

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

KLEVEN HIGINO ARAÚJO

**JORNALISMO, PREVISÕES E PAIXÕES: UMA ANÁLISE SOBRE A
COBERTURA DA SAF BOTAFOGO**

VOLTA REDONDA

2024

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

**JORNALISMO, PREVISÕES E PAIXÕES: UMA ANÁLISE SOBRE A
COBERTURA DA SAF BOTAFOGO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de Jornalismo do
UniFOA como requisito parcial para
obtenção do título de bacharel em
Jornalismo.

Aluno: Kleven Higino Araújo

Prof. Dr. Eduardo de Oliveira

VOLTA REDONDA

2024

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado *Jornalismo, Previsões e Paixões: uma análise sobre a cobertura da SAF Botafogo* elaborado por Kleven Higino Araujo apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do Curso de Jornalismo.

Aprovado em 27 de nov. de 24.

Banca Avaliadora:

Eduardo de Oliveira

Professor(a) orientador(a) - Eduardo Jorge Nascimento de Oliveira, Doutor, UniFoa

Rogério Martins de Souza

Professor(a) avaliador(a) - Rogério Martins de Souza, Doutor, UniFoa

Rebeca Baltazar Chaves

Professor(a) avaliador(a) - Rebeca Baltazar Chaves, Mestre, UniFoa

AGRADECIMENTO

Gostaria de agradecer primeiramente a minha mãe, que faleceu ano passado. Ela sempre esteve do meu lado em tudo na minha vida e sempre foi a principal apoiadora e a pessoa que me incentivou nos estudos. Também agradeço a toda minha família e meus amigos de turma que sempre estiveram comigo durante essa caminhada. Agradeço também ao meu orientador Eduardo de Oliveira por toda paciência desde que começamos a estruturar esse trabalho, no meio do ano, por não desacreditar em mim e ter me ajudado muito nesse trabalho.

RESUMO

Devido à crise global ocasionada pela COVID-19 ocorreram diversas mudanças nos aspectos sociais, políticos e econômicos. No entanto, no universo futebolístico, essa conjuntura deu início a debates e iniciativas legislativas, tal como o projeto que deu origem à Sociedade Anônima de Futebol (SAF), que permitiu a transformação dos clubes em empresas. Diante disso, surgiu o seguinte problema de pesquisa: como a transição de clubes de futebol para o modelo de SAF pode impactar na gestão e como isso é noticiado pelas mídias sociais? De que forma a SAF Botafogo é noticiada pelos canais? Este artigo tem como objetivo geral investigar de que forma o webjornalismo retrata a adesão do modelo SAF, além disso, busca compreender se essa transição foi favorável ou desfavorável para os clubes e de que forma isso é enquadrado em diferentes portais de notícia, tais como o *Portal Máquina do Esporte* e o *Canal do Thiago Franklin*, no youtube. Ao final dessa discussão, foi possível chegar à conclusão de que as notícias que foram veiculadas antes da SAF se concretizaram. Ou seja, as suposições dos jornalistas feitas antes, durante e depois da negociação entre o Botafogo e a SAF foram corretas.

Palavras-chave: Botafogo, webjornalismo, YouTube.

ABSTRACT

Due to the global crisis caused by COVID-19, several changes have occurred in social, political and economic aspects. However, in the football universe, this situation has given rise to debates and legislative initiatives, such as the project that gave rise to the Sociedade Anônima de Futebol (SAF), which allowed the transformation of clubs into companies. In view of this, the following research problem arose: how can the transition of football clubs to the SAF model impact management and how is this reported on social media? How is SAF Botafogo reported on by channels? The general objective of this article is to investigate how web journalism portrays the adoption of the SAF model. In addition, it seeks to understand whether this transition was favorable or unfavorable for the clubs and how this is framed on different news portals, such as Portal Máquina do Esporte and Canal do Thiago Franklin, on YouTube.

Keywords: Botafogo. Webjournalism. Youtube.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	1
2. BREVE ANÁLISE DE ASPECTOS DA SOCIEDADE ANÔNIMA DO FUTEBOL (SAF).....	14
2.1 Conceito.....	14
2.2 Adesão do Botafogo ao modelo de gestão SAF.....	18
2.3 Outros clubes que adotaram a SAF.....	20
3. BREVE ANÁLISE HISTÓRICA DO JORNALISMO ESPORTIVO: A EVOLUÇÃO DO IMPRESSO PARA A WEB.....	23
3.1 Gêneros do jornalismo.....	26
3.2 Papeis do jornalismo contemporâneo: notícia, opinião, interpretação.....	29
3.3 Jornalismo esportivo: entretenimento ou paixão?.....	30
3.4 A capacidade preditiva do jornalismo.....	32
4. ESTUDO DE CASO.....	35
4.1 Metodologia.....	35
4.2 Resultados e discussão.....	35
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Demonstração contábil de 2022.....	39
Figura 2: Endividamento do Botafogo.....	42
Figura 3: Comparação das ligas europeias com a do Brasil.....	45

1. INTRODUÇÃO

Devido à crise global ocasionada pela COVID-19 ocorreram diversas mudanças nos aspectos sociais, políticos e econômicos. No entanto, no universo futebolístico, essa conjuntura deu início a debates e iniciativas legislativas, tal como o projeto que deu origem à Sociedade Anônima de Futebol (SAF), que permitiu a transformação dos clubes em empresas.

Cardoso et al. (2022) afirma que essa mudança não representa uma resolução definitiva para os problemas financeiros enfrentados pelos times brasileiros, mas sim um avanço, já que permite um protagonismo maior nas negociações.

Considerando as notícias esportivas, em destaque sobre as SAFs, a proposta do presente artigo será analisar as notícias que destacam as mudanças e desafios que essa gestão vem trazendo no cenário do futebol brasileiro e na vida do torcedor brasileiro. Apresentar notícias de clubes que estão fazendo essa transição para o formato de SAF, especialmente do Botafogo.

Diante disso, surgiu o seguinte problema de pesquisa: como a transição de clubes de futebol para o modelo de SAF pode impactar na gestão e como isso é noticiado pelas mídias sociais? De que forma a SAF Botafogo é noticiada pelos canais?

O presente trabalho foi estruturado seguindo as seguintes hipóteses: **H1 - o webjornalismo esportivo apresenta um viés crítico ou favorável em relação à adesão do modelo SAF no Brasil; H2 - o jornalismo apresenta uma capacidade preditiva, que tem como resultado a antecipação dos fatos.**

Este artigo tem como objetivo geral investigar de que forma o webjornalismo retrata a adesão do modelo SAF, além disso, busca compreender se essa transição foi favorável ou desfavorável para os clubes e de que forma isso é enquadrado em diferentes portais de notícia, tais como o *Portal Máquina do Esporte* e o *Canal do Thiago Franklin*, no youtube.

E como objetivos específicos: analisar o conteúdo do Portal Máquina do Esporte; identificar as notícias veiculadas sobre a adesão do Botafogo à SAF entre março de 2022 e outubro de 2024; apresentar o que é abordado na plataforma digital Youtube, especialmente no Canal do TF (Canal do Thiago Franklin).

Ademais, este estudo considera, principalmente, a função do jornalismo esportivo online na estruturação de uma comunicação mais dinâmica, interativa e acessível. O webjornalismo, ao dialogar diretamente com o público, destaca a importância de compreender a forma como os torcedores consomem as notícias em um cenário digital.

Por meio dessa abordagem, este trabalho busca contribuir para o campo da pesquisa em esporte e comunicação, ampliando a compreensão sobre a influência das SAFs na gestão do futebol brasileiro e as transformações que redefiniram a relação entre clubes, torcedores e mídia no ambiente online.

O fato de o jornalismo esportivo online buscar aproximar os profissionais dos consumidores pode estabelecer uma nova forma de comunicação, seja por meio de uma linguagem mais informal, de conteúdos mais dinâmicos e de engajamento com o público. Este trabalho busca respostas se esse novo paradigma está mudando o formato de veiculação da mídia tradicional e sua inserção na Internet.

2. BREVE ANÁLISE DE ASPECTOS DA SOCIEDADE ANÔNIMA DO FUTEBOL (SAF)

A economia do esporte fornece uma base teórica importante para entender as dinâmicas financeiras das sociedades anônimas no futebol. Ela aborda questões como receitas, custos, concorrência e investimentos. Entender os princípios das sociedades anônimas é crucial. Isso inclui a separação entre propriedade e gestão, responsabilidades dos acionistas e direitos de voto.

A transformação dos clubes em sociedades empresárias, na conjuntura do futebol, não é bem recebida como uma salvação aos clubes (SANTOS et al., 2022), mas pode significar um avanço, principalmente porque os clubes podem ser protagonistas das negociações.

De acordo com Cardoso et al. (2022), a possibilidade de atração de investimentos é o melhor caminho para a profissionalização do esporte no Brasil, uma vez que as limitações mais importantes não são aquelas definidas pela lei, mas sim aquelas impostas pela própria relação contratual, visto que, segundo Cardoso et al. (2022), os investidores certamente exigirão alguma espécie de garantia dos clubes de futebol para ter a segurança necessária ao investimento na Sociedade Anônima do Futebol.

A partir disso, nesse primeiro capítulo serão analisados, principalmente, os principais conceitos de SAF e as suas características, bem como compreender a importância desse modelo de gestão para os clubes brasileiros.

2.1 Conceito

Embora o SAF seja um modelo próprio e diferente, foi através da Lei 6.404/76, relativa às sociedades anônimas, que o legislador buscou a motivação para sua criação, além de servir como fonte auxiliar das disposições do SAF.

Sobre o princípio das sociedades anônimas, autor e advogado Tomazette (2016), afirma que:

Nas sociedades, exerce-se uma atividade econômica, que gera resultados. Nada mais lógico do que dividir esses resultados entre

os sócios, entre todos eles. Não é essencial que todo o resultado seja dividido entre os sócios, mas é essencial que todos os sócios participem dos resultados (TOMAZETTE, 2019, p. 218).

Os artigos 1.088 e 1.089 do Código Civil Brasileiro tratam das empresas, “Art. 1.088: Na sociedade o capital é dividido em ações, cabendo a cada sócio ou acionista apenas o preço de emissão das ações que subscrever ou receber”. Depois: “Art. 1.089: A Sociedade Limitada rege-se pelo artigo 80 da Lei 6.404/76, aplicando-se as disposições deste Código nos casos omissos” (BRASIL, 2002).

