de gente que fique concentrada em Olimpíada, em outros esportes, até porque existe demanda para isso. E tem muitos jornalistas especializados. Tem jornalista especializado em Fórmula 1, em tênis, tem gente que já conhece de ginástica, por exemplo. Aí claro que não só de ginástica, vai conhecer de outros esportes também. Mas são esportes que despertam a atenção das pessoas, então a gente precisa ter.

- A *Zero Hora* recebe muito material de divulgação de clubes e federações?

- Sim, recebemos bastante.

- Como é feita a seleção destes *releases* para a publicação?

- A *Zero Hora* não reproduz totalmente um *release*, o *release* serve como pauta. Claro que às vezes tem um campeonato que a federação nos passa o resultado e nós só vamos publicar o resultado, não tem problema de reproduzir. Ou uma notinha curta, nós colocamos. Mas o *release* não será publicado literalmente.

- A *Zero Hora* tem uma editoria de outros esportes. A partir de que ponto se mostrou necessária essa separação de editorias para a cobertura esportiva?

- O esporte precisa ter um pouco de setorização. A pessoa precisa estar um pouco enfronhada no assunto, precisa ter fontes. A gente tem as nossas fontes, uma série de especialistas que nós consultamos. A gente precisa ter fontes nos clubes, nas federações, entre os atletas, os treinadores. Então, tu precisas ter gente que circule naquele meio. Não quer dizer que essas pessoas não possam fazer outras matérias em outros esportes. Eu sou editor de esportes da *Zero Hora* há 11 anos e desde sempre se fez essa setorização.

ANEXO 06 - Questionário Enviado às Federações Esportivas.

Nome:

Federação:

Cargo na federação:

Questionário

- 1- Qual sua opinião sobre o espaço reservado à sua modalidade na mídia impressa de Porto Alegre?
 - (A) Totalmente satisfeito.
 - (B) Satisfeito parcialmente.
 - (C) Não tenho opinião.
 - (D) Insatisfeito parcialmente.
 - (E) Totalmente insatisfeito.

- 2- Qual a relação da exposição na mídia com o desenvolvimento de sua modalidade?
 - (A) Influi fortemente.
 - (B) Influi parcialmente.
 - (C) Não tenho opinião.
 - (D) Influi minimamente.
 - (E) Não influi.

- 3- Qual a relação entre a exposição na mídia e a obtenção de resultados dos atletas nas competições?
 - (A) Influi fortemente.
 - (B) Influi parcialmente.
 - (C) Não tenho opinião.
 - (D) Influi minimamente.
 - (E) Não influi.

- 4- Qual a importância do surgimento de um ídolo na ampliação do espaço reservado à sua modalidade na mídia?
 - (A) É muito importante.
 - (B) É importante.
 - (C) Não tenho opinião.
 - (D) É pouco importante.
 - (E) Não é importante.

- 5- Qual o nível de interferência da exposição da modalidade na mídia no número de praticantes da mesma?

- (A) Interfere totalmente.
- (B) Interfere parcialmente.
- (C) Não tenho opinião.
- (D) Interfere minimamente.
- (E) Não interfere.

6- Qual seu nível de satisfação com o trabalho de divulgação da modalidade realizado por sua federação junto à mídia?

- (A) Totalmente satisfeito.
- (B) Satisfeito parcialmente.
- (C) Não tenho opinião.
- (D) Insatisfeito parcialmente.
- (E) Totalmente insatisfeito.