

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

GUILHERME VILELA TEIXEIRA

**A COBERTURA DO FUTEBOL AMADOR NA WEB: ESTUDO DE
CASO DO DIÁRIO DA VÁRZEA**

**VOLTA REDONDA
2019**

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**A COBERTURA DO FUTEBOL AMADOR NA WEB: ESTUDO DE
CASO DO DIÁRIO DA VÁRZEA**

Monografia apresentada ao Curso de
jornalismo do UniFOA como requisito
à obtenção do título de bacharel em
jornalismo

Aluno: Guilherme Vilela Teixeira

Prof. Dr.: Heitor da Luz Silva

VOLTA REDONDA
2019

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado A COBERTURA DO FUTEBOL AMADOR NA WEB: ESTUDO DE CASO DO DIÁRIO DA VÁRZEA elaborado por Guilherme Vilela Teixeira apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

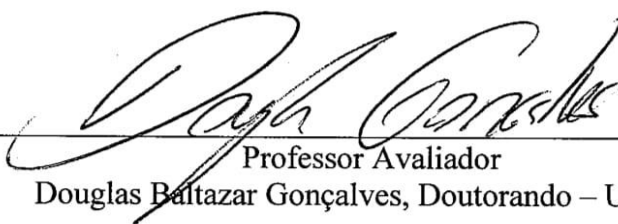
Aprovado em 30 de outubro de 2019.

Banca Avaliadora:



Professor Orientador

Heitor da Luz Silva, Doutor - UniFOA



Professor Avaliador

Douglas Baltazar Gonçalves, Doutorando – UniFOA



Professora Avaliadora

Rebeca Baltazar Chaves, Mestre – UniFOA

RESUMO

O trabalho em questão propôs uma apresentação acerca dos critérios de noticiabilidade e da cobertura jornalística da página do Facebook Diário da Várzea, que cobre o futebol amador no estado de São Paulo. O objeto foi escolhido por ser um dos mais representativos e importantes neste cenário de democratização do acesso à informação e jornalismo especializado, visto que, atualmente, a página conta com mais de 37 mil seguidores. Para a análise foi selecionado o período do dia 03 a 15 de março de 2019, a fim de identificar quais foram os critérios de noticiabilidade utilizados pela página e eventuais particularidades na cobertura dos acontecimentos. Tal recorte temporal foi escolhido, pois, neste período em específico, diversas competições estão começando e outras terminando, gerando assim, um maior volume de informações a serem analisadas. Diante da hipótese que a fanpage emula completamente a cobertura e os critérios de noticiabilidade do jornalismo tradicional, critérios estes, expostos por Traquina (2005) que é uma das principais referências no tema, e foi escolhido justamente por elencar esses critérios de forma clara e objetiva. Este trabalho apresenta uma pesquisa descritiva e histórica sobre os diversos processos que levaram a profissionalização do futebol e, também, da imprensa esportiva, além das mudanças que ocorreram nesta editoria ao longo dos anos, por meio dos novos veículos midiáticos surgidos no século XX, que proporcionaram um maior acesso tanto à informação, quanto dos meios de produção jornalística. Diante do exposto, o objetivo foi investigar a cobertura da fanpage e determinar suas características e eventuais peculiaridades em relação a cobertura webjornalística visualizada em grandes portais. Considerando que a fanpage é uma das poucas que tem uma cobertura voltada ao futebol amador e uma grande quantidade de seguidores, ela acaba se tornando referência no assunto. O trabalho mostrou que o webjornalismo e suas peculiaridades, como por exemplo, a interatividade, têm uma presença marcante na fanpage Diário da Várzea.

Palavras-chave: webjornalismo, futebol amador, jornalismo esportivo, critérios de noticiabilidade.

ABSTRACT

The work in question proposed a presentation on the criteria of news and journalistic coverage of the Facebook page Diário da Várzea, which covers amateur football in the state of São Paulo. The object was chosen for being one of the most representative and important in this scenario of democratization of access to information and specialized journalism, since currently the page has more than 37 thousand followers. For the analysis was selected the period from March 3 to 15, 2019, in order to identify which were the criteria for news used by the page and any particularities in the coverage of events. Such temporal cut was chosen because, in this specific period, several competitions are starting and others ending, thus generating a greater volume of information to be analyzed. Given the hypothesis that the fanpage completely emulates the coverage and news criteria of traditional journalism, these criteria, exposed by Traquina (2005) which is one of the main references in the theme, and was chosen precisely because it lists these criteria clearly and objectively. This work presents a descriptive and historical research on the various processes that led to the professionalization of football and, also, the sports press, in addition to the changes that occurred in this publishing house over the years, through the new media outlets that emerged in the twentieth century, which provided greater access both to information and the means of journalistic production. Given the above, the objective was to investigate the coverage of the fanpage and determine its characteristics and possible peculiarities in relation to the webjournalistic coverage viewed in large portals. Considering that the fanpage is one of the few that has a coverage focused on amateur football and a large number of followers, it ends up becoming a reference in the subject. The work showed that webjournalism and its peculiarities, such as interactivity, have a remarkable presence in the fanpage Diário da Várzea.

Keywords: webjournalism; amateur football; sports journalism; news criteria.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 FUTEBOL E JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL	15
2.1 As origens da profissionalização do futebol e da imprensa esportiva no Brasil	15
2.2 A segmentação da imprensa e o surgimento das revistas especializadas	21
2.3 Transformações ocorridas no século XXI	27
3 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE DA COBERTURA ESPORTIVA	30
3.1 Noticiabilidade	30
3.2 Critérios de construção	31
3.3 Critérios de seleção	32
3.4 Critérios de noticiabilidade no webjornalismo esportivo	34
4 ANÁLISE DA COBERTURA DO DIÁRIO DA VÁRZEA	40
4.1 Processos de produção da página, profissionais envolvidos, periodicidade das publicações e competições cobertas pela página	40
4.2 Análise de conteúdo da página	42
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
6 REFERÊNCIAS	54

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Homenagem ao Dia Internacional da Mulher	43
Figura 2: Informativo com resultados de um campeonato	44
Figura 3: Enquete realizada pela fanpage	45
Figura 4: Exemplo de compilado produzido pela fanpage	46
Figura 5: Cobertura de uma decisão da Copa Ivan, importante torneio da Grande São Paulo	48
Figura 6: Notoriedade, personalização e dramatização combinados na fanpage	49
Figura 7: Festa da torcida do Belenense pela classificação	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Critérios de construção	31
Tabela 2: Critérios de seleção – substantivos	32 e 33
Tabela 3: Critérios de seleção – contextuais	33
Tabela 4: Critérios de noticiabilidade utilizados na Fanpage	47

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todas as pessoas que são importantes na minha vida, principalmente aos meus pais, que nunca deixaram de me incentivar, e ao meu irmão, que sempre acreditou em meu potencial.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que me ajudaram a chegar até aqui. Ao meu querido orientador Heitor Luz por ter acreditado e incentivado esse projeto. E a minha família por ter sido o suporte em todos os momentos dessa jornada.

“Faça ou não faça. Tentativa não há”
(Mestre Yoda)

1 INTRODUÇÃO

O futebol pode ser considerado o esporte mais popular do mundo. Segundo Silva (2011), ao chegar no Brasil no fim do século XIX, trouxe uma forma mais democrática de prática esportiva, pela facilidade em suas regras. Devido a um início aristocrático e a conseqüente difusão por todo país, o esporte tornou-se fenômeno de popularidade nas mais diversas camadas da sociedade. Contudo, alguns clubes cresceram e se tornaram ricos e com grandes torcidas. Mas clubes que não alcançaram esse status de riqueza e notoriedade, funcionavam quase como um espaço de resistência contra a elitização do futebol. Esses clubes amadores ficaram conhecidos como clubes de várzea.

A paixão do público da várzea contrasta aparentemente com o descaso da mídia tradicional para com ele, visto que raramente se fala sobre o futebol amador e seus envolvidos em algum veículo tradicional, seja ele rádio, TV, internet ou impresso. Diante da ascensão das novas mídias, surgiram veículos dedicados a cobrir o dia a dia do futebol amador, como por exemplo, o blog e página de facebook do Diário da Várzea. A página nasce como forma de democratizar a informação para um público que ficou relegado diante da elitização do futebol, servindo como fonte importante para as discussões sobre o tema do webjornalismo segmentado voltado ao Esporte.

Diante de um objeto rico para uma discussão sobre a temática das competições amadoras de futebol no Brasil e sua cobertura em um contexto de maior democratização proporcionado pelas mídias digitais, o trabalho busca problematizar a forma como se estabelece tal cobertura. Em que bases ela se dá? Que tipos de acontecimentos viram posts na página do facebook? Como se caracterizam os critérios de noticiabilidade e enquadramento do Diário da Várzea? Em que medida ele busca seguir os conceitos do jornalismo tradicional? Partiu-se de uma aposta na hipótese de que a página emula as coberturas futebolísticas dos grandes portais de jornalismo esportivo, a partir de um conteúdo escrito e audiovisual que obedece às fórmulas, conceitos, formatos e enquadramentos da cobertura realizada pela grande imprensa em relação ao futebol profissional no Brasil. Nesse sentido, esperava-se encontrar uma ênfase em conteúdos noticiosos de caráter profissional, seguindo preceitos do webjornalismo convencional.

Este presente estudo tem por objetivo investigar a cobertura da página do Facebook do Diário da Várzea a fim de determinar suas características e eventuais peculiaridades em relação a cobertura realizada no webjornalismo convencional. Para além disso pretende-se contabilizar o número de profissionais envolvidos com a página, identificar o calendário de competições que a página cobre, verificar a periodicidade das publicações, para descobrir se elas seguem o padrão do webjornalismo dos grandes portais e investigar os processos de produção da página, a fim de descobrir se esses processos seguem regras peculiares ou emulam os grandes veículos webjornalísticos.

Além da pesquisa bibliográfica em torno de temas como o jornalismo esportivo e webjornalismo, conceitos como os critérios de noticiabilidade descritos por Traquina (2005) contribuem para o desenvolvimento da análise nos termos propostos diante da realização da pesquisa documental com a sua coleta de dados na página. A página Diário da Várzea foi escolhida por ser uma das poucas que realiza uma cobertura especializada sobre o assunto no país. O período escolhido para análise foi a primeira quinzena do mês de março, pois foi um período marcado pelo início de diversas competições importantes no âmbito do futebol amador no estado de São Paulo, o foco da cobertura do objeto de pesquisa.

O método escolhido para problematizar a cobertura esportiva do futebol da Várzea na internet, portanto, foi o estudo de caso. Essa escolha se fez necessária, pois o volume de informações e postagens na página é muito grande, e esses posts possuem caráter diário, podendo gerar uma certa dificuldade em filtrar as informações que são pertinentes ou não para se realizar esse estudo em específico.

No primeiro capítulo deste estudo, o foco é o percurso histórico que o futebol e paralelamente, o jornalismo, percorreram a fim de se profissionalizarem. E para além desse processo de profissionalização do esporte e de seu potencial enquanto notícia, este capítulo inicial discorre sobre as mudanças ocorridas na mídia esportiva com a popularização de revistas especializadas e, mais tarde, da internet. Em sua segunda parte, esse estudo de caso visa discorrer, inicialmente, sobre os critérios de noticiabilidade estudados por Traquina e sua aplicação no jornalismo generalista, e em seguida, aborda o uso desses valores-notícia no jornalismo esportivo. No terceiro e último capítulo,

ocorre a análise do objeto de pesquisa, a Fanpage do Diário da Várzea no Facebook, a fim de investigar seus principais critérios de noticiabilidade e enquadramentos usualmente vistos em sua cobertura do futebol amador no estado de São Paulo.