Os requisitos iniciais do SAF estão previstos no artigo 80 da Lei 6.404/76:

Art. 80. A constituição da companhia depende do cumprimento dos 8 seguintes requisitos preliminares: I - subscrição, pelo menos por 2 (duas) pessoas, de todas as ações em que se divide o capital social fixado no estatuto; II - realização, como entrada, de 10% (dez por cento), no mínimo, do preço de emissão das ações subscritas em dinheiro; III - depósito, no Banco do Brasil S/A., ou em outro estabelecimento bancário autorizado pela Comissão de Valores Mobiliários, da parte do capital realizado em dinheiro. Parágrafo único. O disposto no número II não se aplica às companhias para as quais a lei exige realização inicial de parte maior do capital social. (BRASIL, 1976).

De acordo com o autor Santos (2022), a sociedade será constituída por ações representativas do seu capital social. Pessoas físicas e jurídicas podem adquirir essas ações, tornando-se assim acionistas. É comum que as empresas obtenham regras que regulam a atuação desses acionistas, como é o caso do poder de voto (SANTOS, 2022).

Uma Sociedade Anônima caracteriza-se principalmente pela sua forma institucional. Diferentemente das sociedades contratuais, a Sociedade Anônima é *intuitus pecuniae*, ou seja, o capital é muito importante neste tipo de sociedade (CARDOSO, et. al., 2022).

De acordo com o autor e advogado Negão (2017),

Outra característica própria das sociedades por ações é que elas são sempre empresárias, independentemente de seu objeto social, isto é, mesmo que este não se constitua em atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou serviços, sua estrutura denunciará sua qualidade empresarial. Em consequência, torna-se possível a constituição de sociedades anônimas para o exercício de atividades não empresariais por natureza, cujos fins sejam meramente intelectuais, artísticos,

científicos ou literários (v. g., hospitais, escolas, centros de pesquisas), transmudando, ipso facto, a qualidade de seu objeto (NEGRÃO, 2017, p. 433).

Para Stolze e Pamplona Filho (2012), embora a Sociedade não pretenda obter lucro, a Sociedade é uma espécie de “organização, dada a sua personalidade jurídica, é constituída por contrato público, com escopo de atuação principal, benefício econômico e participação.” Portanto, pode-se reconhecer a diferença entre a Associação e a Sociedade Limitada, e como tais diferenças podem influenciar a escolha do modelo econômico pelos clubes de futebol.

Rodrigues (2021) destaca que a SAF trouxe diversas melhorias em relação à Lei do Zico e à Lei do Pelé, que a partir de 1993 permitiram que os clubes de futebol se transformassem em empresas. A principal diferença é que agora, com as leis da Sociedade Anônima de Futebol, relacionadas à arrecadação de recursos pela entrada no mercado financeiro e principalmente no seu sistema tributário, existem motivos reais para essa migração da estrutura empresarial.

O SAF apresentado por Benradt (2021) é um tipo de negócio próprio, seus princípios foram adaptados à realidade das organizações do país, a fim de criar as ferramentas legais necessárias para a criação e desenvolvimento de um ambiente que permita o desenvolvimento da economia do país.

Figueiredo e Queiroz (2020) esclarecem que, embora o projeto possa ser considerado bom para economizar dinheiro para os clubes de futebol, pode representar o primeiro passo para uma mudança melhor no futuro, e atrair novos investidores pode ser um passo para iniciar o trabalho da maneira certa no Futebol brasileiro.

Em suma, uma sociedade anônima é um tipo de organização que tem lucro, com capital dividido em ações, seus sócios são chamados de acionistas e têm responsabilidade limitada pela quantidade de ações recebidas ou registradas.

Além disso, seus requisitos iniciais estão expressos no artigo 80 da Lei 6.404/76:

Art. 80. A constituição da companhia depende do cumprimento dos seguintes requisitos preliminares:

I - Subscrição, pelo menos por 2 (duas) pessoas, de todas as ações em que se divide o capital social fixado no estatuto;

II - Realização, como entrada, de 10% (dez por cento), no mínimo, do preço de emissão das ações subscritas em dinheiro;

III - Depósito, no Banco do Brasil S/A., ou em outro estabelecimento

bancário autorizado pela Comissão de Valores Mobiliários, da parte do capital realizado em dinheiro. Parágrafo único. O disposto no número II não se aplica às companhias para as quais a lei exige realização inicial de parte maior do capital social. (BRASIL, 1976, *online*).

A direção legal de uma Sociedade Anônima vem da lei e dos estatutos. A lei é aprovada na assembleia de fundação da empresa e registrada na junta comercial. Os estatutos definem os órgãos sociais da sociedade, que regem os seus aspectos de existência, a sua organização interna, o funcionamento e condução das relações entre acionistas e o objeto do negócio.

Além do objetivo empresarial de geração de lucro, a empresa tem um objetivo social, que deve ser definido por lei. A finalidade do negócio é uma finalidade específica, que deve constar nas ações da empresa, de forma precisa e completa. (CHAGAS, 2018)

Esse tipo de negócio passou por um longo processo evolutivo, até encontrar suas características atuais, que desempenham um papel muito importante na moderna economia de mercado (TOMAZETTE, 2019).

Os nomes Clube-Empresa e SAF foram criados por dois projetos de lei que promovem mudanças no sistema de gestão e no regime tributário dos clubes de futebol brasileiros: o PL nº 5.082/16 da Câmara dos Deputados, que cria o Clube-Empresa e o PL nº 5.516/19 do Estado Senado, que cria a Sociedade Anônima do Futebol – SAF.

Segundo Souza (2022), a Sociedade Anônima tem personalidade jurídica, e sua principal característica é ser dividida em ações, e os sócios têm um determinado papel e responsabilidade, que é atribuído conforme a quantidade de suas ações.

Uma de suas principais características é que essa sociedade se divide em cotas e isso determina a participação de cada pessoa jurídica envolvida. Abaixo, destacamos as suas principais características:

a) seu capital social deve ser fornecido por membros da sociedade, que podem fornecer altos valores.

b) o patrimônio pessoal dos sócios precisa estar separado do patrimônio da empresa, portanto seus bens não são utilizados para pagamentos de dívidas que a sociedade pode gerar.

Dessa forma, conclui-se que uma sociedade anônima não permite a negociação de suas ações. Mas em termos de capital social, as ações são divididas entre ordinárias e preferenciais, portanto, os acionistas titulares das ações ordinárias têm direito a voto em relação aos assuntos decididos sobre a empresa, esses acionistas terão o direito de fiscalizar a gestão da sociedade, além de participar dos lucros e da distribuição de ativos, caso haja venda, receber títulos e retirar-se da empresa a qualquer momento.

2.2 Adesão do Botafogo ao modelo de gestão SAF

Segundo informações do Portal Máquina do Esporte, o tradicional clube do Rio de Janeiro, o Botafogo de Futebol e Regatas, passou por maus momentos nos últimos anos, tanto na área financeira quanto na esportiva. O Botafogo foi rebaixado para a segunda divisão da competição nacional em 2014 e 2020, e em 2021 a dívida do clube chegou a R\$ 418 milhões. Diante dessa situação deficitária, o clube, em 2019, solicitou uma análise financeira à empresa de auditoria Ernst & Young que recomendou a transformação do Botafogo em sociedade anônima.

Segundo matéria publicada pelo website Globo (2022), o empresário norte-americano John Textor veio ao Brasil para assinar contrato com oferta vinculativa de compra de 90% da SAF do clube por R\$ 400 milhões. O autor diz ainda que o contrato prevê um pagamento inicial de R\$ 50 milhões ao clube associativo, e outros R\$ 350 milhões a serem investidos na SAF. O objetivo é garantir que o Botafogo tenha fluxo de caixa e consiga operar satisfatoriamente durante a *due*

diligence – processo investigativo onde é avaliado o risco do negócio para o investidor. O processo pode levar entre 60 e 120 dias.

Leiras (2022) destaca que o contrato do Botafogo com o empresário norte-americano John Textor prevê uma série de obrigações para garantir o surgimento da nova SAF não só financeiramente, mas também em termos esportivos no cenário nacional. Os termos preveem o pagamento de R\$ 150 milhões até a assinatura do contrato e um orçamento mínimo para o futebol. O autor diz ainda que, para promover a competitividade do Botafogo dentro de campo, o clube possui uma pequena cláusula orçamentária no futebol, que trata do investimento do dinheiro pago ao time profissional. É um reajuste anual de pelo menos 50% da receita total em relação ao ano anterior.

De acordo com uma análise feita pelo Canal do TF, principal responsável por transmitir as informações referentes ao Botafogo, nesta etapa de implementação do SAF, o clube carioca também contratou a corretora XP para ajudar a captar dinheiro dos investidores. Porém, a decisão tomada pelos dirigentes impactou diretamente na gestão, tendo em vista que o clube decidiu abrir mão de 100% (cem por cento) de suas ações com o objetivo de atrair o interesse de investidores, ou seja, em nome de dirigentes capazes de controlar dívidas e produzir resultados esportivos e econômicos. Ainda de acordo com o Canal do TF, a empresa optou por dar a gestão integral do clube a terceiros, indicando um ato de grande risco jurídico.

Logo após a aprovação do projeto em lei, conforme apontado por Capelo e Leiras (2022), no final de 2021 alguns clubes que integraram a Série B do Brasileiro no mesmo ano começaram a migrar para SAF, sendo um deles o Botafogo.

2.3 Outros clubes que adotaram a SAF

O Cruzeiro Esporte Clube foi fundado em 1921, fundado por imigrantes italianos, trabalhadores e comerciantes das famílias responsáveis pela criação de Belo Horizonte. Esses imigrantes criaram primeiramente a *Società Sportiva Palestra*, no processo que, para Ribeiro (2019), representa uma forma de

confirmar e fortalecer a identidade desse grupo que existe na cidade. Mais tarde, durante a Segunda Guerra Mundial, o presidente Getúlio Vargas emitiu uma ordem proibindo qualquer referência aos países. Por conta disso, a *Societá Sportiva Palestra* teve que mudar seu nome para Cruzeiro Esporte Clube em um processo que, segundo Souza et al (2011), simboliza a nacionalização do negócio.

Mesmo com um grande início no início dos anos 2000 e conquistando títulos como o Brasileirão (2013 e 2014) e duas Copas do Brasil (2017 e 2018), o Cruzeiro Esporte Clube teve um grande declínio em 2019. Lutando contra o rebaixamento desde o início da temporada de 2019, vencendo apenas sete dos trinta e sete jogos do Brasileirão, o Cruzeiro foi rebaixado pela primeira vez em seus 98 anos de história.