2 FUTEBOL E JORNALISMO ESPORTIVO NO BRASIL

2.1 As origens da profissionalização do futebol e da imprensa esportiva no Brasil

O futebol chegou ao Brasil já no fim do século XIX, mais precisamente no ano de 1894, trazido por Charles Miller, um brasileiro que estudava na Inglaterra e retornou a sua terra natal, trazendo duas bolas e um conjunto de regras de um jogo até então desconhecido pela maioria. Como era comum na época, essa prática esportiva, assim como muitas outras, ficou na mão da aristocracia composta principalmente por ingleses radicados no Brasil e alguns donos de fábricas e outros empreendimentos. De acordo com Waldenyr Caldas:

Aos poucos, porém, os ingleses altos funcionários da Companhia de Gás, do Banco de Londres e da São Paulo Railway iriam aderir ao futebol. Assim é que o São Paulo Athletic Club fundado principalmente para a prática de cricket, introduziria em seu espaço lúdico, em 1887, a nova modalidade esportiva importada por Charles Miller (CALDAS, 1994, p.42).

A primeira partida oficial de que se tem notícia no Brasil aconteceu no ano de 1895, no bairro Várzea do Carmo, em São Paulo. Os times que a disputaram foram o São Paulo Railway e Companhia de Gás, e eram compostos em sua totalidade por ingleses que residiam na cidade naquele período. Charles Miller, que havia trazido as primeiras bolas e o conjunto de regras para o Brasil, jogou pelo São Paulo Railway, que ganhou a partida por 4 a 2.

Ainda segundo Caldas, o primeiro “grande” jogo realizado em São Paulo, aconteceu em 1899, com um público de 60 torcedores, para época um feito incrível. Os times que jogaram a partida foram funcionários da empresa Nobling, contra os ingleses do Banco de Londres, da Companhia de Gás e da São Paulo Railway. O resultado já era previsível, vitória por 1 a 0 dos ingleses, que enfrentaram um adversário que sequer tinha experiência na modalidade.

Atualmente é difícil imaginar o futebol enquanto esporte exclusivo de uma elite, devido a grande facilidade em sua prática, posto que é preciso apenas de uma bola, pessoas reunidas e um campo aberto para a peleja acontecer. Mas as raízes do futebol brasileiro se encontram elitizadas do final do século XIX. Ainda de acordo com Waldenyr Caldas (1994) os colégios ricos de São Paulo e

Rio de Janeiro, passaram a incluir o futebol em sua grade curricular a partir da primeira década do século XX, como é o caso do Anglo-brasileiro e dos colégios militares.

Com o uso do futebol como forma de recreação nas escolas, começaram a surgir novos e talentosos jogadores, que passaram a integrar os clubes das ricas e tradicionais famílias da época, como por exemplo o São Paulo Athletic. Não demorou para que o futebol se propagasse por Rio de Janeiro e São Paulo. De acordo com registros da CBF (Confederação Brasileira de Futebol), em 1903, aristocratas do café do estado de São Paulo e membros da Associação Athletica Ponte Preta, formaram o que pode ser considerado o primeiro time organizado do Brasil.

Anos mais tarde, já na década de 1910, começam a surgir diversos clubes no eixo Rio-São Paulo, dentre eles estão o Fluminense Football Club, Sport Club Corinthians Paulista e o Bangu Athletic Club. Esses três ganham destaque devido a sua importância e atuação no quadro do futebol enquanto uma construção social e prática democrática.

Enquanto o Fluminense defendia o futebol como prática elitizante, o Bangu, apesar de seu nome “Athletic Club” e de ser fundado por altos funcionários da Companhia Progresso Industrial do Brasil, não teria como se desvincular de uma prática inclusiva e democrática, visto que sua própria localização geográfica corrobora para isso. Bangu é um bairro periférico do Rio de Janeiro e com fortes raízes proletárias.

A Cia do Progresso queria incentivar o esporte como forma de lazer entre seus executivos, mas como fazer isso com apenas um time, visto que a quantidade de funcionários de alto escalão que tinham interesse no esporte era pequena. Com isso a prática começou a ser aberta aos funcionários, mas seguiam alguns critérios de seleção, como o bom desempenho profissional, o tempo que trabalhava na empresa e o bom comportamento social. Assim surgiu o primeiro time não inteiramente elitizado no Brasil, mas como é perceptível, isso só aconteceu devido a fatores que fugiram ao controle dos executivos responsáveis pelo clube.

O Bangu rompeu com os padrões elitizados do futebol da época, e mesmo que isso não tivesse acontecido, não se podia mais controlar a prática do futebol àquela altura, ele já estava tomando seu lugar em grande parte das esferas

sociais, adultos, crianças, pobres e ricos, todos queriam participar da modalidade. Dessa forma:

Com a popularização do futebol, teremos a formação de clubes suburbanos ou populares que consistiam naqueles formados por trabalhadores, comerciantes, entre outros indivíduos que não atendessem aos critérios da elite aristocrática do país (SILVA, 2011, p.66).

Mas esse processo de diversificação do futebol, ajudou a encaminhar um dos pontos de discussão principais desse capítulo, que é a profissionalização do esporte. A partir do momento que o Bangu permitiu que os funcionários das fábricas jogassem no clube e com a grande popularidade do futebol nos mais variados círculos sociais, na segunda metade do século XX, surgiram diversas discussões a respeito da profissionalização do esporte.

Tanto jogadores quanto torcedores em sua maioria eram membros da elite dominante da época. Com isso, os dirigentes desses clubes não viam motivos para se profissionalizar o esporte, visto que em relação ao aspecto financeiro, o futebol era autossustentável. Porém, com essa visão de autossustentabilidade, a elite abriu espaço para que alguns clubes suburbanos como o Vasco da Gama começassem a arrebatar pequenas multidões em seus jogos.

O Vasco naquela época se tornou autor de um ato democrático em particular. O clube foi o primeiro a abrir as portas para que negros e mestiços jogassem no seu time, àquela altura, uma decisão extremamente polêmica, visto que, os praticantes e principalmente os cartolas dos clubes, possuíam uma visão do futebol enquanto prática exclusiva destinada a elite. Conforme Lopes:

[...] os jogadores de classes populares, em particular negros e mestiços, eram ainda movidos pela necessidade da demonstração de sua competência e, por essa via, poderiam escapar do estigma que a sociedade brasileira lhes reservava, tornando-se estimados de um público que passava a considerá-los ídolos esportivos. (LOPES, 1994, p.66)

A CDB (Confederação Brasileira de Desportos), atualmente CBF, foi fundada em 1916, com a intenção de gerar maior organização no cenário esportivo daquela época, contudo, não era isso que acontecia, pois a CDB defendia as ideias dos clubes elitistas da época, como Fluminense, Flamengo e Corinthians, clubes esses, que se mostraram contra a profissionalização, mas não conseguiram impedir esse processo natural do nosso futebol, que àquela

altura, na segunda metade da década de 1920, já começava a despontar como um fenômeno de popularidade.

Na teoria o futebol ainda era amador, mas na prática aconteciam pagamentos aos jogadores. Com isso, nasceu uma espécie de futebol semiprofissional, contudo esse semiprofissionalismo só beneficiava as agremiações, visto que os estádios estavam cada vez mais cheios, e com estádios mais cheios, maior o faturamento pela venda de ingressos.

Os jogadores conviveram muitos anos com a esperança de se profissionalizar, muitos deles só tinham o futebol como fonte de renda, com isso, eram dominados e explorados pelos clubes que faziam esses pequenos pagamentos, e ainda, tinham que torcer para não se machucar e ficar sem jogar, visto que não tinham nenhum direito trabalhista assegurado. Segundo Caldas:

Este era o quadro do futebol brasileiro até o início dos anos 30. Um semiprofissionalismo de mão única. Só os clubes ganhavam dinheiro com as arrecadações. A situação, porém, iria se modificar a partir desse momento. Começa o êxodo de jogadores para Europa e alguns países sul-americanos. Os motivos para deixarem o Brasil eram sempre os mesmos: o falso amadorismo e a conseqüente exploração do seu trabalho. (CALDAS, 1994, p.44)

Devido a diversos processos políticos ocorridos no país na década de 30, talvez o mais importante deles tenha sido a renúncia do então presidente Washington Luís e a conseqüente posse de Getúlio Vargas, o futebol estava cada vez mais perto de enfim se profissionalizar. Graças a legislação trabalhista de Vargas, uma série de profissões que até aquele momento tinham caráter informal, seriam reconhecidas como profissionais. O futebol acabou entrando nessa lista e dando um fim aos interesses amadores dos cartolas da época. A legislação trabalhista de Vargas começou a operar em 1930, mas apenas em 23 de janeiro de 1933, o futebol, enfim se tornava profissional.

Antes mesmo da profissionalização, o futebol já havia conseguido um público cativo, que se reunia para assistir aos jogos de seu time, mesmo com uma torcida pequena, visto que, como dito anteriormente, os poucos que tinham acesso ao futebol eram da aristocracia da época. Apesar do número de pessoas que acompanhavam o esporte em seus primórdios ser restrito devido às questões sociais que permeavam à época, ainda de acordo com Caldas, já existia a procura por parte de seus torcedores, por informações sobre o que acontecia em seus clubes e nos jogos que disputava,

Desde à época do conflito entre defensores do amadorismo e do profissionalismo, a mídia, àquela altura o meio de maior popularidade era o impresso, já andava lado a lado com o esporte, realizando coberturas sobre acontecimentos inerentes ao futebol. Naquele período, segundo Caldas (1994), a imprensa defendia o fim daquilo que ficou notabilizado como “profissionalismo marrom”. A imprensa sempre teve papel preponderante nos mais variados âmbitos da sociedade, e com o esporte e, especificamente, o futebol não seria diferente.

O debate em relação a profissionalização do jornalismo esportivo teve diversos agentes que contribuíram para torná-lo a potência midiática a qual conhecemos hoje em dia. Contudo, um renomado jornalista do século XX é um dos maiores percussores e agentes transformadores para moldar a mídia esportiva como conhecemos atualmente.

Mário Rodrigues Filho, nasceu em 1908, no Recife. Seu pai, Mario Rodrigues era um renomado advogado e jornalista com grande influência política. De acordo com Castro (1992, p.11-20, apud CAPRARO 2011, p.213), devido a problemas políticos de sua família no Recife, Mario Rodrigues Filho se mudou para o Rio de Janeiro em 1916, com apenas 8 anos de idade. Mario Filho cresceu na cidade que naquele período era a capital federal e que vivia um período de “boom esportivo”.

Com pouca idade, Mário Filho já exercia funções administrativas em jornais comandados por sua família, algum tempo depois, se tornou jornalista responsável pelo caderno de jornalismo literário. De acordo com Lopes:

Mário Filho acumulava suas funções de gerente com a redação de crônicas literárias passando depois a interessar-se pela página esportiva, recusando vaga de repórter parlamentar, que seu pai tendo exercido-a no início de sua carreira, destinava para o filho que considerava o mais talentoso para substituí-lo. (LOPES, 1994, p.66)

No jornal de sua família, Mário Filho cuidava da parte esportiva com esmero, segundo Lopes (1994), o jovem jornalista via o caderno esportivo como um espaço de maior autonomia, visto que era uma página menos valorizada, conseguindo manter uma distância dentre as editorias como a policial ou a política, que naquele período dentro da empresa da família era cercada por ataques de interesse particular.