Isso criou muita instabilidade no clube e não demorou para surgirem resultados negativos dentro de campo. Outro fato que levou ao declínio do Cruzeiro foi a troca de Mano Menezes, bicampeão da Copa do Brasil, por Rogério Ceni. Diante disso, em 2021, o Cruzeiro estava passando por prejuízos devido à sua má gestão, o que custou uma dívida de R\$113 milhões ao clube. Foi nesse mesmo ano que o Cruzeiro Esporte Clube tornou-se a primeira SAF (Sociedade Anônima de Futebol) do Brasil, vendida ao ex-futebolista e empresário Ronaldo Fenômeno. O surpreendente é que Ronaldo foi descoberto pelo Cruzeiro e décadas depois era dono de 90% do clube, enquanto os outros 10% ficaram com a diretoria do Cruzeiro. Em 2023, Pedro Lourenço, dono dos Supermercados BH e conselheiro da equipe, adquiriu 20% da SAF de Ronaldo Nazário, ficando assim com 10% da diretoria do Cruzeiro, 70% para Ronaldo e 20% para Pedro.

Outro clube que também adotou a SAF como modelo de gestão foi o Vasco da Gama. Vasco da Gama foi fundado em 21 de agosto de 1898. Foi fundado, então, o Instituto Luso-Brasileiro, que era formado por homens comuns, em sua maioria portugueses e brasileiros do comércio do Rio de Janeiro, mas com o brio e a coragem necessários, levando a organização recém-criada à grandeza esportiva mais desejada. Naquela época, o Vasco era uma nova corporação náutica no meio de tantas outras que já existiam, mas seus criadores tinham a intenção de se tornar um Gigante. Desde a sua fundação, o movimento vascaíno

é um coletivo onde pessoas de todas as origens se encontram, sob a mesma bandeira e símbolos, à sombra de uma mesma situação: a grandeza vascaína (VASCO DA GAMA, 2023).

Um dos clubes mais comuns do nosso país também seguiu a nova Lei e virou SAF, o Vasco da Gama vendeu 70% para SAF por cerca de 1,4 bilhão de reais, em comparação à venda do Botafogo e do Cruzeiro, foi a venda de mais alto valor (VASCO DA GAMA, 2023).

Durante o processo de venda, como disse Capelo (2023), a SAF nasceu com uma dívida de 730 milhões de reais, referente à uma dívida que o clube foi adquirindo com o passar dos anos e uma péssima gestão financeira. No entanto, a 777 Partners, que recebeu 70% da receita, se comprometeu a pagar todo o valor da dívida, ou seja, quitar quase integralmente todas as dívidas que o clube já tinha garantido e, conforme contrato, é obrigado a realizar aporte financeiro de mais 700 milhões (PARIZOTTO, 2023).

Podemos notar que a empresa que adquiriu o clube tem o desafio de pagar suas dívidas e levantar o nome do Vasco da Gama para conseguir mais dinheiro e começar a gerar lucros para o clube.

O sistema da SAF do Vasco é composto por dois integrantes da SAF e um integrante da equipe representando 30% dos demais integrantes da equipe. Segundo Ribeiro, Baltar e Schmidt (2023), o Clube possui um Conselho de Administração que se reúne pelo menos uma vez por trimestre. O Conselho Financeiro não está definido em Lei e pode ser solicitado a qualquer momento, visto que possui 3 membros e quórum para inclusão deste conselho para tratar de assunto específico com dois membros em cargos, conforme afirmam Ribeiro, Baltar e Schmidt (2023)

O Conselho Financeiro opinará sobre as contas anuais da diretoria, o orçamento de capital, as demonstrações financeiras da SAF Vasco e o desempenho dos ativos nelas apresentados, além das atribuições estabelecidas no acordo de acionistas da SAF Vasco (PARIZOTTO, 2023).

Ressaltamos que o Conselho de Administração, neste caso, trata exclusivamente das questões financeiras e de gestão do clube, deixando o negócio do futebol para outros dirigentes. Concluímos, com base nos dados apresentados, que em relação à equipe de regata do Vasco da Gama, a adesão à SAF se deu pela grande necessidade de conseguir negociar suas dívidas e claramente encontrar mais investimentos para poder pagá-las, devido ao modelo associativo que não é um objetivo rentável, o clube não conseguiria pagar e afundaria ainda mais pela impossibilidade de adesão de novos investidores ou capital social.

3. BREVE ANÁLISE HISTÓRICA DO JORNALISMO ESPORTIVO: A EVOLUÇÃO DO IMPRESSO PARA A WEB

Neste subcapítulo, será analisada, de forma breve, a história do jornalismo esportivo no Brasil, ou seja, a evolução do impresso, para o rádio, TV e, por fim, à web.

À medida que o futebol ganhou mais visibilidade, surgiu a oportunidade para a mídia impressa começar a dar espaço para o jornalismo voltado ao esporte. Na década de 1910, o jornal paulista *Fanfulla* reservou uma área especial para informações sobre futebol, no entanto, esse jornal circulava, principalmente, na colônia italiana em São Paulo, onde residiam italianos radicados (BARBEIRO e RANGEL, 2006).

A partir da década de 1920, o futebol começou a ganhar mais espaço nas páginas dos jornais impressos, principalmente nas reportagens de Mário Filho e Nelson Rodrigues (COELHO, 2008). Em 1930 surge o *Jornal dos Sports* surgiu, fundado pelo jornalista Mário Filho, que possui, até hoje, um importante papel na história do jornalismo esportivo, além disso, foi o primeiro jornal a tratar de assuntos relacionados apenas ao esporte (COELHO, 2008).

Outro importante representante do jornalismo esportivo foi Nelson Rodrigues, irmão mais novo de Mário Filho. Nelson Rodrigues foi pioneiro na dramatização do jornalismo esportivo, tendo em vista que as histórias que escreveu transmitem altos níveis de emoção e drama e podem ser comparadas a obras literárias (BARBEIRO e RANGEL, 2006).

As transmissões sobre futebol no rádio, já no início da década de 1930, tornaram-se uma nova atração. Primeiramente, com a publicação dos resultados; e, depois, com a transmissão dos jogos na íntegra. Segundo Coelho (2008) há uma estreita relação entre a popularização do futebol no Brasil e as transmissões dos jogos pelo rádio.

Maior veículo de comunicação do país até o advento da TV, segundo Unzelte (2015), o rádio foi um importante meio de divulgação de notícias esportivas no Brasil. Milton Jung (2004), diz que o novo canal jornalístico cresceu e se desenvolveu de forma exponencial, tornando-se um exemplo de comunicação que explorou as emoções do jogo em seus primeiros anos.

Segundo Unzelte (2015), a primeira transmissão completa de um jogo de futebol foi transmitida em 19 de julho de 1931, na cidade de São Paulo. Nicolau Tuma narrou a partida entre São Paulo e Paraná, no oitavo torneio brasileiro de futebol, que terminou em 6 a 4.

"Foi a partir dessa transmissão que o rádio se tornou um grande atrativo para os espectadores, até ser proibido de entrar nos estádios, pois os empresários tinham medo de que as narrações desanimassem o público a assistir ao vivo" (MADUREIRA & KISCHINHEVSKY, 2015, p. 02). Essa partida marcou um passo importante na popularização do esporte entre setores da sociedade. Em meados da década de 1940, a transmissão esportiva tornou-se um espetáculo à parte, segundo Madureira e Kischinhevsky (2015).

A década de 1930 chegou e, com ela, surgiu a televisão. No entanto, esse item chegou ao Brasil como um luxo, pois o preço de sua aquisição foi inicialmente elevado.

A televisão surgiu na década de 1930 e, em 1948, os Jogos Olímpicos de Londres foram os primeiros a serem transmitidos ao vivo pela BBC. No Brasil, a TV chegou apenas em 1950. Assis Chateaubriand, então o maior empresário de telecomunicações do país, fundou a TV Tupi. Após a chegada da TV, a forma como o esporte era transmitido e acompanhado pelos telespectadores mudou completamente, pois agora estava combinando som e imagem (CLEMENTE, 2013).

A primeira transmissão do futebol brasileiro na TV ocorreu um mês após a criação da TV Tupi. A partida aconteceu no Pacaembu, entre Palmeiras e São Paulo e "o público presente ao estádio era milhares de vezes superior ao número de aparelhos receptores" (RIBEIRO, 2007, p. 135).

Em 1965 surgiu aquela que se tornaria a maior emissora de televisão do país: a Rede Globo. A primeira transmissão esportiva nesta emissora ocorreu em 1965, seguindo o desejo do jornalista Teixeira Heizer, que criou um projeto para transmitir um amistoso entre Brasil e União Soviética. A transmissão fez sucesso e abriu caminho para o jornalismo esportivo na Rede Globo (RIBEIRO, 2007).

Na década de 80, a TV Globo tentou a hegemonia na cobertura esportiva. Em 1980, a TV Tupi, concorrente direta, foi fechada. Em 1981, a Globo contratou Galvão Bueno para ser o narrador da Fórmula 1 (CLEMENTE, 2013).

Na década de 90, os brasileiros começaram a ter acesso a canais de TV paga. Em 1991 foi criada a Globosat e no mesmo ano o primeiro canal esportivo foi criado: o Sportv. A partir daí, houve competição entre canais por assinatura. Em 1993, o Sportv venceu uma disputa com a TVA Esportes, do Grupo Abril, pelo direito de transmissão dos principais torneios do país. Derrotada nos bastidores, a TVA foi proibida de entrar nos estádios de futebol e decidiu criar um novo canal esportivo, com estrutura diferente e foi assim que nasceu a ESPN Brasil (CLEMENTE, 2013).

Por outro lado, durante 1997, o jornalismo esportivo online desenvolveu-se. O jornalismo esportivo ganhou espaço em 1997, com o programa esportivo diário "Lance!", que surgiu no mercado online. Porém, foi somente em 1999, com o avanço da tecnologia e a disponibilização da Internet para muitas pessoas, que ela começou a se popularizar, criando assim novas oportunidades de divulgação de informações em diversas áreas (JUNIOR, 2021).

A disseminação da Internet criou um novo modelo de informação mais ágil. Através da internet é possível acompanhar a transmissão dos esportes a cada minuto e de forma mais precisa (SILVEIRA, 2009)

Afinal, a internet não sofre com o problema de espaço limitado, como a mídia impressa, e pode dedicar mais tempo a outros jogos de forma contínua e simultânea. A principal vantagem deste meio é a sua rapidez e imediatismo, publicando notícias quase no momento em que os acontecimentos acontecem.

O jornalismo esportivo na internet atinge grandes dimensões em termos de distribuição, pois utiliza recursos como texto, imagens, fotos e áudio, combinando-os com mensagens. Isso incentiva a criação de comunidades digitais de leitores interessados no futebol, que incluem conteúdos detalhados com hiperlinks de um ponto a outro no mesmo texto ou página.

Portanto, segundo Bertrand (1999), o jornalismo esportivo na internet pode ser visto não apenas como uma forma de comunicação mais rápida e acessível, mas como uma nova criação midiática que se tornou global.