Por ter um pai que era dono de um jornal, Mário Filho teve todas as ferramentas necessárias para desenvolver o jornalismo esportivo, como recursos gráficos e fotografias (Lopes, 1994). As fotos dos jogadores engravatados como se estivessem se preparando para fazer uma carteira de trabalho, foram substituídas por registros de suas ações, de preferência com um boné do clube em que jogava e com um close, as matérias de uma ou duas colunas, passaram a ocupar mais espaços e terem manchetes chamativas.

Com pouca idade já era considerado um veterano do jornalismo esportivo. Mário Filho também é fundador de um dos primeiros jornais segmentados do jornalismo esportivo, que de acordo com Rodrigues (2004, p.44, apud CAPRARO, 2011, p.214), foi batizado de O Mundo Esportivo, foi fundado em 1931 e foi veiculado durante pouco tempo. Já no ano de 1936, com a ajuda e investimentos de amigos como Roberto Marinho, comprou o Jornal dos Sports. A vida de Mario Filho foi inteiramente dedicada ao jornalismo e aos esportes como forma cultural e de transformação social. De acordo com Capraro:

Mario Filho até o final da vida, em 1966 iria exercer o posto de jornalista esportivo, proprietário e editor-chefe de periódico especializado e se dedicaria arduamente ao desenvolvimento dos esportes e de outras manifestações culturais, como os desfiles de escolas de samba. (CAPRARO, 2011, p.214):

Portanto, a trajetória de Mario tornou-se um rico objeto de estudos para diversos pesquisadores que se interessam pelo jornalismo esportivo, e como o jornalista se tornou um sinônimo de um rompimento com os antigos padrões elitistas que haviam sido estabelecidos na cobertura futebolística da época, visto que, como já foi mencionado diversas vezes nesse estudo, o futebol era um ambiente aristocrático e, sua cobertura era produzida quase que exclusivamente para esse público específico e contava com certos métodos, como por exemplo, uma escrita rebuscada e um conteúdo superficial.

Mário Filho também ajudou a mudar o status do profissional do jornalismo esportivo, conforme Lopes:

[...] os repórteres esportivos ocupavam a posição mais baixa da hierarquia dos jornalistas, os que cobriam futebol escorando seus pobres salários com as refeições que os clubes lhes ofereciam em dias de treino. Mario Filho mudou esse estado das coisas antecipando a produção de notícias desde os treinos ou os momentos que precedem os jogos, fabricando eventos, entrevistando os jogadores ou contando suas biografias. (LOPES, 1994, p.68)

Essas iniciativas inéditas que romperam com os padrões conhecidos àquela altura, ajudaram a fomentar a cobertura esportiva como conhecemos atualmente, portanto, diversos pesquisadores atribuem a Mário Filho o título de “inventor” do jornalismo esportivo. Mário Filho dedicou sua vida a cobertura esportiva, e até hoje as formas de se fazer uma notícia futebolística estabelecidas por ele permanecem atuais.

2.2 A segmentação da imprensa e o surgimento das revistas especializadas

Após os diversos processos que levaram a popularização e valorização do futebol enquanto modalidade esportiva, alguns acontecimentos levaram tanto a profissionalização do esporte quanto o surgimento de uma editoria jornalística dedicada integralmente a relatar os acontecimentos da modalidade. Assim como as outras diversas editorias, a editoria esportiva surgiu como forma de suprir a busca por informações do público que acompanhava esportes e, no caso mais específico do Brasil, o futebol.

O futebol atingiu um novo patamar de importância social no Brasil. Os times eram cada vez mais populares, os estádios estavam cada vez mais cheios, contudo, os profissionais que escreviam sobre esportes ainda não gozavam de tanto prestígio.

De acordo como Souza (2005), a primeira parte do processo de profissionalização do futebol brasileiro e o conseqüente interesse da imprensa por parte desse esporte enquanto produto jornalístico, coincidiram com o primeiro título mundial do Brasil, na Copa do Mundo de 1958. Com um título dessa importância, o futebol consegue se tornar um esporte de massa e conforme Souza (2005), a editoria esportiva passa cobrir outras diversas modalidades, que ainda eram consideradas amadoras, como vôlei, atletismo e basquete.

Um dos principais meios de cobertura do primeiro título brasileiro em copas do mundo, sem dúvidas, foi o rádio. E não só nesta primeira vitória brasileira, mas durante todo processo de popularização e expansão do futebol e do esporte como um todo. O rádio foi um dos pináculos da construção da cobertura esportiva e, conseqüentemente, da segmentação da editoria.

A Copa do Mundo de 1938, na França, foi um dos marcos para a cobertura radiofônica brasileira e, também, um dos pontos que podem ser considerados fundamentais para tornar essa mídia uma parte fundamental do jornalismo esportivo brasileiro

Notícias dão conta de que em 1938 o Brasil parou para ouvir as irradiações de Gagliano Neto. O povo, incrédulo e fascinado com os sons vindos do outro lado do oceano, vibrava. Quem não tinha rádio em casa, se aglomerava no Largo do Paissandu em São Paulo ou diante da Galeria Cruzeiro, no Rio de Janeiro. (ORTRIWANO, p.2, 2000)

Com essa demonstração do poder enunciativo do rádio, esse veículo se tornou fundamental para a produção noticiosa nas editorias como um todo e, também no esporte. Para se ter uma ideia da popularidade deste veículo em sua “época de ouro”, segundo Calabre (2003), os jornalistas e artistas que trabalhavam no rádio, ajudaram a inverter a lógica de trabalho, pois, eles tinham neste veículo em específico, seu trabalho principal, e faziam outros serviços em meios, como no jornalismo impresso.

Na década de 1960, o jornalismo esportivo começa a ganhar força nos grandes jornais, e, como consequência disso, o jornalista esportivo passou por um processo de maior qualificação, visto que, antes da popularidade, a produção esportiva era composta quase que em sua totalidade, de acordo com Anderson (1983, p. 497, apud SOUZA, 2005, p. 5), de adjetivos, placares e estatísticas.

Nos anos de 1970, a popularidade do futebol era enorme, contudo, apenas alguns canais possuíam força e investimento para transmitir os jogos da elite do futebol nacional. Com isso, competições de futebol amador, ou de várzea, como é popularmente conhecido, ganham força no cenário televisivo da época. A competição de maior notoriedade naquela época foi o “Desafio ao Galo”, que era exibido na TV Record.

Entre 1973 e 1996 a grade das manhãs de domingo da TV Record de São Paulo tinha como a sua principal atração o Desafio ao Galo, que levava para a tela o futebol varzeano. Pelas regras, o vencedor de cada partida tinha o direito de voltar na semana seguinte. O desafiante era sorteado no intervalo da transmissão. O vencedor de cada partida era o "galo" a ser desafiado. A fórmula durou até meados dos anos 90, quando a atração teve fim. Nesse período, as transmissões de futebol ao vivo eram restritas. Não havia TV a cabo e as opções eram restritas aos canais de sinal aberto. (MAGALHÃES, 2015)

O futebol amador apareceu em outros momentos na mídia tradicional, de acordo com Coelho (2006), uma das primeiras aparições do esporte amador

aconteceu em 1910, no jornal Fanfulla, que contava com páginas inteiras dedicadas a cobertura das partidas. Contudo, cabe ressaltar que àquela altura o esporte como todo ainda possuía um caráter amador. Era um jornal feito por imigrantes italianos, que anos mais tarde tiveram a ideia de fundar um clube de futebol, chamado de Palestra Itália, atualmente conhecido como Palmeiras, um dos maiores clubes da elite do futebol nacional.

A força da editoria esportiva ficaria ainda maior a partir da década de 1970, com o nascimento da revista Placar. Mas as publicações e revistas voltadas exclusivamente ao esporte já não eram uma grande novidade no Brasil.

As primeiras revistas especializadas em esporte do Brasil – a Gazeta Esportiva Ilustrada, de São Paulo, e a Manchete Esportiva, do Rio de Janeiro – surgiram, com relativo sucesso, na década de 50. A Gazeta Esportiva Ilustrada, que pertencia à Fundação Cásper Líbero, circulou, como verdadeira “coqueluche” de 1953 até 1967. (ROCCO JUNIOR E BELMONTE, 2014, p. 4)

A revista Placar queria revolucionar a cobertura esportiva no Brasil e, por isso, se notabilizaria. Com a utilização de uma linguagem mais moderna e buscando uma abordagem diferente no tratamento dos atletas, de acordo com Marques (2010), a Placar queria fugir do lugar comum em que o jornalismo esportivo se encontrava até então, com isso, a revista conseguiu se tornar relevante, e até influenciar como os principais jornais do país enxergavam e faziam a cobertura esportiva àquela altura.

Com essa busca pela inovação, a Placar ajudou a criar conteúdo aprofundado e especializado e, também contribuiu para a sedimentação de um público com interesses cada vez mais segmentados, que lê apenas o que particularmente lhe agrada. Portanto:

[...] Na medida em que diferenças e divergências foram afrouxando os laços da coletividade, os indivíduos foram se fechando em seus interesses particulares e constatamos hoje o quanto a comunidade encontra-se dividida em nichos os mais diversos. (ABIAHY, 2000, p. 5)

A Revista Placar foi criada no dia 20 de março de 1970 e era uma publicação com caráter semanal pertencente a Editora Abril. Naquele período a Abril investia pesado em publicações com aspectos inovadores e, às vezes, até mesmo com temas polêmicos para época.

Com a Placar não foi diferente, a editora continuou a seguir o modelo de grandes reportagens, modelo esse que é um dos carros-chefes do jornalismo especializado. Com seu modelo bem definido e inovador para o período, a Placar

conquistou notoriedade e se tornou uma das publicações esportivas mais famosas do Brasil e de acordo com Rocco Junior e Belmonte (2014) chegou a vender mais de 40 mil exemplares durante a Copa do Mundo de 1970.

Para se ter uma ideia do tamanho da influência da Revista Placar em seus anos iniciais, em duas de suas edições na década de 1970, ela ajudou a fomentar o pensamento de um modelo de competição futebolística de caráter verdadeiramente nacional, visto que, até então, aconteciam competições entre os clubes, porém essas disputas não apresentavam um caráter de unidade englobando diversos participantes.

Como exemplo, podemos citar a bandeira levantada, nos números iniciais da revista, pela estruturação e modernização do comando do futebol brasileiro. Em suas edições de número 23 e 24, ainda em 1970, uma série de reportagens de Michel Laurence e Narciso James, sob o nome de "A Falência dos Cartolas", propunha várias mudanças no futebol brasileiro, entre elas a criação de um campeonato verdadeiramente nacional, o que ocorreria no ano seguinte. (ROCCO JUNIOR; BELMONTE, 2014, p.9)

Nos anos seguintes a sua fundação, a Placar se popularizou, contudo, com o passar do tempo, tendências e formas de cobertura mudaram e, assim, não só a revista Placar em específico, mas toda mídia sofreu alterações em sua angulação para cobertura esportiva. De acordo com Souza (2005), nas décadas de 1960 e 1970, em que o Brasil ganha dois títulos mundiais e a televisão começa a ganhar destaque, as reportagens passam a enfatizar os esquemas táticos e as diferentes formas de fazer o time jogar, já entre o tempo decorrido entre a derrota na Copa de 1982 e a chegada dos anos 1990, a cobertura ficou voltada a forma física dos atletas e as jogadas ensaiadas. Apesar das mudanças em termos de angulação que a editoria esportiva vinha sofrendo, a Placar não perdeu sua característica primordial, que era produzir um jornalismo esportivo com profundidade e investigação.