3.1 Gêneros do jornalismo

Os gêneros jornalísticos são determinados a partir de uma expressão cultural individual de cada sociedade. (MEDINA, 2001) De acordo com Melo e Assis (2016), o gênero jornalístico é uma classe de unidades de comunicação de massa redefinidas de tempos em tempos que incluem diferentes conceitos e transmissões.

De acordo com Marques de Melo (2003) “os gêneros jornalísticos correspondem a um sistema de organização do trabalho cotidiano de codificação das mensagens da atualidade, a partir das formas de expressão adotadas e refletindo o consenso corporativo” (MARQUES DE MELO, 2003, p.11).

Duas características básicas definem o gênero: sua capacidade de colecionar diferentes formatos – todos com personagens comuns, embora diferentes entre si – e sua função social. Quando nos referimos a este último requisito, confirmamos claramente a visão funcionalista onde os métodos funcionam para atender às necessidades do contexto social (MELO e ASSIS, 2016).

De acordo com Melo e Assis (2016, p. 12)

Formato jornalístico, em decorrência, é o feitiço de construção da informação transmitida pela Mídia, por meio do qual a mensagem da atualidade preenche funções sociais legitimadas pela conjuntura histórica em cada sociedade nacional. Essa construção se dá em comum acordo com as normatizações que estabelecem parâmetros estruturais para cada forma, os quais incluem aspectos textuais e, também, procedimentos e particularidades

relacionados ao modus operandi de cada unidade (Melo e Assis, 2016, p. 12).

Gêneros são definidos como estilos de escrita que podem ser classificados de acordo com função, finalidade e estrutura técnica. Portanto, as categorias são agrupadas de acordo com seu padrão “social e de comunicação”, conforme afirma Marcuschi (2008, p.155). Compreender a existência de cada gênero é importante, pois fazem parte do cotidiano, ligados às relações humanas, que se estabelecem por meio da linguagem.

Melo (2003) divide o jornalismo em cinco categorias, sendo eles: informativo, opinativo, interpretativo, diversional e utilitário. (MELO, apud COSTA, 2010, p.43).

O gênero informativo caracteriza-se pela “reprodução do original”, narrativa resultante da imparcialidade, integridade e objetividade (LAGE apud COSTA; 2010, p.48). Melo (2003) diz que o jornalismo informativo inclui a ideia de processo e de acontecimento, através de uma reportagem jornalística que visa informar o destinatário da mensagem sobre o que está acontecendo. Os produtos derivados desta categoria são: nota, notícia, reportagem e entrevista.

Por outro lado, o gênero opinativo caracteriza-se por apresentar a opinião do autor expressa no texto. Segundo o autor Beltrão (1980), o gênero opinativo mostra o caráter de julgamento dos autores, pois possuem opiniões, fatos ou situações conflitantes. Os produtos desse tipo são: editorial, comentário, ensaio, resenha, coluna, caricatura, carta e crônica.

Para Melo (2003), o gênero interpretativo utiliza as mesmas expressões dos gêneros informativo e opinativo. A vertente interpretativa dos tipos jornalísticos pode ter outras denominações. Medina (1978, p.70) descreveu esse tipo como “aumento de conhecimento”.

De acordo com Silva (2024), a interpretação pode representar uma segunda leitura da verdade, consistente e ampliada, que se desenvolve em relação ao assunto abordado pela informação. Por representar um reexame de um determinado tema, pode utilizar dados primários do que já foi relatado.

Partindo da ideia de que o jornalismo deve contribuir para a formação crítica da população, Cordenonssi e Marques de Melo (2008, p.2) enfatizam que não basta transmitir informações sobre os fatos. Segundo os autores, deve-se “apresentar as circunstâncias e condições a ela relacionadas, para que o destinatário possa compará-las com a sua própria cultura, analisá-la e formar uma opinião”. A interpretação deve transmitir a verdadeira magnitude de uma notícia para que o público possa compreender a sua extensão. Nesse sentido, pode assumir caráter educativo.

Embora tenha origem nas revistas impressas, o estilo de interpretação também é encontrado no radiojornalismo, adaptando-se aos detalhes do método de comunicação. Ferrareto (2014), destaca o tratamento diferenciado que os assuntos devem receber para que o ouvinte compreenda a importância da narrativa:

O texto manchettato permite o uso de recursos mais interpretativos. Esse gênero ainda está presente em alguns boletins, nos quais o repórter situa o objeto da notícia em um quadro amplo, podendo englobar aspectos sociais, econômicos, históricos e culturais. No entanto, a forma de contextualizar, por exemplo, um acontecimento não se restringe ao noticiário. Participações de âncora e de comentaristas, bem como programas de entrevistas e mesas-redondas, transitam por esse gênero, podendo oscilar entre ele e o opinativo. Já o documentário constitui-se em um tipo de conteúdo essencialmente interpretativo (Ferrareto, 2014, p.96).

É importante notar a ênfase final dada pelo autor quanto ao formato documentário. Ele lembra que a criação de um produto desse tipo no radiojornalismo se assemelha à pesquisa jornalística, prática que foi utilizada nas décadas de 1960 e 1970 no Brasil. Conforme define Silva (2024), a escrita baseada em pesquisa “coloca a verdade na história, fornecendo dados para sua melhor compreensão”.

Segundo Marques de Melo (2006), os tipos de jornalismo interpretativo apresentam-se no formato dossiê, perfil, enquete e cronologia.

Por outro lado, o jornalismo diversional é um tipo de jornalismo que inclui notícias, “(...) fincadas no real, procuram dar uma aparência romanesca aos fatos e personagens captados pelo repórter” (1985, p.22). São derivados deste gênero: história de interesse humano e história colorida.

Por fim, temos o gênero utilitário, cujo objetivo principal é orientar o leitor, fornecer informações que possam ser úteis quando ele receber a mensagem, ou em algum momento posterior (VAZ, 2009). São produtos deste gênero: indicador, cotação, roteiro e serviço.

Cada um desses itens possui características próprias, que o tornam único, mesmo quando comparado a outro formato do mesmo tipo. Essas lógicas, são desenvolvidas à medida que o trabalho se desenvolve, são o que definem os formatos e os distinguem entre si (MELO e ASSIS, 2016).

3.2 Papeis do jornalismo contemporâneo: comunicação opinativa e informativa

A palavra comunicação ganhou muitos significados ao longo do tempo. Conexões entre espaços, meios eletrônicos, transporte e relacionamentos entre empresas são algumas das situações da comunicação. Mas quando buscamos sua essência, encontramos seu significado básico, que é a relação do homem com seus semelhantes, seu ambiente e consigo mesmo. Sobre o uso frequente da comunicação, David Berlo, em seu livro *The Communication Process*, diz:

A palavra “comunicação” tornou-se popular. É usada hoje para denominar os problemas de relações entre trabalhadores e dirigentes, entre nações, entre pessoas em geral. Alguns usos do rótulo “comunicação” se referem a um modo diferente de ver tais problemas; outros, simplesmente, mudam o nome dos mesmos problemas que existiam ontem. (BERLO, 1963, p. 13)

De acordo com Berlo (1963), a palavra comunicação pode ser definida como uma situação que envolve a produção de uma mensagem por alguém, com o objetivo de informar, persuadir e entreter um público que receberá essa mensagem.

De acordo com Blikstein (2024), a comunicação pode ser entendida como a transmissão dos nossos pensamentos a outras pessoas. Coelho (2010) afirma que a comunicação tem como objetivo partilhar, associar e trocar informações. Em relação à definição de comunicação, Coelho (2010) afirma que essa relação é dada entre remetente e destinatário. Dessa forma, no processo de comunicação é

esperado que a mensagem seja transmitida com clareza para que seja recebida de forma eficaz ao destinatário.

O processo existe quando esse ciclo é completamente fechado. Em linhas gerais, a comunicação também pode ser definida como a transferência de informações de um emissor para um receptor, segundo Dias Filho e Nakagawa (2001). Sob essa perspectiva, Guidi (2011) entende o conceito de comunicação como qualquer troca de informações entre duas ou mais pessoas. A comunicação é inerente ao ser humano, é um atributo da atividade humana. Portanto, “a comunicação eficaz e hábil é a base para o sucesso em qualquer atividade profissional”. (LEMES, 2012, p.21).

A sociedade utiliza o jornalismo como fonte de informação e entretenimento. “As notícias estão na vanguarda da vida cotidiana, tendo a dupla função de informar e distrair.” (MEDINA, 1978, p. 71). Nos jornais, sejam eles impressos, online ou sites de notícias, é possível encontrar informações de denúncias e investigações e, até mesmo, filmes em cartaz naquele mês. Devido à quantidade de informações inseridas no dia a dia e a velocidade com que as notícias chegam, a sociedade se interessa pelo que há de mais importante no momento.

O jornalismo reflete a sociedade, já que aquilo que estamos consumindo é o que tem acontecido constantemente. “A imagem que o homem faz de seu ambiente é moldada por sua experiência” (MEDINA, 1978, p.15). O fazer jornalismo é ter o cuidado de levar informação para a sociedade de forma imparcial e de acordo com a verdade dos fatos.

Carlos Eduardo Franciscato (2005) apresenta as principais características do jornalismo moderno, que foram integradas ao longo do tempo desde o surgimento da profissão. Franciscato (2005) aponta os aspectos ligados aos princípios éticos do jornalismo, tendo em vista que o jornalismo baseia-se na verdade que pode ser captada e transferida para a notícia, com compromisso e imparcialidade

Ainda em termos de princípios, segundo Perdomo (2015), o jornalismo é uma instituição social, que tem um papel específico de relatar a verdade do

mundo (PERDOMO, 2015). Franciscato (2005), elenca fatores relacionados à forma como o jornalismo interage com a sociedade, onde afirma que o jornalismo está situado em fronteiras internas e externas, além das relações de poder, como “princípios institucionais, regras, políticas, conflitos, pressões, promessas e argumentos” (FRANCISCATO, 2005, p. 167).

Traquina (2005, p. 22) explica que, sendo a democracia um sistema de governo onde há liberdade, o principal papel da mídia nas sociedades democráticas é “informar o público sem censura”. Para o autor, o jornalismo utilizado sem liberdade é um jornalismo desonesto.

A ideia de que a imprensa será o quarto poder é conhecida e defendida por vários escritores. Esse conceito confere às instituições jornalísticas a tarefa de fiscalizar as outras três esferas do Poder Público (Autoridade, Direito e Justiça) (SILVA, 2002). Por conta disso, o jornalismo opinativo desempenha um papel importante na sociedade atual, expressando opiniões e analisando acontecimentos e questões políticas que afetam a sociedade (COUTINHO, 2023).