Em um extenso e complexo trabalho de investigação, raro no jornalismo esportivo atual – curvado às nebulosas ligações de clubes com as federações e emissoras de televisão -, em sua edição 648, de 22 de outubro de 1982, Placar publica vasta e completa reportagem sobre o caso, com denúncias de corrupção e manipulação de resultados. Os responsáveis pela matéria foram Sérgio Martins e Juca Kfourri, agora alçado ao posto de diretor da revista. (ROCCO JUNIOR; BELMONTE, 2014, p.9)

Contudo, as vendas da revista caíram, pois, apesar das reportagens contarem com conteúdos aprofundados, de acordo com Rocco Junior e

Belmonte (2014), muitos leitores só compravam a revista por conta dos resultados e previsões da loteria esportiva. Várias tentativas de recuperar as vendas foram feitas nas décadas de 1980 e 1990, todavia, sem sucesso, visto que, àquela altura, o jornalismo esportivo embarcava em uma nova tendência, o entretenimento, sendo fruto de uma influência direta da televisão. Porém alguns canais como a Rede Globo, já na década de 1970, começavam a dar os primeiros passos na mistura entre jornalismo e entretenimento.

Inspirado no modelo do programa norte-americano *ABC Sports*, a Globo colocou no ar em 1973 o programa semanal *Esporte Espetacular*, com uma proposta editorial que se mantém até hoje com algumas alterações proporcionadas sobretudo pela tecnologia: unir jornalismo e entretenimento no noticiário esportivo. A matéria prima do *Esporte Espetacular*? Notícias relacionadas majoritariamente ao futebol e suas celebridades. (SOUZA, 2005, p.8)

Após o período de vendas baixas, A Placar experimentou uma nova onda de popularidade durante a Copa do Mundo de 1994, por exemplo, a edição especial de comemoração do título, de acordo com Rocco Junior e Belmonte (2014), chegou a vender mais de 500 mil exemplares. Todavia, ainda segundo Rocco Junior e Belmonte (2014), a revista passou por uma reformulação, para atender um novo público-alvo, que era basicamente constituído por jovens, que deixaram o interesse por esporte de lado e queriam buscar muito mais o entretenimento, que àquela altura era oferecido por diversos programas da TV aberta e fechada, seja por programas como o *Esporte Espetacular*, ou as famosas mesas redondas, que desde a década de 1970, são presença marcante na programação esportiva da televisão brasileira.

[...] Esse modelo de programa, que é essencialmente informativo – ao publicar os resultados dos jogos – e marcadamente opinativo – ao comentar esses mesmos resultados – reflete um paradigma editorial que acompanha o jornalismo esportivo desde suas primeiras manifestações na imprensa brasileira. O resultado ainda é a matéria básica do jornalismo esportivo, mas nos últimos anos tem sido possível observar uma mudança editorial que acompanha, e muitas vezes adianta, tendências introduzidas no jornalismo por causa da televisão. (SOUZA, 2005, p.10-11)

A TV a cabo começa a funcionar no Brasil na década de 1980, no entanto, de acordo com Brittos (2013), o panorama da TV por assinatura começa a ser ampliado na década de 1990, com canais como a MTV, que era voltado ao público jovem, seguindo um formato que já foi estabelecido em outros 38 países e o canal norte-americano ESPN, com programação totalmente esportiva e com adaptações para o mercado brasileiro. A Globosat fundou quatro canais por

assinatura: o GNT, Multishow, Telecine e o Top Sports (atual SporTV) e com a estabilização da TV por assinatura no mercado brasileiro e o advento do Pay-per-View do Campeonato Brasileiro já no ano de 1995, o jornalismo esportivo ganha mais meios de atuação e, por consequência disso, o jornalista especialista na área passa a ter mais espaço.

Com o advento da TV fechada, seja a cabo ou por satélite, as emissoras incorporaram em sua grade de programação, diversos programas esportivos especializados em vários esportes, o que ampliou os mercados de comunicadores especialistas. (NETTO, 2013, p.13)

A ESPN chegou ao Brasil no ano de 1989, contudo, só teve uma redação exclusiva para produzir conteúdos para o mercado brasileiro em 1995. No início a programação era basicamente importada da matriz norte-americana, isto é, o principal programa exibido no Brasil era o Sportscenter, que cobria modalidades tipicamente estadunidenses, como basquete, beisebol e futebol americano, mas com a inclusão de quadros dedicados ao futebol, que pode ser considerado o principal tópico da cobertura esportiva brasileira.

Uma das maiores transformações ocorridos no noticiário esportivo aconteceu no fim dos anos de 1990, com o a expansão da internet no Brasil, e de acordo com Netto, esse período foi de erros e acertos para web enquanto veículo para se propagar notícias e decretou a diminuição da popularidade de certos meios.

No final dos anos 90 com o boom da internet, muitos jornalistas trocam os jornais para atuar em sites coma promessa de melhores salários. A troca do meio impresso pelo digital, no entanto, revelou-se equivocada, a grande maioria dos sites esportivos entram em falência no início dos anos 2000. Esse período também marcou o final dos “nos dourados” do jornalismo esportivo impresso, em 1995 a Revista Placar precisou se limitar a lançar apenas edições especiais, em 2002 a editoria de esportes da Folha de São Paulo contava com apenas 15 pessoas. (NETTO, 2013, p.10)

Depois desse período de experimentações no âmbito do webjornalismo e do fim do melhor período do jornalismo impresso, a editoria esportiva embarcou em uma nova época, marcada principalmente pela melhora e democratização do acesso à internet.

2.3. Transformações ocorridas no século XXI

Com a popularização do uso comercial da internet em meados dos anos 1990 e com o consequente tópico de debate que essa ferramenta gerou nos meios de comunicação, tais como rádio, TV e jornais impressos, de acordo com Rocha e Maluly (2016), em dezembro de 1994, a empresa Embratel deu início ao acesso à internet por meio de linha discada, para poucas pessoas e em caráter de teste. Já no ano de 1995, começam a surgir os primeiros provedores, como UOL, BOL e IG, e pouco tempo depois, o Jornal do Brasil coloca no ar o seu site, tornando-se pioneiro no jornalismo digital no Brasil.

Em pouco tempo a internet comercial se dissemina, disponibilizando no ciberespaço lojas virtuais, serviços de busca, comércio eletrônico e portais de conteúdo originalmente brasileiros. Assim, é possível afirmar que no Brasil surgem primeiro os espaços tradicionais e somente depois da consolidação da internet é que os espaços alternativos se estabelecem. (ROCHA; MALULY, 2016, p.4)

No fim da década de 1990, a internet ainda não tinha sua forma própria de produção enquanto potencial ferramenta de mídia. Os jornais que se arriscavam a fazer conteúdo online, eram compostos basicamente de conteúdos transcritos, isto é, os responsáveis pelo site copiavam as matérias do jornal impresso e as colocavam no ar. Com a chegada do século XXI e a consequente modernização e democratização do acesso à internet, o jornalismo começou a vislumbrar a web como um campo favorável para a produção noticiosa. Revistas consagradas como o Lance!, que havia sido lançado em outubro de 1997, começaram a se aprofundar no potencial do até então pouco usado, webjornalismo esportivo.

Com a exploração das potencialidades da internet, os sites jornalísticos ganham possibilidades de apresentar ao internauta novos formatos para o conteúdo jornalístico. Sem falar que o próprio leitor pode colaborar com informações para o veículo. Hoje o jornalismo é mais participativo, convergente e móvel. Texto e imagem já não são mais suficientes. A integração das mídias (formatos e/ou elementos) passou de diferencial a essencial. (ROCHA; MALULY, 2016, p.8)

Lancenet!, como ficou conhecido, é portal do jornal o Lance! dedicado exclusivamente a produção para web, e de acordo com Rocha e Maluly (2016), oferece um conteúdo multimídia e de caráter diferenciado, já que na web, tempo e espaço não são fatores limitantes. O jornalismo como um todo e,

especificamente no caso desse estudo, o jornalismo esportivo, teve que se adequar a essa nova ferramenta, para que pudesse chegar a um conteúdo de qualidade e que não se dedicasse apenas a repetir os formatos e processos de produção de outros veículos, que àquela altura já estavam estabelecidos, como rádio, TV e impresso. Com o advento dessa ferramenta, que contava com espaço e armazenamento de conteúdos ilimitado, a demanda produtiva, conseqüentemente, aumentou. Coube aos profissionais envolvidos com a produção noticiosa, encontrarem meios de suprir a necessidade constante desse público por informação.

A interatividade com o público e a integração de conteúdos e formatos era um dos carros-chefes da produção de notícias para a web e, em decorrência dessa interatividade, surgiu um novo método de se produzir conteúdo, em que os consumidores exerciam um papel preponderante dentro de uma dinâmica colaborativa. Essa alternativa de produção, em que os veículos passam a contar com o envio de fotografias de seu público em suas publicações, por exemplo, está ancorada na ideia de cultura participativa, elemento presente na noção de convergência de Jenkins. Para o autor:

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p.30)

Com esse grande número de pessoas envolvidas e participando desse processo, coube aos portais de notícias aproveitarem desse conteúdo produzido pelos leitores, para aumentar sua popularidade diante deles.

Um grande número de novos serviços online soube aproveitar o ímpeto produtivo dessa cultura de cooperação na internet, montando negócios a partir de “conteúdo gerado pelo consumidor” (user-generated content). E é assim que sites como Digg.com oferecem como principal atrativo — a interagentes e anunciantes — informações reunidas e/ou criadas por seu público. (PRIMO, 2010, p.5)

A interatividade e as outras particularidades da web possibilitaram um “boom” na produção de conteúdos de editorias especializadas e seu uso possibilitou uma maior democratização do acesso e produção da informação. Essa democratização pode ser vista como um processo decorrente da expansão dos blogs e espaços pessoais, assim como da infinita gama de redes sociais.

Com a expansão de blogs, microblogs (Twitter), podcasts e de serviços digitais para a administração coletiva da produção e circulação de notícias, pessoas desvinculadas de grandes instituições midiáticas ganharam espaço para expressão pública e força de pressão coletiva. (PRIMO, 2010, p.4)

Com o advento da internet e de sua lógica colaborativa, veículos que abordam assuntos que nem sempre são pauta nos grandes portais de notícia começaram a se popularizar, pois a web se tornou uma importante ferramenta de democratização do acesso à informação e, conseqüentemente, ajudou a enraizar uma lógica de um jornalismo cada vez mais especializado e segmentado.

Dentro dessa lógica de produção democrática, surgiram veículos como o Diário da Várzea, com sua proposta de cobertura do futebol amador, que apesar de não ser uma pauta recorrente no jornalismo tradicional, conta com um grande público. Contudo, quais são os critérios de noticiabilidade que ajudam a organizar esse jornalismo especializado e, no caso específico deste trabalho, como esses critérios se aplicam dentro do jornalismo esportivo?

3 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE DA COBERTURA ESPORTIVA

3.1. Noticiabilidade

Um dos maiores desafios do jornalismo enquanto indústria e até mesmo como campo de estudos, está em definir o que é notícia e o que não é. Para buscar esse entendimento, jornalistas e estudiosos da área criaram conceitos que visam estabelecer critérios afim de ajudar na percepção de quais acontecimentos são merecedores de se transformarem em notícias e, para quais públicos elas são direcionadas. Esses são os chamados critérios de noticiabilidade, definidos como:

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

Os valores-notícia se aplicam às mais variadas editorias do jornalismo, e de acordo com Traquina (2005), se dividem em duas categorias, conhecidas como valores-notícia de seleção e de construção. A principal missão do jornalista é compilar os fatos e informações seguindo os valores-notícias para uma produção eficiente e uma melhor recepção do consumidor. Analisando o jornalismo enquanto indústria, vemos que nas redações os jornalistas já possuem um certo grau de percepção para o que pode vir a ser uma notícia. De acordo com Bourdieu (1997, p.12), conforme citado por Traquina (2005, p.77) essa habilidade do jornalista se explica devido aos “óculos particulares” que possui, e com esses óculos operam e constroem uma seleção daquilo que é informado. Diversos estudiosos, tais como Peter Golding e Phillip Elliot (1978), se dedicaram a entender a implantação da cultura de valores-notícia na indústria jornalística. Já Johan Galtung (1965) e Mari Holmboe (1993) analisaram os critérios de noticiabilidade enquanto campo acadêmico. Mas para a compreensão e embasamento desse capítulo, o foco será a obra de Nelson Traquina (2005) baseada nos estudos previamente realizados por Mauro Wolff (1978).

Em sua obra, Traquina (2005) conseguiu dividir de forma clara os critérios de noticiabilidade em duas seções, como anteriormente mencionados, são eles os critérios de construção e seleção, que se subdividem em outros dois grupos, que são os critérios substantivos e contextuais.

3.2. Os critérios de construção

Os critérios de construção, como o próprio nome explicita, buscam encontrar as qualidades necessárias para que um acontecimento se torne notícia e, também serve como um norte para que o jornalista tenha uma noção mais aprofundada do que deve ser noticiado. Para Traquina (2005):

Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guias para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia. (TRAQUINA, 2005, p.78)

Os critérios de construção correspondem a menor parte dos valores-notícia analisados por Traquina (2005), são apenas 6, e com eles busca-se uma seleção de elementos dentro dos fatos que podem vir a ser utilizados na produção jornalística. A tabela abaixo busca elencar em caráter sintético, os valores-notícia de construção estudados por Traquina (2005).

Tabela 1 - Critérios de construção

Simplificação	Quanto menos ambíguo é um acontecimento, maiores são as chances de sua compreensão enquanto notícia. Essa é a missão do jornalista, tornar a notícia atraente e de fácil entendimento.
Amplificação	Quanto mais o acontecimento reverbera, seja pela valorização do ato, das pessoas envolvidas ou as consequências do fato, maiores são as chances de uma notícia ser absorvida pelo público. Esse critério pode ser encontrado em manchetes como: "Nação rubro-negra comemora classificação na Libertadores".
Relevância	Dar um "sentido" para o fato, torná-lo significativo para seu público. A poluição em Volta Redonda é de interesse do morador da cidade, cabe ao jornalista explicitar os perigos da poluição fazendo referência ao fato anteriormente mencionado.
Personalização	O "personalizar" se refere a valorização das pessoas envolvidas no acontecido, tornar o fato "pessoal", isto é, aproximar e permitir que o acontecimento seja compreendido por um vasto público, pois, pessoas se interessam em saber sobre outras pessoas.
Dramatização	Busca-se valorizar o emocional, o melodrama. É visto muitas vezes nos programas televisivos de caráter sensacionalista, apelando para imagens fortes ou emotivas.
Consonância	Inserir uma novidade em um fato já conhecido, buscando corresponder ao que o leitor deseja. Como por exemplo, os desdobramentos da Operação Lava-jato, o leitor já entende o contexto dos fatos, porém a todo momento surgem novas informações a respeito do tema.

Fonte: Traquina, 2005

3.3. Os critérios de seleção

Os critérios de seleção são ferramentas que o jornalista utiliza na filtragem dos acontecimentos e no momento de decidir o que será ou não notícia. De acordo com Traquina (2005), esses valores-notícia se subdividem em outros dois critérios:

Os valores-notícia de seleção estão divididos em dois sub-grupos: a) os critérios substantivos que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos de sua importância ou interesse como notícia, e b) os critérios contextuais que dizem respeito o contexto da produção da notícia. (TRAQUINA, 2005, p. 78)

Com essa divisão em outros dois sub-grupos, Traquina (2005) buscou um melhor entendimento para os valores-notícia de seleção, que para a comunidade jornalística, podem assumir um aspecto mais interpretativo e variável que os critérios de construção, que por possuírem um caráter norteador, acabam sendo passíveis de menos interpretações. Seguindo a divisão dos sub-grupos, os critérios de seleção serão apresentados em duas tabelas de caráter sintético, para melhor entendimento de seus conceitos a seguir.

(continua)

Tabela 2 - Critérios de seleção – substantivos

Morte	A morte é um critério fundamental para os jornalistas. Onde ocorrem tragédias, os jornalistas estão. Isso ajuda a explicar o negativismo ao redor do jornalismo atual.
Notoriedade	A notoriedade do principal envolvido no acontecimento é um critério fundamental para os jornalistas. Como por exemplo, declarações polêmicas do presidente, elas se tornam importantes, pois, ele é importante.
Proximidade	Critério determinado pela geografia. Uma briga entre dois usuários de droga em frente à CSN, pode ser notícia nos jornais locais, mas dificilmente ganhará repercussão nacional.
Relevância	Valor-notícia determinado pela preocupação em noticiar acontecimentos que impactam na vida das pessoas, como por exemplo, um grande caso de corrupção envolvendo um juiz e um procurador da república.
Novidade	Uma das principais preocupações do jornalista, é justamente noticiar o inédito, ou “furo de reportagem”, como é chamado pela comunidade jornalística. Esse é um dos pontos centrais do jornalismo.
Tempo	Pode ser usado de maneiras diferentes. O acontecimento atual transformado em notícia, pode ser usado como “gancho” para outro fato ligado a esse assunto. Ou pode ser utilizado, também como “gancho” para algo que já foi noticiado no passado, como por exemplo, aniversário de 50 anos da missão Apollo 11. E ainda, como um fato se torna pauta durante um tempo.
Notabilidade	Quando um acontecimento se torna visível, palpável, isto é, como ele ganha evidência. Por exemplo, uma greve de trabalhadores é perfeitamente compreensível para o leitor, devido às más condições de trabalho oferecidas.

Tabela 2 - Critérios de seleção- substantivos

Inesperado	Tudo que rompe com o padrão da realidade cotidiana e surpreende o jornalista e o público. Muitas vezes o surpreendente pode acabar sendo interpretado como um mega-acontecimento pela comunidade jornalística, ou seja, acaba subvertendo a rotina do jornalista. Um dos exemplos mais claros disso, foram os atentados de 11 de setembro de 2001.
Conflito	Pode ser determinado pela violência física ou por conflitos simbólicos, como um debate acalorado entre deputados durante uma CPI ou uma briga de trânsito.
Infração	É outro valor-notícia decorrente da violência. Trata-se principalmente da violação das regras ou condutas sociais. Com isso, torna-se facilmente compreensível que crimes se tornem notícia.

Fonte: Traquina, 2005

Os critérios de seleção contextuais, segundo Traquina (2005), dizem respeito ao contexto em que a notícia foi produzida, isto é, se referem a questões exclusivamente ligadas ao jornalista, os meios que possui para produzir e a sua forma de trabalhar.

Tabela 3 - Critérios de seleção – contextuais

Disponibilidade	Refere-se a facilidade com que se pode cobrir um acontecimento. A principal questão para a empresa jornalística é quais meios e recursos são exigidos nessa cobertura, e ainda, se esse fato compensa o uso desses recursos.
Equilíbrio	A noticiabilidade de um fato se relaciona com a quantidade de notícias que esse acontecimento já gerou para as diversas empresas jornalísticas, e se vale a pena retomar esse assunto
Visualidade	No jornalismo televisivo esse valor-notícia é fundamental, pois, refere-se justamente aos registros audiovisuais, como fotografias ou filmes. Esse critério ajuda a explicar a vasta cobertura de desastres na televisão.
Concorrência	Assim como qualquer empresa, os meios de comunicação possuem concorrentes, que lutam diariamente, principalmente pelo “furo de reportagem”. Por isso, as empresas jornalísticas buscam demonstrar a todo momento para o consumidor que são detentores da novidade e da exclusividade.

Fonte: Traquina, 2005

3.4. Critérios de noticiabilidade no Webjornalismo esportivo

Assim como no jornalismo generalista, é difícil apontar um critério de noticiabilidade predominante na editoria esportiva, contudo, Silva (2011), em sua análise a respeito do caderno de esportes do jornal Zero Hora, de Porto Alegre, pôde evidenciar valores-notícia que se apresentam em maior quantidade no jornalismo esportivo. Dentre os principais critérios de noticiabilidade apontados por Silva (2011), estão os valores-notícia de relevância e novidade, que segundo o autor podem ser combinados dentro de uma mesma notícia, a fim de aumentar o interesse do público pelo acontecimento. Também pode ser utilizada a presença de nomes relevantes para o esporte, como forma de garantir ainda mais credibilidade ao que vai ser publicado.

Outra estratégia dos jornalistas ao produzir a matéria de capa do caderno de Esportes de Zero Hora é trazer a opinião de nomes reconhecidos para agregar valor ao texto. Mesmo sendo uma matéria pré-jogo – o Internacional enfrentaria o Santa Cruz, pelo Campeonato Gaúcho, horas mais tarde – a preferência dada é a de traçar um panorama do novo técnico colorado que estará no comando do time pela primeira vez desde que retornou à casamata. O jornalista reproduz a opinião de três jogadores que foram comandados por Falcão na Seleção Brasileira, em 1991: Neto, César Sampaio e Márcio Santos. (SILVA, 2011, p.43-44)

Ainda segundo Silva, o critério de noticiabilidade da novidade no jornalismo esportivo é utilizado de formas diferentes nos mais diversos veículos de comunicação.

Na televisão e no rádio, a produção de notícias que tem na novidade seu principal critério é enorme. Mas no jornal impresso, isso é mais difícil, devido a seu caráter de produção: durante todo dia, os jornalistas vão atrás dos principais fatos ocorridos e preparam suas matérias para serem impressas durante a madrugada. (SILVA, 2011, p.44)

Contudo, no webjornalismo, assim como no rádio e na televisão, a novidade também é utilizada em larga escala, pois a web proporciona uma facilidade de atualização em tempo real, que também pode ser encontrada principalmente no rádio. E para além disso, de acordo com Aguiar (2009), a internet proporciona uma facilidade na produção noticiosa.