Segundo Melo (1985), a natureza dos gêneros jornalísticos se divide em duas categorias: informativo, que pode ser: nota, notícia, reportagem, entrevista; e opinativo: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura, carta.

Guilherme Jorge de Rezende (2000) ressalta que não é possível definir limites rígidos entre os formatos dos gêneros informativo e opinativo, pois ambos se complementam e um não anula o outro. No entanto, ressalta que é possível classificar esses dois gêneros presentes no telejornalismo. Uma das formas de categorização foi proposta por Melo (1985).

O jornalismo informativo se baseia na “reprodução da realidade”, o que nessa narrativa é atribuído à imparcialidade, à veracidade e à objetividade (LAGE apud COSTA; 2010, p.48). Melo (2003) argumenta que o jornalismo informativo é a combinação da articulação do ponto de vista processual e do acontecimento, que, por meio do relato do jornalista, visa informar o receptor da mensagem sobre o que está acontecendo na realidade.

A notícia é um gênero jornalístico que apresenta a expressão verdadeira de um fato novo. Deve conter linguagem clara, impessoal, concisa e apropriada para o veículo que a transmite. Difere-se de outros gêneros jornalísticos porque consiste em informações centradas na imparcialidade e na factualidade (SILVA, 2013).

Segundo Xavier (2010), as principais características das notícias são o uso de uma linguagem precisa, que se limita unicamente ao relato de um fato. Há uma marca de temporalidade e a apresentação de um lead (termo jornalístico que representa a abertura de uma história e que tenta responder a perguntas essenciais: o quê? por quê? onde? como? quando?).

O propósito da reportagem é apresentar fatos ao público de forma abrangente. Enquanto as notícias relatam os fatos de forma mais prática e apontam causas e implicações, a reportagem vai além, investiga, comenta e levanta questões. Para Lage (2008), a definição de reportagem é a exposição que combina o interesse pelo assunto com o maior número possível de dados, formando um todo compreensível e abrangente.

Por outro lado, o jornalismo de opinião é uma atividade jornalística que exige que o profissional seja capaz de opinar por meio de argumentos bem fundamentados em defesa do seu ponto de vista para solucionar o problema abordado, buscando convencer o leitor de que sua posição é correta e deve ser seguida (SILVA, 2010).

Segundo as palavras de Melo (1992, p. 12), o editorial, subcategoria do gênero opinativo, é caracterizado por ser um ponto de conflito, concordando com as opiniões dos próprios proprietários da notícia.

3.3 Jornalismo esportivo: entretenimento ou paixão?

Segundo Souza (2014), entretenimento e esportes andam de mãos dadas. Por definição, esporte é algo praticado para gerar entretenimento, e isso também pode ser aplicado ao ato de assistir a um jogo esportivo. Entretenimento é o ato de se divertir, se distrair, algo feito com o propósito de entreter/divertir.

Os meios de comunicação social utilizam esta forte ligação para reter os seus telespectadores e obter mais lucros com o esporte, tornando o entretenimento esportivo uma coisa cotidiana, uma parte da vida rotineira das pessoas. Os esportes às quartas-feiras às 22h, as corridas de Fórmula 1 aos domingos, as partidas de vôlei nas manhãs de sábado e os jornais diários com os resultados das partidas tornaram-se presença permanente na vida dos telespectadores (SOUZA, 2014)

De acordo com Betti (1998)

O esporte transformou-se num espetáculo modelado de forma a ser consumido por telespectadores que procuram entretenimento excitante, e é parte cada vez maior da indústria do lazer, sendo fator decisivo para isso o papel desempenhado pela mídia, especialmente a televisão. (BETTI, 1998, p. 31)

No entanto, foi somente no final dos anos 60 é que os grandes editoriais esportivos ganharam espaço e notoriedade nos jornais. “(...) em São Paulo surgiu o *Caderno de Esportes*, que proporcionou ao Jornal da Tarde uma das mais importantes experiências de grande reportagem do jornalismo brasileiro”. (COELHO, 2003).

Segundo Briggs e Burke (2004), no final do século XX, o esporte passou a ser tratado como entretenimento, portanto, tornou-se um produto comercial. Os autores mostram como muitos eventos internacionais, especialmente os Jogos Olímpicos, tornaram-se ativos midiáticos, influenciando diretamente no local e nas imagens a serem veiculadas. Pierre Bourdieu fala sobre os Jogos Olímpicos e como o esporte carrega interesses econômicos e nacionais (TAVARES, 2013).

Além da questão da “exploração econômica e simbólica da vitória” (BOURDIEU, 1997, p. 126), o sociólogo francês aponta a construção dos jogos como um espetáculo em si. O aspecto técnico também tem funcionado e serve como forte apelo e fator decisivo nesta construção.

Para Muniz Sodré, o esporte tal como concebido no Ocidente é “mais (e menos) que um jogo” (SODRÉ, 1977: 136). Ou seja, mais do que atividade física ou pura competição, muitas vezes ela se transforma em um grande espetáculo. “O esporte, como o conhecemos, é filho legítimo da Revolução Industrial. Não

deve ser confundido com entretenimento”. Um jogador profissional, por exemplo, atua como parte do espetáculo midiático.

O torcedor é tanto espectador quanto ator, pois a conversa é uma parte necessária do jogo. É aí que entra o jornalismo esportivo, principalmente o papel dos comentaristas. Daí surge o senso comum de que todo brasileiro é treinador de futebol, por exemplo, pois todos sentem que podem expressar sua opinião porque é um assunto do dia a dia. (TAVARES, 2013)

Nesta procura por entretenimento, com uma quantidade cada vez maior de informação à nossa disposição, o entretenimento está quase a dividir o mundo dos jornalistas. Para Tavares (2013), nesta associação de conhecimento e entretenimento, o segundo parece ser uma necessidade na sociedade contemporânea, e nada nele existe de forma completamente independente um do outro.

Seguindo esse mesmo parâmetro, o esporte tem se mostrado, desde a sua criação, como algo “espetacular”, e desempenha um papel apropriado como expressão do espetáculo em nossa sociedade. Ele se encaixa bem neste contexto porque oferece uma forma de entretenimento muito popular, envolvente e emocional.

Para Rangel, “as notícias esportivas têm fortes características de espetáculo e aliadas à televisão e às novas tecnologias, produzem um espetáculo emocionante” (RANGEL, 2012, p.1). Os narradores esportivos são os principais responsáveis por transmitir entusiasmo e intensidade, usando frases dramáticas que criam tensão. As repetições em câmera lenta, por exemplo, fornecem conteúdo adicional para aumentar o envolvimento do público.

Para Betti (1998) a relação entre o esporte e a televisão mudou recentemente, sendo o telespectador o principal motivo dessa mudança. “Um fator importante nesta mudança foi o número de espectadores, a pessoa que está disposta a pagar para assistir a uma competição esportiva e assim financiar a comercialização do esporte” (BETTI, 1998, p. 31).

A televisão aberta utiliza o melhor lado comercial do esporte para aumentar os lucros e, conseqüentemente, aumentar a audiência. Ainda há espaço para mudanças, para buscar um jornalismo esportivo de qualidade, mas sem deixar o entretenimento de lado, já que o objetivo principal do esporte é entreter seus jogadores e torcedores. É possível encontrar um ponto onde o público possa ver seus atletas preferidos, se divertir com eles, mas, ao mesmo tempo, saber o que acontece nos bastidores do esporte e obter as informações certas para o público (SOUZA, 2014).

Segundo Betti (1998), dado que um dos elementos básicos do esporte é o entretenimento dos jogadores e espectadores, por vezes a informação é deixada de lado, razão pela qual é importante estudar a relação entre o entretenimento e a informação disponível nos meios de comunicação e como estas duas coisas se equilibram.

Dessa forma, é possível usar o jornalismo esportivo como exemplo para olhar o discurso jornalístico como um todo e a relação da sociedade com o esporte e o espetáculo (BETTI, 1998).

3.4 A capacidade preditiva do jornalismo

De acordo com Motta (1983), quando comparamos o jornalismo do passado e da atualidade, é possível notar que o mesmo ganhou um amplo poder explicativo e preditivo. Isso se explica pelo fato dos fenômenos sociais terem se transformado em algo complexo, real e preciso, portanto, a antiga teoria de que a opinião dominante é a maior força já não tem mais validade. Nesse sentido, a compreensão da mudança cultural passou a levar em conta forças opostas em permanente confronto (MOTTA, 1983).

Segundo Motta (2005), quando se trata de sistematização e rigor, a investigação jornalística evoluiu de forma significativa. Ou seja, a pesquisa jornalística passou de neutra, palavras simples e simplificação, para uma perspectiva sociológica, que tem o poder de explicar um fato social. A mídia e o jornalismo não são mais vistos como meras “indústrias de observação”. Não se

trata, portanto, de voltar atrás ou copiar o passado, mas sim de antecipar os fatos e notificá-los (MOTTA, 2005).

A mídia passou a focar no exagero e, devido a esta tendência, está abrindo o espaço para o “jornalismo de antecipação”. A partir da década de 90, as revistas culturais, em vez de uma análise crítica dos programas apresentados ou dos livros publicados, passaram a falar sobre lançamentos futuros (COSTA, 2009).

A mídia apresenta tendências, situações, prevê preços de ações, resultados de jogos de futebol, ou seja, antecipa resultados. Nas campanhas eleitorais, por exemplo, todos os grandes meios de comunicação mapeiam cada candidato, fazem previsões dos resultados e utilizam ferramentas estatísticas (MUSSE, 2003).

Noblat (2002) redescobre as mudanças editoriais ocorridas na década de 90. O autor explica, entre outras coisas, que um dos métodos que o jornal deve adotar é o de “prever” os fatos no chamado jornalismo de antecipação:

não é um exercício de adivinhação. Nada tem a ver com uma aposta cega que se ganha ou se perde. Nem depende de sorte para dar certo. Ele exige uma equipe qualificada e experiente de jornalistas, boas fontes de informação, capacidade de análise e certa dose de ousadia (NOBLAT, 2002, p. 114).

Para conquistar novos leitores e fidelizar os antigos, um jornal precisa provar que é de alguma forma útil, expondo tendências e comportamentos de forma antecipada. A informação pode quebrar ações, fazer as pessoas perderem ou ganharem muito dinheiro, por isso é importante que quem tenha acesso às fontes certas possa utilizá-las para antecipar essas informações. O experiente Noblat não é crítico do que chama de “jornalismo de expectativa”, mas confirma que esse tipo de trabalho exige muita responsabilidade (MUSSE, 2003).

4. ESTUDO DE CASO

4.1 Metodologia

Este estudo pretende realizar uma pesquisa e análise em canais de esporte sobre a atual situação da SAF no Brasil, bem como compreender o que os jornais veicularam e têm veiculado acerca do tema.

Para isso, será feita uma análise de dois dos principais canais na web que regularmente veiculam notícias acerca da SAF e o Botafogo: o Canal do Thiago Franklin (Youtube) e o Portal Máquina do Esporte (website). No levantamento dos objetos de pesquisa, o Canal do TF foi bastante adequado, tendo em vista que foi criado, exclusivamente, para postar notícias sobre o Botafogo. Além disso, o dono do canal traz análises detalhadas e antecipa algumas questões relacionadas à SAF. Já o Portal Máquina do Esporte, fundado em 2005, foi selecionado porque é a principal plataforma de informações no esporte do Brasil.

Nos dois meios de comunicação, foram selecionadas notícias dentro do período em que o Botafogo negociava a SAF (14 de janeiro de 2022 até outubro de 2024); e, em um segundo período, notícias de janeiro de 2023 a outubro de 2024, quando começaram a surgir resultados positivos dessa iniciativa. O Canal do TF foi criado em 28 de março de 2013, voltado exclusivamente para notícias ligadas ao Botafogo, conta com mais de 5 mil vídeos, acumula 239 mil inscritos e possui 147.096.319 visualizações (CANAL DO TF, 2024).

Tomaél et al. (2004) descrevem dez critérios de qualidade para avaliar fontes de informação online: identificação da informação, consistência da informação, confiabilidade da informação, adequação da fonte, links internos, links externos, facilidade de uso, estrutura da fonte, limitações percebidas e suporte ao usuário.

Dessa forma, esses dois canais de informações foram escolhidos de acordo com os critérios de consistência de informação e confiabilidade da informação, tendo em vista que as duas fontes de notícia veiculam notícias verdadeiras, que podem ser verificadas em outros sites ou canais oficiais.

4.2 Resultados e discussão

O Botafogo de Futebol e Regatas foi criado em 8 de dezembro de 1942, resultante de uma união entre dois clubes, o Club de Regatas Botafogo e o

Botafogo Football Club, localizados no bairro carioca de Botafogo. Essa união entre os clubes ocorreu devido a um incidente durante uma partida de basquete, quando Albano, jogador do Botafogo F.C., faleceu de forma repentina (BOTAFOGO, 2023).

Nos últimos anos, o desempenho esportivo do clube vem deixando a desejar. As receitas financeiras do clube vinham caindo ano após ano, fato que se agravou durante a pandemia de Covid-19, pois o clube quase não teve público no estádio, uma vez que a população passou por um período de isolamento e o campeonato paralisou (SANTOS, 2022).

Nesse contexto, no ano de 2021 o cenário do Botafogo era caótico, pois o clube vivenciou o rebaixamento e uma dívida de mais ou menos R\$900 milhões, de acordo com balanço divulgado (BOTAFOGO, 2023). Na tentativa de retornar à elite do futebol carioca, o clube precisou de ferramentas que pudessem alavancá-lo financeiramente. Foi nesse momento que realizaram uma estimativa de endividamento do clube, no qual o conselho aprovou a adesão à SAF, proposta realizada pelo bilionário americano John Charles Textor, representado neste negócio por sua empresa, *Eagle Holding* (LIMA, 2023).

Antes das negociações entre a SAF Botafogo e John Textor iniciarem, o GE publicou um artigo opinativo assinado por Davi Barros, que informava que “Sócio do Crystal Palace assina pré-contrato para compra da SAF do Botafogo”¹. No dia 24 de dezembro de 2024, o empresário John Textor e o Botafogo assinaram um pré-contrato que dá ao empresário inglês a prioridade na compra da Sociedade Anônima do Futebol (SAF) do clube alvinegro.

A matéria trouxe o pronunciamento do presidente do Botafogo:

É com grande satisfação que anunciamos esse marco histórico no Botafogo. Um clube da nossa grandeza terá um parceiro de altíssimo nível para investir e criar as condições que nos possibilitem retomar o protagonismo no futebol brasileiro e mundial. Agora, iniciamos uma segunda fase do processo,

¹ Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/socio-do-crystal-palace-assina-pre-contrato-para-compra-da-saf-do-botafogo.ghtml>

Acessado em: 06/11/2024

igualmente importante, antes da formalização da nova constituição jurídica - disse Durcesio Mello, presidente do Botafogo.²

De acordo com a publicação, durante a negociação John Textor precisou fazer um empréstimo-ponte para viabilizar a operação do Botafogo no primeiro semestre de 2022.

Por outro lado, ainda em dezembro de 2021, em outra matéria publicada pelo GE, afirmam que "porta-voz da Botafogo SAF espera conclusão do negócio com John Textor em 60 dias"³.

Segundo a matéria, o porta-voz oficial do Botafogo no processo de transferência para a Sociedade Anônima do Futebol (SAF), o advogado André Chame, se pronunciou ao site do clube sobre as negociações com a Eagle Holdings, do empresário norte-americano John Textor. O advogado afirmou que a expectativa era que o acordo fosse finalizado em dois meses.

- Estimamos que todo o processo seja concluído ao final do prazo de sessenta dias, o que é um tempo considerado curto para operações deste porte e complexidade. Desta forma, sei que todos temos uma grande ansiedade relacionada ao tema, mas peço ao torcedor que tenha paciência caso sejam necessárias dilatações destes prazos - disse⁴.

Em matéria publicada pelo GE, em dezembro de 2021, "Retrospectiva do Botafogo: da queda à esperança da SAF, 2021 tem reação dentro e fora de campo"⁵. De acordo com a matéria, o ano de 2021 do Botafogo foi marcado por uma reviravolta. No futebol, o time começou o ano com revés, mas terminou com a recuperação não só com o título da Série B, mas também com a esperança de um clube-empresa no horizonte.

Segundo a matéria,

² Idem.

³ Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/porta-voz-da-botafogo-saf-espera-conclusao-do-negocio-com-john-textor-em-60-dias.ghtml>

Acessado em; 06/11/2024

⁴ Idem.

⁵ Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/retrospectiva-do-botafogo-da-queda-a-esperanca-da-saf-2021-tem-reacao-dentro-e-fora-de-campo.ghtml>.

Acessado em: 06/11/2024

“com sérios problemas financeiros, o clube termina o ano com sentimento de esperança. Nos últimos dias, o Botafogo assinou um pré-acordo para vender o futebol ao empresário americano John Textor. A constituição da SAF é considerada pela diretoria como única salvação. A volta à Série A não significa tranquilidade ao Botafogo. As receitas aumentam, mas o clube prevê ainda mais dificuldades em 2022, tanto que tem sofrido para montar o elenco que disputará a próxima temporada. A salvação, repetida por dirigentes ao longo dos anos, é a S/A. E nos últimos dias de 2021 o botafoguense recebeu uma notícia que representa esperança: a venda do clube ao empresário americano John Textor por R\$ 400 milhões.”

Na época, o negócio ainda estava no seu estágio inicial, mas a expectativa era de que a constituição da SAF se concretizasse em até dois meses e que o Botafogo já recebesse um aporte financeiro inicial em janeiro destinado para a montagem do elenco.

De acordo com matéria publicada pelo portal Máquina do Esporte, em 14 de janeiro de 2022, o conselho deliberativo do Botafogo aprovou a gestão da SAF com cerca de 90% dos votos, dos 239 conselheiros, 171 participaram da votação, com 167 votos favoráveis, 3 contra e 1 abstenção. Para os conselheiros, essa decisão seria o que salvaria o Botafogo de uma possível, e esperada, falência (MÁQUINA DO ESPORTE, 2022).

No entanto, foi só em fevereiro que o processo de venda se iniciou e, no dia 11 de março de 2022, o Botafogo FR assinou definitivamente os documentos de venda do clube, através da cisão parcial do departamento de futebol, documentos dos quais destaca-se o acordo de acionistas e investimento para venda da maioria de suas ações da SAF Botafogo (90%). O acordo firmado entre as partes estabelece o compromisso de pagamento de até R\$ 900 milhões de reais (LIMA, 2023).

De acordo com relatórios financeiros publicados pelo Botafogo em 2023, o clube recebeu, até outubro de 2022, a transferência de 20% das receitas que a SAF Botafogo obteve entre março e dezembro de 2022, sendo que a SAF interrompeu o pagamento dos valores a partir das receitas recebidas no mês de novembro de 2022 (CAPELO, 2023b).

Para que a compra do SAF funcionasse, foi realizado um processo chamado *due diligence*. Após a execução deste processo foi recebido laudo de avaliação do total de bens que seriam transferidos para a SAF Botafogo, este laudo ajustou o valor de seus ativos para o valor de mercado e correspondeu a R\$ 6.914.105,09 de ativos e passivos transferidos para a SAF. (ANEXO 1).

Mesmo que a SAF tenha publicado as contas “herdadas” pelo Botafogo FR, segundo a figura 1, os valores em 31 de dezembro de 2022 no Balanço da SAF estão diferentes por conta da movimentação financeira. No entanto, não é possível afirmar com certeza o resultado final, já que existe a falta de detalhamentos nas notas explicativas, conforme é possível observar no próprio arquivo de demonstração contábil (LIMA, 2023).

No início das negociações, em março de 2022, o Canal do TF publicou um vídeo demonstrando, analisando e explicando tudo o que seria feito com os R\$ 100 milhões iniciais da compra. O vídeo aborda como o Botafogo planeja utilizar os R\$ 100 milhões iniciais de sua SAF, focando em investimentos estratégicos para fortalecer o time e expandir sua presença no mercado. Além de melhorar a infraestrutura e quitar dívidas, o clube busca reforços específicos, principalmente jogadores de ataque, para aumentar a competitividade da equipe.

Segundo o youtuber, “o Botafogo já trabalha com alguns nomes no mercado, o clube tem uma lista já feita. Apesar de alguns jogadores não serem conhecidos pelo grande público, são jogadores com ótimo desempenho individual”⁶. De acordo com a análise feita pelo TF, o Botafogo teve uma análise propositiva no mercado, ou seja, busca, avalia e faz uma lista e tenta contratar os jogadores. Ou seja, com o valor inicial arrecadado pela compra da SAF, o Botafogo decide investir de forma estratégica em jogadores não muito conhecidos, mas que têm ótimo desempenho individual, de forma a fortalecer o time e expandir sua presença no mercado.