A tecnologia de digitalização da informação possibilita a inter-relação entre texto, imagem e som, não sendo apenas uma soma dessas três matrizes midiáticas, e sim uma produção discursiva disponibilizada de forma integrada e complementar pelo suporte web. (AGUIAR, 2009, p.169)

O webjornalismo conta com seis características distintivas em relação à prática jornalística em outros meios de comunicação, que são: multimídia, customização, memória, instantaneidade, interatividade e hipertextualidade. Aguiar (2009) compreende que apesar de se distinguir de outros meios, o webjornalismo utiliza-se dos critérios de noticiabilidade do jornalismo generalista em sua produção.

Concordamos que a instantaneidade e a abundância de informações também podem resultar em um processo de afrouxamento dos critérios de noticiabilidade. Contudo, apesar das seis características que distinguem o webjornalismo, esses critérios continuam sendo os mesmos que norteiam o jornalismo. (AGUIAR, 2009, p.172)

O jornalismo esportivo apresenta certa autonomia dentro dos veículos noticiosos, pois, segundo Borelli e Neto (2002) existem menos entraves na construção noticiosa esportiva do que nas editorias ditas como tradicionais ou consideradas “mais sérias”, como economia e política, com o colunista exercendo um papel preponderante. Apesar de fazer uso dos critérios de noticiabilidade, como qualquer outro setor do jornalismo, o esporte tem certas particularidades que propiciam uma análise diferenciada.

Na tematização do esporte, as variadas falas e os inúmeros pontos de vista são aceitos e cultuados. Em função disso, o manual de redação, tão levado a cabo em outras seções, fica em segundo plano quando o assunto é esportes, em que a liberdade é um ideal a seguir. (BORELLI; NETO, 2002, p.64)

Atualmente, a editoria esportiva conta com um certo prestígio por parte do público, contudo, essa mudança só foi possível devido ao reconhecimento do esporte enquanto produto jornalístico com propriedades particulares.

Quando os jornais, primeiro, e o rádio e a televisão depois, descobriram o esporte enquanto conteúdo, houve uma alteração em sua dimensão lúdica e localizada em uma sociedade: o esporte passou a ser notícia. Mas não uma notícia como outra qualquer. O reconhecimento de suas particularidades levou à setorização e, conseqüentemente, à descoberta de formas condizentes de tratar essa nova matéria-prima que emergia da sociedade com força e potencial de interessar, teoricamente, a todos os públicos. (SOUZA, 2005, p.11)

Mesmo com o prestígio atingido e autonomia particulares da editoria, as páginas esportivas ainda sofrem com um processo de “batalha”, isto é, pois, cada jornalista luta por seu campo de conhecimento, como por exemplo, o setorista de um determinado time deseja um espaço para relatar os acontecimentos daquela equipe. Além disso, ocorrem disputas em outros dois níveis, conforme definido por Borelli e Neto:

A disputa pelo espaço esportivo público ocorre em dois níveis – interno, definido pela própria cultura organizacional das mídias, e externo, pelas relações estabelecidas entre campos sociais. Esse espaço estratégico sofre uma tensão do próprio campo midiático, pois terá que disputar espaço na ‘geografia’ da edição com política, economia, educação, saúde, cultura, etc. Além disso, o esporte sofre as pressões de outros campos sociais, que também reivindicam visibilidade na mídia e agem, principalmente através das fontes no próprio campo esportivo. (BORELLI; NETO, 2002, p. 65)

Além de lidar com a filtragem dos fatos que possivelmente serão notícia, o jornalista esportivo, enquanto especialista no assunto, muitas vezes lida também com a paixão do torcedor, o que evidencia muitas vezes o uso do valor-notícia da dramatização, que segundo Traquina (2005) consiste no reforço de aspectos emocionais e no relato de conflitos, conforme apresentado no subitem anterior do capítulo. Com o advento, principalmente, do rádio e da televisão, que passaram a fornecer vastos recursos audiovisuais, o jornalista passou a conseguir retratar a paixão pelo futebol de uma forma muitas vezes dramática e com forte apelo emocional, reforçando o uso dos critérios de dramatização e visualidade no jornalismo esportivo. Nesse caso, o enfoque sai dos jogadores e se direciona aos personagens que estão nas arquibancadas dos estádios:

[...] quando temos reportagens que contam a história do jogo a partir de personagens do povo, torcedores identificados como pessoas pobres, sofredoras e que encontram no futebol o escape para as amarguras do dia-a-dia, principalmente quando seu time sai de campo vencedor. (SOUZA, 2005, p.9)

Por ser um meio especializado, o jornalismo esportivo requer profissionais que tenham leituras compatíveis com o grau de domínio do assunto que a editoria necessita.

A atividade de compreensão do esporte só pode ser feita primordialmente por especialistas, na medida em que a tarefa de construção é tão científica que só eles podem ter esse entendimento. As colunas especializadas ocupam lugar de destaque nas páginas de esporte e refletem imaginários, desejos, escolhas da opinião pública, instituindo identidades e construindo vínculos. Através de uma linguagem específica, o colunista apresenta estratégias de leitura do esporte a partir do ponto de vista de uma autoridade, da análise da interpretação de fatos, já o especialista é um “leitor privilegiado da realidade”. (BORELLI; NETO, 2002, p. 64)

Em seu trabalho, Silva (2011) abordou seis critérios de noticiabilidade de caráter predominante no caderno de esportes do jornal Zero Hora: Objetividade, proximidade, novidade, periodicidade, instantaneidade e relevância. Contudo, no presente estudo, serão contemplados outros valores-notícia que podem ser

observados pontualmente no jornalismo esportivo, como por exemplo, a consonância, o tempo, notoriedade, concorrência e exclusividade.

Os consumidores de notícias relacionadas ao futebol já estão acostumados a uma estrutura minimamente predeterminada, conforme Barros (2011): no começo da semana ocorre a repercussão dos jogos do fim de semana e, nos dias subsequentes, se repercute a preparação para as partidas que estão por vir. Nesse processo de repercussão e análise semanal está o critério de consonância, que, conforme define Traquina (2005), consiste em acrescentar uma novidade a um fato já conhecido pelo público. Os jogos já aconteceram, o público já viu, logo, cabe ao jornalista esportivo repercutir e relatar os fatos ocorridos. A consonância também pode ser encontrada em casos em que novidades surgem de diversas partes a todo momento, acrescentando novos argumentos àquilo que já foi noticiado, como por exemplo, no ocorrido recentemente com o jogador Neymar. Muitas especulações a respeito de uma possível transferência para o futebol espanhol surgiram e foram repercutidas durante semanas. Contudo, outro critério de noticiabilidade que pode ser visto com facilidade nesse caso, o valor-notícia do tempo, que segundo Traquina (2005) é sintetizado na tabela no começo desse subitem, diz respeito ao intervalo de tempo em que o assunto se torna pauta. O assunto “Neymar” inundou as publicações esportivas do país por um longo período nesse ano, seja pela polêmica acusação de estupro sofrida pelo jogador de futebol, ou pelas seguidas especulações sobre o time que ele atuaria na temporada que estava prestes a começar.

Como mencionado no começo desse subitem, os critérios de relevância e novidade são massivamente utilizados no jornalismo esportivo. O valor-notícia de relevância, seja na forma de construção ou de seleção, é de suma importância para a produção de um bom jornalismo esportivo. O que é relevante para um torcedor de um time A não é necessariamente importante para o torcedor do time B, ao menos que o acontecimento impacte diretamente as duas equipes, como por exemplo, um duelo entre os dois times anteriormente mencionados, válido por um título de grande importância.

Dentro do jornalismo esportivo brasileiro, o termo “imprensa bairrista” se tornou popular entre os profissionais da área e leitores. Usado de forma acusatória, esse termo remete aos acontecimentos que se tornam grandes

notícias em um local e em outro não, como por exemplo, uma vitória do Palmeiras, time da capital paulista, ganha pouco espaço em jornais do Rio de Janeiro. Esse pouco espaço noticioso se deve ao valor-notícia da proximidade, que segundo Traquina (2005), remete ao local em que o acontecimento ocorreu. Um time paulista evidentemente não é tão importante assim para o público carioca.

A notoriedade é outro valor-notícia que também está presente no jornalismo esportivo. Como visto anteriormente nesse estudo, muitas vezes o envolvido no fato, se torna maior que o próprio acontecimento. No caso das especulações sobre uma possível transferência de Neymar, o ocorrido ganhou uma proporção enorme, pois, atualmente, o jogador brasileiro é uma das maiores estrelas do futebol mundial. As negociações envolvendo futebolistas acontecem a todo momento, mas uma minoria se torna tão notória, visto que, nem todos os atletas se tornam superestrelas. Como toda editoria especializada, o jornalismo esportivo pode ganhar contornos de complexidade, quando por exemplo, o debate se aprofunda em relação a termos específicos, técnicos, táticos ou com um linguajar típico da modalidade abordada. Cabe ao jornalista, “traduzir” e explicar a informação de forma clara. Nesse processo de explicação, encontra-se o critério de simplificação, que segundo Traquina (2005), implica em tornar a informação concisa para uma ampla compreensão do público.

Com a democratização do acesso à informação e, também, dos meios de produção noticiosa, o mercado para veiculação de revistas e publicações especializadas cresceu exponencialmente. Com essa variedade de publicações, em diversas editorias, inclusive no jornalismo esportivo, o chamado “furo de reportagem” se tornou concorrido. Com isso, outros três valores-notícia podem ser observados, a concorrência, a novidade e a exclusividade. O jornalista do veículo A cobre diariamente os treinos do clube em que é setorista, assim como os profissionais dos jornais B, C e D, com isso, a luta pelo inédito, pelo único, se torna cotidiana também no ambiente esportivo.

O futebol no Brasil pode ser visto como um caminho ascensão social para muitas pessoas, por isso, quando algum veículo relata histórias de superação, como por exemplo, a vida difícil de um grande jogador, o critério de noticiabilidade da notabilidade e, também, da dramatização podem ser encontrados. Segundo Traquina (2005), o critério de notabilidade diz respeito a

um acontecimento que se torna palpável para o grande público. Para além disso, o critério de dramatização, como anteriormente mencionado nesse tópico, diz respeito ao reforço emocional ou dramático que um fato recebe, e histórias de superação possuem o poder de se conectar com a audiência e, também, um forte caráter emocional.

Assim como em outras editorias, os critérios de noticiabilidade se tornam aplicáveis e eficazes nos grandes veículos esportivos que cobrem diariamente o futebol profissional, contudo, não se sabe se esses mesmos critérios podem funcionar numa página como o Diário da Várzea, que se dedica integralmente a cobertura do futebol amador e suas peculiaridades, no estado de São Paulo.

4 ANÁLISE DA COBERTURA DA FANPAGE NO FACEBOOK DO DIÁRIO DA VÁRZEA

A partir de agora, o trabalho vai se dedicar à análise da fanpage do Diário da Várzea. Optou-se por uma seleção do recorte de tempo que vai de 03 a 15 de março de 2019, pois esse é um período de transição nas competições do futebol amador no estado de São Paulo, em que diversas estão terminando e outras começando, o que gera uma farta quantidade de acontecimentos que podem ser noticiados. Em um primeiro momento, a partir desse recorte, vai se identificar de um modo mais amplo o escopo da cobertura e os seus processos de produção, com enfoque ainda na periodicidade das publicações e especificidades de seus conteúdos. Em um momento posterior, o trabalho se debruça na análise de conteúdo desse material tendo como foco os critérios de noticiabilidade que regem os conteúdos identificados como noticiosos.