De acordo com matéria publicada pelo Portal Máquina do Esporte (2022)⁷,

⁶ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=ISUoXvSANIQ>
Acessado em: 02/11/2024

⁷ Disponível em: <https://ec2-52-6-18-73.compute-1.amazonaws.com/futebol/apos-resultados-ruins-ceo-do-botafogo-diz-que-saf-ainda-esta-em-maturacao/>

no mês de julho de 2022, o CEO do Botafogo, Jorge Braga, afirmou que a Sociedade Anônima do Futebol (SAF) do clube ainda estava em processo de maturação, explicando que o foco estava na gestão e não apenas em resultados imediatos no campo. Ele destacou os avanços administrativos, incluindo transparência e reestruturação financeira. Outros modelos de SAF no Brasil também demonstram que a implementação desse sistema exige tempo para consolidar práticas de governança e alcançar estabilidade esportiva e financeira. Esse processo visa equilibrar sustentabilidade e competitividade em longo prazo.

Segundo o Portal Máquina do Esporte (2022)⁸, nesse mesmo período de julho de 2022, o Botafogo sofreu três derrotas seguidas. Perdeu, na sequência, para Coritiba (1 a 0), Goiás (2 a 1) e Palmeiras (4 a 0). Essa derrota acabou por colocar o time em 16º lugar na classificação geral do Campeonato Brasileiro, o que gerou muitos questionamentos acerca do papel da SAF do clube.

De acordo com o Portal Máquina do Esporte (2022),

Uma das principais perguntas que muitos especialistas fazem é se, nos modelos brasileiros que estão sendo implementados, as SAFs superarão a pressão por resultados dentro de campo, levando em conta também o calendário apertado, cobrança excessiva por vitórias e exigência de um trabalho eficaz dos treinadores, mesmo em relação aos recém chegados.

Ainda de acordo com o portal, mesmo o Botafogo não apresentando muitos resultados, outros clubes já conseguem, e um dos exemplos utilizados na matéria é a SAF Cruzeiro. A matéria ainda afirma que outros modelos que não sofrem tanta pressão da torcida já apresentam resultados, associando os péssimos resultados do Botafogo a, possivelmente, pressão da torcida botafoguense (MÁQUINA DO ESPORTE, 2022).

Em vídeo publicado pelo Canal do TF em setembro de 2022, “A SAF do Botafogo mostra sua força no início do projeto e incomoda alguns”⁹, o youtuber traz a análise do site sofascore, responsável pela avaliação de todos os jogadores do campeonato brasileiro em relação a nota e desempenho individual. O destaque é Marçal, eleito craque do mês, ilustrando o efeito positivo da gestão no

Acessado em: 02/11/2024

⁸ Idem.

⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2u3B5I1dr7k>

Acessado em: 02/11/2024

desempenho individual e coletivo. O vídeo discute o impacto inicial da Sociedade Anônima de Futebol (SAF) do Botafogo, mostrando como o modelo vem fortalecendo o clube e gerando bons resultados esportivos. O youtuber ainda afirma que a SAF tem incomodado alguns setores do futebol brasileiro, especialmente com a ascensão do Botafogo e sua nova postura competitiva.

De acordo com artigo opinativo publicado pelo Globo Esporte e assinado por Rodrigo Capelo¹⁰, em março de 2023, “prejudicado por alta dos juros, John Textor descumpriu Regime Centralizado de Execuções e deixou de pagar credores. Agora, busca novo acordo para equacionar endividamento alvinegro”. Antes mesmo da venda da empresa para John Textor, o Botafogo renegociou dívidas com antigos credores, com o Governo (através da cooperação fiscal) e com ex-funcionários e empresas com Regime Centralizado de Execuções.

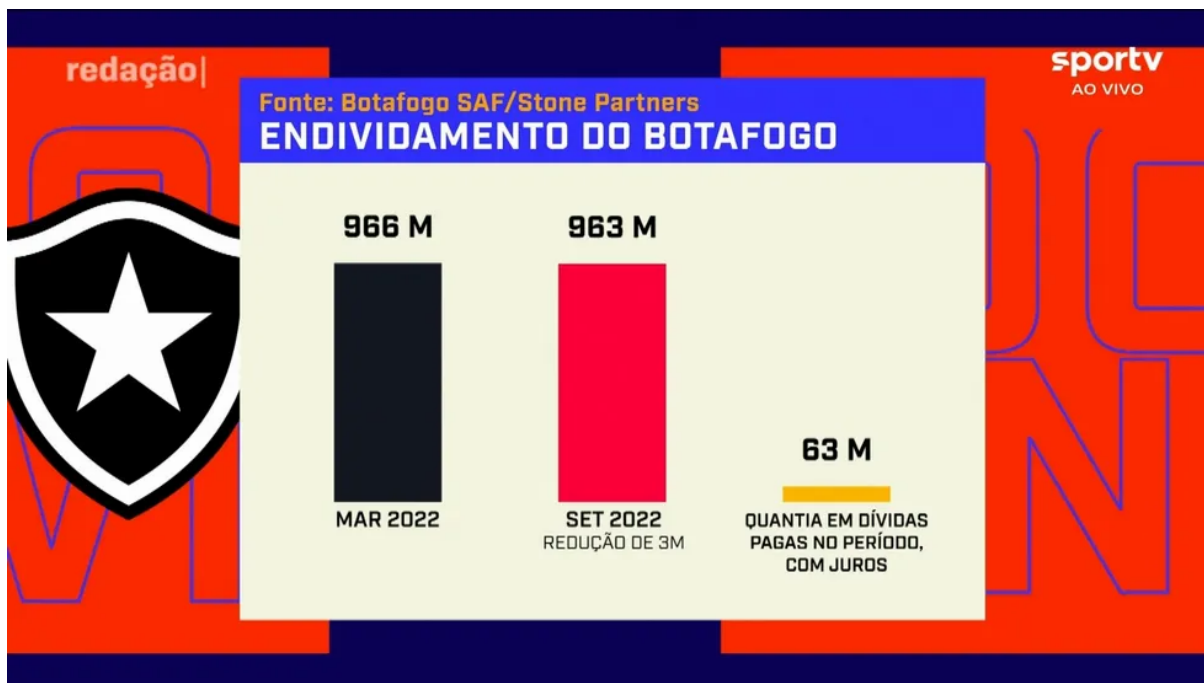
Hoje, há consenso de que a taxa de juros se tornou um problema. Na época em que a Lei da SAF estava sendo formulada, no início de 2021, a Selic estava próxima de 2% ao ano. Esta é a taxa básica de juros, controlada pelo Banco Central e que serve de base para todo o setor financeiro. Hoje, a Selic está em 13,75% ao ano. O efeito prático disso é encarecer dívidas de todo mundo – inclusive, do Botafogo (CAPELO, 2023, s/p).

Segundo Capelo (2023), em termos práticos, segundo documento interno obtido pelo GE, em março de 2022, a dívida do Botafogo era estimada em R\$966 milhões. Meses depois, em setembro, diminuiu apenas R\$3 milhões, chegando a R\$963 milhões. Porém, nesse período, foram pagos R\$63 milhões em dívidas. Esse valor inclui não apenas dívidas públicas e trabalhistas, mas dívidas tributárias e de associações de futebol, como CBF e Ferj. Os R\$63 milhões não reduziram as dívidas em igual volume porque os juros fazem com que o montante nunca abaixe.

Figura 1 - Endividamento do botafogo

¹⁰ Disponível em: <https://ge.globo.com/negocios-do-esporte/noticia/2023/03/15/por-que-a-divida-do-botafogo-desandou-entenda-riscos-das-decisoes-da-saf-e-nova-estrategia.ghtml>

Acessado em: 02/11/2024



Fonte: Botafogo SAF/Stone Partners

Segundo Capelo (2023),

Nesse cenário, John Textor tomou a decisão de cessar os pagamentos do Regime Centralizado de Execuções. Ele foi alertado por seus aliados sobre os riscos que a estratégia traria e prosseguiu. O empresário americano recontratou a Stone Partners, que já havia prestado serviços ao Botafogo, para estudar a reestruturação do passivo que havia ficado com a associação civil alvinegra. A partir do trabalho desta consultoria, ele formulou a seguinte estratégia.

Ou seja, Capelo (2023) afirma que a SAF começou a acionar os credores para renegociar a dívida, com prazos e condições diferentes dos estabelecidos no acordo atual. São negociados um novo desconto (desconto no valor devido), outra taxa de juros para liquidação da dívida e um novo prazo de pagamento.

Portanto, Capelo (2023) conclui que “os problemas da SAF alvinegra são derivados da combinação de todos esses elementos: a alta taxa de juros brasileira, receitas da SAF que ainda precisam aumentar de maneira relevante e a demora para que haja solução definitiva em relação aos credores. O Botafogo depende dessas correções para que seu projeto financeiro e esportivo não desmorone.”

Encerradas as negociações, o Canal TF antecipava as questões financeiras e de gestão do Botafogo, incluindo alegações de dívidas e a atuação de empresários e advogados no clube.

De acordo com o vídeo publicado pelo Canal do TF, “SAF do Botafogo está devendo?”, publicado em 2024, os websites GE e UOL anunciaram que o Botafogo devia em torno de R\$ 20 milhões, entre comissões e outras situações financeiras para empresários e jogadores.

Segundo o youtuber, “o Botafogo foi acionado na justiça por jogadores, técnicos e empresários, no total foram 13 processos movidos por um escritório de advocacia. Essas dívidas referem-se a comissão para intermediários, participação em direitos econômicos, verbas rescisórias e trabalhistas, mecanismo de solidariedade não pago e direito de imagem. No momento, são 9 casos em aberto”¹¹.

O vídeo analisa a declaração feita pelo advogado Aldo Giovanni Kurle:

De parcelas vencidas, temos aproximadamente R\$ 7,7 milhões apenas de verbas de transferência e comissões. O valor com as parcelas que ainda vão vencer supera os R\$ 20 milhões. Estamos falando de 13 processos, alguns na CNRD, alguns trabalhistas e outros na Fifa (...) Você fala com os departamentos do clube e todos se esquivam de uma resposta mais contundente. O argumento deles é sempre “estamos esperando a entrada de algumas verbas”. E a gente espera, mas eles continuam não pagando ninguém. Eu tenho mais de 25 anos nessa área esportiva e nunca vi uma inadimplência como essa, para mim.

O vídeo ainda traz a nota de esclarecimento do Botafogo na íntegra:

O Botafogo lamenta os relatos apresentados pelo advogado Aldo Kurle e aproveita a oportunidade para esclarecer os seguintes pontos:

1. Aldo Kurle é conhecido no meio esportivo por suas práticas desrespeitosas e movimentos de bastidores, que não condizem com a postura de um profissional do meio.
2. A estratégia de pressionar o Clube através de manifestações supostamente apresentadas por terceiros, de verdadeiro renome, é altamente repudiável e demonstra a ausência de embasamento técnico para discussão do assunto nos meios competentes.