4.1 Processos de produção da página, profissionais envolvidos, periodicidade das publicações e competições cobertas pela página

Como mencionado no capítulo anterior, a internet tem particularidades em relação aos outros meios de produção noticiosa, contudo, além desses elementos gerarem uma facilidade para que o jornalista produza conteúdo e, conseqüentemente, o atualize, a web permitiu que o papel de detentor da informação fosse compartilhado entre os mais diversos atores. Agora não apenas os grandes conglomerados de comunicação produzem conteúdo, todo interessado, que tenha capacitação para tal, pode produzir conteúdo para os mais diversos nichos.

E nessa proposta de descentralização dos meios de produção da notícia, surge a fanpage Diário da Várzea, dedicada integralmente a cobertura do futebol amador no estado de São Paulo. Atualmente a fanpage conta com um processo de produção que pode ser considerado simples. Por ser geograficamente impossível estar em todos os locais das partidas ao mesmo tempo, o Diário da Várzea conta com alguns parceiros para ter uma cobertura mais ampla do cenário do futebol amador paulista. Segundo Fechine (2014), essa colaboração do público é um importante método produtivo popularizado pela web.

[...] ele pode ser pensado como um tipo de consumidor que se dispõe a realizar o “trabalho” de cooperação textual proposto pelos produtores, um “trabalho” sem o qual o texto transmídia não se realiza como tal visto que sua manifestação depende de relações, conexões e associações por fazer. (FECHINE, 2014, p.14)

Por não serem jornalistas, esses parceiros cuidam da parte dos registros audiovisuais e, além disso, fazem um resumo do ocorridos nessas partidas, para que depois possam ser analisados de acordo com seu potencial de vir a ser notícia na página ou não. Quem realiza essa filtragem, é o jornalista responsável pela criação e administração da fanpage.

Geralmente, a fanpage Diário da Várzea tem uma equipe *in loco* nas partidas consideradas de grande importância, como finais de campeonato e clássicos tradicionais. Essa equipe é composta por apenas um jornalista, que além de realizar a cobertura textual, que alimenta o Facebook, Twitter, Instagram e site do Diário da Várzea, também exerce o papel de fotógrafo e cinegrafista. O Diário da Várzea também conta com um profissional de TI, que cuida das partes pertinentes a informática, como manutenção dos servidores, contudo, para essa análise, não seria válido se aprofundar nessa área específica.

Durante o período observado, 03/03/19 a 15/03/19, foram encontradas na fanpage uma média de 2 a 3 postagens por dia. Cabe ressaltar que mesmo com as dificuldades de produção, por ter uma equipe reduzida com apenas um jornalista para realizar todos os processos produtivos da fanpage, a periodicidade das publicações é diária.

O site do Diário da Várzea conta com um conteúdo de caráter preditivo e frio, nessa plataforma a equipe se dedica a dar um panorama das competições que terminaram e, também, para as que vão começar. Contudo, nessa análise em específico, o foco é a fanpage no Facebook. Na plataforma, o conteúdo é factual e quente: placares das partidas, craques dos jogos e informativos sobre as rodadas das competições são conteúdos que podemos encontrar com facilidade no Diário da Várzea no Facebook.

Por ter um amplo escopo geográfico de cobertura (a equipe cobre competições no ABC paulista, grande São Paulo e São Paulo capital), esta é dividida de forma semestral. No primeiro semestre, 10 competições são cobertas pela página, dentre as principais estão a Copa Amizade, Especial de Mauá, Especial de Santo André, Primeira divisão de Santo André e a Super Copa

Pionner, esta última podendo ser considerada umas das principais competições amadoras no âmbito nacional. Segundo Sacheto (2018), a Super Copa Pionner 2018, reuniu cerca de 418.000 espectadores, superando inclusive, os números da primeira divisão do campeonato carioca de futebol profissional do mesmo ano.

Na segunda parte do calendário do Diário da Várzea, que está focado no segundo semestre, a cobertura se torna um pouco mais ampliada, visto que, no total, 13 competições são noticiadas pela página e dessas 13, algumas (como por exemplo, a Copa Martins Neto, as três séries de Mauá e as três divisões de Santo André) têm uma maior duração: o campeonato na cidade do ABC paulista dura todo o segundo semestre, já a Copa Martins Neto tem quatro meses de duração, acontecendo entre julho e novembro na grande São Paulo. Já o campeonato de Mauá, tem 5 meses de duração, ocorrendo entre os meses de julho e dezembro, também no ABC paulista.

4.2 Análise de conteúdo da fanpage

No período selecionado para esse estudo, foram encontradas 25 postagens, dentre essas 13 são de fato notícias, e esses acontecimentos que são noticiados viram notícia pelo grau de relevância da competição que abordam, e as outras 12 se dividem entre vídeos de melhores momentos de competições e partidas que já aconteceram, notas sobre as próximas rodadas de campeonatos que estão acontecendo, enquetes e postagens em homenagens a datas comemorativas e afins, como no dia 8 de março, dia Internacional da Mulher, em que a página fez um post especial em celebração a esta data, conforme imagem a seguir:

Figura 1 - Post especial em homenagem ao dia Internacional da mulher



Fonte: Fanpage do Diário da Várzea (2019)

Apesar da maioria dos conteúdos encontrados na página durante o período analisado serem de caráter noticioso, outros enquadramentos também podem ser encontrados na fanpage do Diário da Várzea. Como mencionado no começo desse item, as notas são uma constante no seu dia a dia. Segundo Marques de Melo (2016), os gêneros jornalísticos podem ser entendidos por tudo aquilo que o público tem a necessidade de saber e conhecer, pois nesses gêneros que o público encontra um embasamento para suas ações rotineiras. Isso nos ajuda a compreender o uso das notas enquanto importante ferramenta para a fanpage, visto que, como dito anteriormente, por contar com uma equipe pequena, o Diário da Várzea não consegue cobrir todas as partidas e competições de maneira presencial, logo as notas com resultados e prognósticos dos jogos podem suprir uma lacuna gerada pela dificuldade geográfica de apuração.

A imagem a seguir mostra um dos exemplos de notas informativas veiculadas pela página:

Figura 2 - Informativo com resultados de um campeonato



Diário da Várzea
10 de março · 🌐

RESULTADOS DAS OITAVAS DA AMIZADE!

Após grandes jogos neste final de semana, a Copa Amizade definiu as equipes classificadas para as quartas de final da competição. Os clubes mandantes jogavam pelo empate para classificação. Em breve tudo sobre os jogos.

COPA AMIZADE - OITAVAS DE FINAL			
VILA JUNQUEIRA	1	0	MOCIDADE
VILA NOVA	1	1	SANTA CRISTINA
GUARACIABA	1	0	PEDREIRINHA
SACADURA CABRAL	1	1	SCORPIONS
MARAJOARA	1	3	DRAGÕES
OURINHOS	1	0	JARDIM STELLA
JARDIM ELBA	3	0	SENSAÇÃO
SÃO JOÃO	1	0	DINAMO

Fonte: Fanpage do Diário da Várzea (2019)

Dentre as postagens de caráter diverso, a fanpage também conta com enquetes, que segundo Marques de Melo (2016), é um formato que está enquadrado no gênero jornalístico interpretativo, contudo, dentro do recorte temporal observado, postagens com enquetes ocorreram apenas uma vez. Porém, esta foi realizada para que o público votasse no vencedor de uma semifinal da Copa Ivan, que é um importante torneio da várzea da grande São Paulo. Segundo Fechine (2014), as respostas dadas pelo público na enquete podem ser consideradas “conteúdos habilitados”, pois são gerados pelos próprios leitores, a partir de um pedido feito pelo produtor da fanpage.

Esses podem ser “autorizados”, uma vez que são oriundos de condições, regras e orientações ditadas pelos produtores (via de regra, nos sites, blogs, perfis institucionais etc.). Funcionam, geralmente, dentro de espaços “oficiais” nos quais costuma haver um monitoramento, que busca manter um controle enunciativo capaz de assegurar o alinhamento da participação dos consumidores com os objetivos estratégicos dos destinadores-produtores. (FECHINE, 2014, p.19)

Abaixo, um dos “conteúdos habilitados”, produzidos em forma de enquete pela fanpage Diário da Várzea:

Figura 3 - Enquete realizada pela Fanpage



Fonte: Fanpage do Diário da Várzea (2019)

Outro conteúdo de caráter geral recorrente na página, são os vídeos com retrospectivas e melhores momentos de competições e partidas, contudo, no período analisado, somente dois compilados desse tipo foram encontrados. Geralmente, esses vídeos são acompanhados de pequenos textos introdutórios, produzidos com a intenção de rememorar o leitor sobre qual competição ou jogo em específico, o clipe abordará.

Conteúdos como vídeos com momentos passados podem ser observados sob a ótica do gênero jornalístico diversional, que, segundo Marques de Melo (2016), é um gênero que busca exclusivamente a distração e o lazer, afastando essa abordagem da rigidez de outros métodos, como por exemplo, o informativo, que tem um papel extremamente vinculado a vigilância social. Conforme imagem a seguir, um dos compilados publicados pela fanpage no recorte temporal analisado:

Figura 4 - Exemplo de compilado produzido pela fanpage



Fonte: Fanpage do Diário da Várzea (2019)

Mesmo contando com um conteúdo variado, a fanpage do Diário da Várzea apresenta um caráter majoritariamente noticioso. Como dito no começo deste item, no período analisado, a fanpage teve 25 postagens, sendo 13 delas apresentando uma estrutura pertencente ao gênero informativo sob o enquadramento de notícia. A segunda parte desse capítulo está focada na análise dessas notícias, a fim de desvendar quais são os principais critérios de noticiabilidade utilizados pela fanpage e seus produtores.

Assim como em outras editorias, o jornalismo esportivo também é regido por meio dos critérios de noticiabilidade estudados por Traquina (2005) e um desses principais critérios, não só para as publicações esportivas, quanto para o jornalismo generalista, é o critério de seleção da relevância. Conforme Silva (2011) e, como dito no capítulo anterior desse estudo, a relevância é o principal critério de noticiabilidade do caderno de esportes do jornal Zero Hora, de Porto Alegre.

Para sintetizar e facilitar a compreensão dos critérios de noticiabilidade da fanpage, segue abaixo uma tabela de caráter sintético, elencando esses critérios e a frequência em que foram utilizados:

Tabela 4 – Critérios de noticiabilidade utilizados na Fanpage	
Valor-notícia	Incidência
Relevância	9 vezes
Dramatização	3 vezes
Notoriedade	1 vez
Personalização	1 vez
Novidade	9 vezes

Fonte: Fanpage Diário da Várzea (2019) e Traquina (2005)

Mesmo sendo um veículo não hegemônico e que cobre um setor que não possui tanta atenção dos grandes veículos, a fanpage Diário da Várzea também utiliza massivamente a relevância em sua construção noticiosa. Nas 13 notícias encontradas, não se identifica uma grande variedade de enquadramentos ou gêneros diferentes, a fanpage busca manter um padrão. Um dos gêneros predominantes é o informativo, sob o enquadramento de notícia.

Dentre as 13 notícias selecionadas e analisadas, 9 apresentam o uso do critério de relevância e, também o da novidade, visto que essas postagens abordam momentos decisivos de competições como a Copa Nevada, Copa Amizade, Copa Ivan e o Especial de São Bernardo do Campo e todos eles são de caráter inédito, pois, a página é a única a realizar esse tipo de cobertura noticiosa, no cenário da várzea paulista. Na imagem a seguir, uma cobertura das quartas de final da Copa Ivan:

Figura 5 - Cobertura de uma decisão da Copa Ivan, importante torneio da Grande São Paulo



Fonte: Fanpage do Diário da Várzea (2019)

Outro fator que chama atenção na fanpage são suas manchetes, que possuem um forte teor emocional, enfatizado pelo uso de exclamações e adjetivos. Apesar dessas manchetes apelativas, no recorte temporal analisado, foram encontradas apenas três notícias em que critério de noticiabilidade da dramatização foi utilizado, e em uma delas, esse valor-notícia foi utilizado em conjunto com outros dois critérios, a notoriedade, que segundo Traquina (2005), diz respeito a importância do personagem envolvido no acontecimento, e a personalização, usada para destacar as pessoas presentes no ocorrido.

Tais valores-notícia foram utilizados, pois o personagem central da notícia é um grande jogador da várzea paulista, com uma longa carreira no futebol amador, diversos títulos, ídolo da torcida do União Sacadura Cabral, tradicional time amador da grande São Paulo e que meses antes havia enfrentado um problema no coração, que o fez parar de jogar futebol por um longo período. Segue abaixo a cobertura realizada a respeito do retorno desse jogador:

Figura 6 – Notoriedade, personalização e dramatização combinados na fanpage



Fonte: Fanpage Diário da Várzea (2019)

Em outra notícia em que o critério de dramatização se fez presente, o ator principal do fato não foi um jogador específico ou um lance, mas a torcida do Belenense, que derrotou um grande rival para avançar para as semifinais da Copa Ivan, um dos principais torneios cobertos pela página.

Conforme Souza (2005), com o surgimento de veículos com recursos audiovisuais, elementos dramáticos fora do espaço de jogo puderam ser retratados, visto que, nos jornais impressos, o espaço é limitado e o principal tópico de interesse é o jogo em si.

Com essa proposta de retratar o que está fora das quatro linhas do gramado, a fanpage acabou dando destaque para a festa dos torcedores na arquibancada, mas sem deixar de noticiar fatos ocorridos durante a partida, como por exemplo, placar no tempo normal, que terminou em empate, e a consequente decisão por pênaltis, que classificou o Belenense para a próxima fase da Copa Ivan. Segue na imagem abaixo, a cobertura realizada pela fanpage sobre a classificação do Belenense e a consequente festa de sua torcida:

Figura 7 - Festa da torcida do Belenense pela classificação



Fonte: Fanpage Diário da Várzea (2019)

Mesmo com a presença de critérios como a relevância, novidade, dramatização, notoriedade e personalização, a fanpage, durante o recorte temporal analisado, não possui certos critérios importantes para o jornalismo. Como por exemplo, o valor-notícia de construção da consonância, que segundo Traquina (2005), e como mencionado no capítulo anterior desse estudo, consiste em adicionar um fato novo a um acontecido já conhecido do público. Esse valor-notícia não está presente na fanpage, devido a seu caráter factual e quente. Os acontecimentos abordados pela página, em sua maioria, ganham uma conclusão que não necessita de maiores explicações e não permitindo a adição de novos pontos de vista.

Um dos valores-notícia ausentes na fanpage que mais chama atenção, sem dúvidas, é o critério contextual da concorrência. Essa ausência é facilmente explicável devido ao nicho de cobertura da fanpage. Por ser um veículo de caráter segmentado e direcionado a um público muito específico, a fanpage acaba por ser única em sua área de cobertura.

Dentre os critérios contextuais, outro que chama atenção é a disponibilidade, que segundo Traquina (2005), diz respeito a facilidade que se

pode cobrir um acontecimento. Por ter apenas um jornalista na equipe, a disponibilidade em cobrir uma diversidade maior de jogos presencialmente, se torna comprometida.

Apesar de ser um veículo com peculiaridades observáveis, o Diário da Várzea, acaba sendo afetado em certo grau pelos critérios de noticiabilidade estudados por Traquina em sua obra. Com isso, é notável a aplicação e validade destes critérios nos mais variados âmbitos e editorias do jornalismo.

5 CONCLUSÃO

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como os critérios de noticiabilidade têm uma aplicabilidade nas mais diversas editorias do jornalismo, inclusive no esporte, seja ele abordado na mídia impressa, rádio, TV ou internet. Além disso, o estudo permitiu uma investigação mais ampla dos critérios de noticiabilidade em uma cobertura tão peculiar quanto a da fanpage do Diário da Várzea. Ao se analisar as 25 publicações no recorte temporal selecionado, pôde-se constatar que das 13 notícias encontradas, todas tiveram no mínimo um valor-notícia com aplicabilidade constatada.

Porém, pode-se dizer que a fanpage não emula por completo os conceitos e estruturas do webjornalismo de grandes portais, visto que, por exemplo, suas manchetes contam com um caráter exclamativo, por contarem com uma pontuação não usual no jornalismo tradicional. Por contar com uma estrutura de produção peculiar, apenas um jornalista se desdobra nas mais diversas funções da página, certos critérios de noticiabilidade têm sua usabilidade dificultada ou impossibilitada. Com isso, pode-se constatar que apesar de contar com estruturas parecidas e baseadas no jornalismo tradicional, a página não conta com uma emulação por completo, pois um grande veículo tradicional, além de possuir equipamentos para se produzir um conteúdo diverso, tem uma gama de profissionais disponíveis para realizar as apurações e construções noticiosas.

Esse estudo de caso esperava encontrar uma emulação completa das formas de produção do webjornalismo esportivo tradicional, mas isso acabou não ocorrendo, pois as peculiaridades da fanpage Diário da Várzea acabam se sobressaindo em relação aos conceitos tradicionais. Porém, pode-se dizer que foi encontrada uma emulação parcial, visto que os critérios de noticiabilidade estão presentes, mas estruturas como as manchetes da fanpage acabam sendo muito diferentes em relação ao usual no jornalismo convencional.

Pesquisas relacionadas à cultura participativa podem ajudar a ampliar e aprofundar conceitos debatidos neste trabalho, pois, no âmbito do webjornalismo, os leitores podem exercer uma contribuição fundamental, seja na produção de conteúdos habilitados ou com o advento da interatividade, que proporciona para os produtores de conteúdo um contato direto com seu público.

Trabalhos a fim de discorrer sobre os critérios de noticiabilidade no jornalismo esportivo também podem agregar aos conceitos deste estudo e de muitos outros, pois durante a pesquisa bibliográfica para a realização desse estudo, poucos autores que debateram esses valores-notícia na editoria esportiva foram encontrados. E para além disso, um debate mais aprofundado sobre os critérios de noticiabilidade no jornalismo esportivo pode contribuir para identificar outras peculiaridades a respeito dessa cobertura do futebol amador para redes sociais e internet.

6 REFERÊNCIAS

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

AGUIAR, L. **A validade dos critérios de noticiabilidade no jornalismo digital**. In: RODRIGUES, C. (org.). *Jornalismo on-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009. p. 163 – 182.

BARROS, Jordana Fonseca. Definindo o que é Notícia-um estudo sobre os Critérios de Noticiabilidade nos blogs de Juca Kfourri e Zeca Soares. In: **XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife**. 2011. p. 2-6.

BORELLI, Viviane; FAUSTO, NETO. A. Jornalismo esportivo como construção. **Cadernos de Comunicação**, Santa Maria, n. 7, p. 61-74, 2002.

BRITOS, Valério Cruz. A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. **Comunicação & Sociedade**, n. 31, p. 9-34, 1999.

CALABRE, Lia. A Era do Rádio-Memória e História. **Anais do XXII Simpósio Nacional de História**, João Pessoa, 2003.

CALDAS, W. Aspectos sociopolíticos do futebol brasileiro. **Revista USP**, São Paulo, n. 22, p. 40-49, 30 ago. 1994.

CAPRARO, André Mendes. Mario Filho e a invenção do jornalismo esportivo profissional. **Movimento**, Porto Alegre, v.17, n.2, p.213-224, abr./jun. 2011.

COELHO, Paulo V. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

FECHINE, Yvana. Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. In: **Revista Contracampo**, v. 31, n. 1, ed. dezembro-março ano 2014. Niterói: Contracampo, 2014. p.5-22

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JUNIOR, ROCCO; JOSÉ, ARY; BELMONTE, WAGNER BARGE. Da informação ao entretenimento: análise do jornalismo esportivo brasileiro pela trajetória histórica da Revista Placar. **Intercom**, 2013.

LOPES, J. A vitória do futebol que incorporou a pelada - A invenção do jornalismo esportivo e a entrada dos negros no futebol brasileiro. **Revista USP**, n. 22, p. 64-83, 30 ago. 1994.

MAGALHÃES, Vagner. Desafio ao Galo teve Leifert garoto, Faustão, e fim à rejeição de Cafu. **UOL Esportes**, 2015. <Disponível em: <https://>

uolesportevetv.blogosfera.uol.com.br/2015/01/09/desafio-ao-galo-teve-leifert-garoto-faustao-e-fim-a-rejeicao-de-cafu/> Acesso em: 07 de mai. de 2019.

MARQUES, José Carlos. **Jornalismo Esportivo**. Enciclopédia Intercom de Comunicação. São Paulo, Intercom, 2010, v.1, p. 737.

MELO DE, Marques José., ASSIS DE, Francisco. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. **Intercom- RBCC**, São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016

NETTO, Miguel Rodrigues. A cobertura especializada e as contradições na utilização de jornalistas ou ex-atletas nas transmissões esportivas. **Revista Científica Semana Acadêmica**, Fortaleza, v. 1, n. 41, p. 1-17, 2013. <Disponível em:

http://semana.7links.info/system/files/artigos/artigo_jornalismo_esportivo_0.pdf>

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. França 1938, **III Copa do Mundo: o rádio brasileiro estava lá**. Universidade de São Paulo, ECA, 2000.

PRIMO, Alex. Crítica da cultura da convergência: participação ou cooptação. *Convergências Midiáticas: produção ficcional-RBSTV*, 2010, 21-32.

ROCHA, Liana Vidigal; MALULY, Luciano Victor Barros. Webjornalismo Esportivo: entre os espaços alternativos e os tradicionais. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)**. 2016.

SACHETO, Cesar. **Campeonato de Várzea movimentou mais público que o Carioca** 2018. Portal R7, São Paulo, set. 2018, Futebol de Várzea, p. 2. Disponível em: <<https://esportes.r7.com/futebol/campeonato-de-varzea-movimentou-mais-publico-que-o-carioca-2018-27092018>>. Acesso em: 19 mar. 2019.

SILVA, F. Lessa Joana. Futebol: Amadorismo em tempos de profissionalismo. **Revista de ciências sociais**, Fortaleza, v.42, n. 1, jan/jun, 2011, p. 64-76

SOUZA, Li-Shang Shuen Cristina Silva. Noticiário esportivo no Brasil: uma resenha histórica. Recife: **Revista Lâmina do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco**, 2005. Disponível em: <<http://www.academia.edu/download/37215877/lamina.doc>>

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo volume I**. Por que as notícias são como são? Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Teorias do Jornalismo volume II**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008.