¹¹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Qybc2tmKiPQ&t=1s>
Acessado em: 02/11/2024

3. O mercado do futebol reconhece que, na verdade, os responsáveis por este movimento têm nome e sobrenome: Leonardo Cornacini e Eduardo Cornacini. Por motivos internos, não possuem mais qualquer relacionamento. O Clube aproveita este espaço para deixar o mercado de agentes de atletas cientes deste fato.

4. Sobre o pleito apresentado, o Botafogo se reserva ao direito de questionar e discutir a existência dos débitos no fórum adequado.

5. O Botafogo não vai admitir pressão externa e tentativas de utilizar a opinião pública de forma odiosa para a construção de narrativas, especialmente horas antes de um jogo em uma competição importante. O Clube também pede comprometimento dos profissionais de imprensa na cobertura de temas como este.

6. O Clube reitera que o advogado Aldo Kurle e seus clientes não são bem-vindos e alerta a todos para possíveis ações mal-intencionadas.

SAF BOTAFOGO

Ao final do vídeo, o TF traz uma análise de Artur Jorge acerca dos jogos do Botafogo, no qual ele afirma que a performance do clube está *aquém* do esperado. Por fim, o vídeo destaca as críticas sobre a falta de transparência e a necessidade de uma melhor administração para resolver os problemas financeiros e melhorar a situação do time.

O portal Bola VIP, em fevereiro de 2024, publicou uma matéria analisando se a SAF era a melhor solução para o futebol brasileiro “renascer”. De acordo com a matéria, “atualmente, uma das principais saídas para as equipes lucrarem é vender os direitos de transmissão das partidas, principalmente para o Grupo Globo de comunicação.”¹²

Como exemplo disso, temos o Botafogo, que, ao se tornar SAF, se livrou de dívidas milionárias. Bahia e Vasco, e os SAFs mais recentes, apresentam fracassos e acertos. Em 2023, os dois times lutam para não cair até a última rodada. Coritiba e América-MG estão na Série B. Portanto, principalmente porque o faturamento ainda é pequeno e há muitos problemas financeiros, o SAF é uma boa, que pode trazer resultados em campo.

¹² Disponível em: <https://br.bolavip.com/futebol/analise-a-saf-e-a-melhor-solucao-para-o-futebol-brasileiro-renascer-20240215-BBR-383062.html>
Acessado em: 02/11/2024

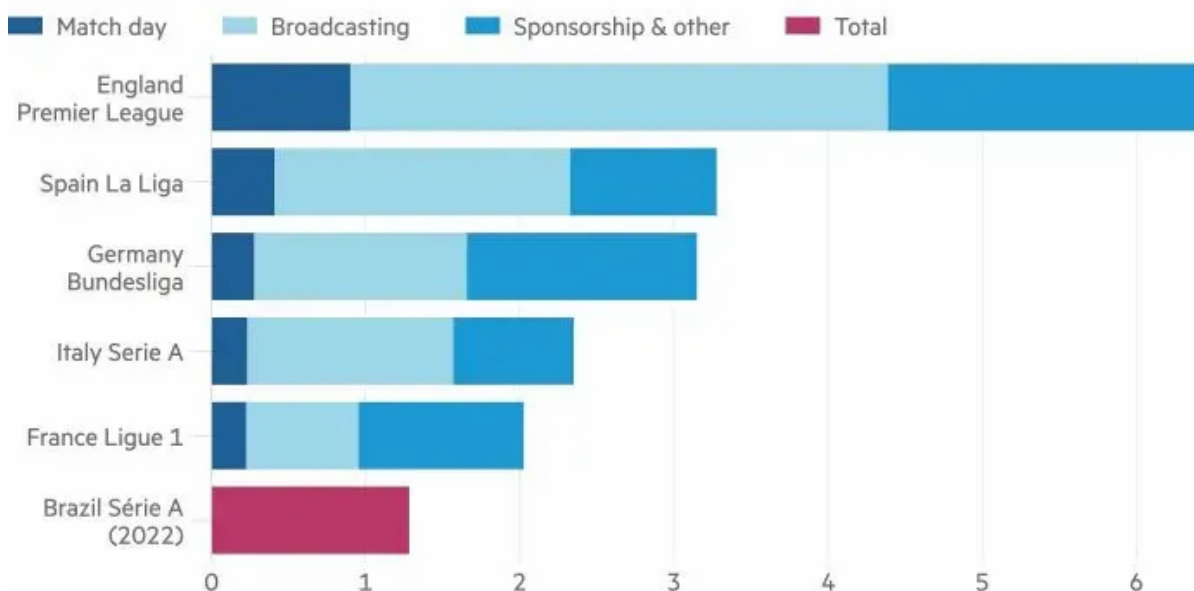
Quando um clube se torna SAF, a empresa do grupo é considerada um ativo que pode ser livremente comprado e vendido. Se um empresário for dono de 90% da SAF, poderá vender qualquer percentual, de acordo com seus interesses comerciais.

Ainda de acordo com a matéria, “a Financial Times trouxe números que apontam a SAF a melhor opção, mas não adianta se tornar ‘empresa’ e continuar com os mesmos erros que eram feitos durante o modelo antigo de gestão.”¹³ Conforme pode ser visto na figura 2 abaixo:

Figura 2 - Comparação das ligas europeias com a do Brasil.

Club revenues in the Brazilian league remain well below those in the top European leagues

Revenue (€bn) in 2021-22



Sources: Deloitte, Convocados Consultoria

© FT

Fonte: Financial Times

De acordo com o website de notícias, “em sua matéria, a Financial Times entrevistou algumas pessoas do mundo jurídico. Eduardo Carlezzo, advogado desde 2002, opinou sobre essa nova oportunidade para os clubes: “O Botafogo,

¹³ Idem.

que estava 'quebrado', quase se tornou o campeão. O modelo SAF está reabilitando times que estavam destruídos”¹⁴.

Um ano após as negociações do Botafogo SAF, a situação financeira do clube equilibrou-se. O Canal TF, neste momento, avaliou o primeiro ano da Sociedade Anônima do Futebol (SAF) no Botafogo, destacando aspectos positivos, negativos e sugestões de melhorias¹⁵. Entre os pontos positivos, são mencionados investimentos e a modernização do clube. No entanto, também são apontadas falhas na gestão e desempenho da equipe. O conteúdo enfatiza a necessidade de mais transparência e uma melhor comunicação entre a diretoria e os torcedores para garantir um futuro mais sólido e promissor.

De acordo com todas as análises realizadas em vídeos do Canal do TF, no período de março de 2022 até outubro de 2024, é possível observar alguns pontos positivos da adesão à SAF pelo Botafogo, são elas:

a) Existe uma cláusula operacional onde o requisito principal é que o Textor torne o Botafogo parte da elite do futebol carioca novamente.

b) O valor da dívida poderá ser atualizado anualmente pelo IPCA ou 50% da receita bruta do ano anterior, o que for maior. Se forem arrecadados R\$ 200 milhões, no ano seguinte a massa salarial deverá representar R\$ 100 milhões.

c) Métodos que incentivem a busca por performance sem afugentar os investidores.

d) O discurso do investidor se ajusta bem à realidade do clube de futebol brasileiro.

A questão central deste estudo era realizar uma análise do enquadramento da SAF Botafogo visto pelos dois canais selecionados. Ao final dessa discussão, foi possível chegar à conclusão de que as notícias que foram veiculadas antes da

¹⁴ Disponível em: <https://br.bolavip.com/futebol/analise-a-saf-e-a-melhor-solucao-para-o-futebol-brasileiro-renascer-20240215-BBR-383062.html>

Acessado em: 02/11/2024

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zgISYwsEHgM&t=3s>

Acessado em: 02/11/2024

SAF se concretizaram. Ou seja, as suposições dos jornalistas feitas antes, durante e depois da negociação entre o Botafogo e a SAF foram corretas.

De acordo com as matérias jornalísticas utilizadas e a análise das demonstrações financeiras do Botafogo FR e SAF Botafogo, conclui-se que a SAF com a separação do departamento de futebol e a posterior compra por John Textor, representa uma evolução positiva das perdas e dívidas financeiras, ou seja, a adesão da SAF por clubes brasileiros é uma decisão favorável e que pode salvar o time de uma falência futura.

4.1 Canal do TF: comunicação formal ou informal?

De acordo com Ataíde (2015), a Internet oferece muitas oportunidades de interatividade, uma característica marcante no webjornalismo. Esses recursos alteram significativamente os processos de produção dos webjornalistas, em comparação com os jornais tradicionais (ATAÍDE, 2015). Referimo-nos às mudanças relacionadas aos processos de produção do jornal, ao produto que perde o patamar analógico e ao estabelecimento de novos contratos de aprendizagem, motivados por métodos colaborativos, destacados por Capparelli (2002), no estudo do jornalismo online.

Segundo os autores Barbeiro e Lima (2002, p. 95) “o texto de um jornalista, seja ele impresso ou eletrônico, deve ser claro, conciso, direto, preciso, simples e objetivo. São padrões comuns, com total consistência em televisão, rádio, internet, jornal ou revista”.

De acordo com Abrahão (2005), no jornalismo, a comunicação está contextualizada: refere-se ao mundo das coisas, dos homens e das relações sociais. É referencial no sentido de que se refere a algo que é, de fato, materialmente externo tanto ao remetente quanto ao destinatário, considerados individualmente. A narrativa produz e transmite a unidade como algo que acontecerá diretamente. Até agora, está sujeito às normas e processos técnicos que separam e soam, a linguagem e a espontaneidade epistemológica da linguagem comum. É isso que o torna, de facto, uma especialidade técnica no contexto do jornalismo (ABRAHÃO, 2005).

O Canal do TF foi criado pensando em passar a informação retirada de portais de notícia a seu público, composto exclusivamente por botafoguenses ou pessoas interessadas por esportes. De acordo com as análises realizadas em vídeos publicados no canal, é possível notar que sua linguagem é predominantemente informal.

“Roda a vinheta, que daqui a pouco eu ‘tô de volta!”. É assim que o youtuber inicia seus vídeos, esse bordão já virou uma marca registrada do canal, e é uma das marcas da linguagem informal adotada.

Segundo Oliveira (2014), A adoção desta linguagem informal ocorre com o objetivo de reinventar formatos existentes, atrair novos públicos e ao mesmo tempo proporcionar ao espectador uma experiência de elevada qualidade, de acordo com Silva (2010) é uma “estratégia verbal preferencial para a construção de uma espécie de ‘telejornalismo light’ em oposição ao modelo consagrado dos hard news” (SILVA, 2010, p.240).

O tom adotado é descontraído e direto, criando intimidade com a comunidade, mas mantendo a clareza das informações. Expressões populares, jargões do futebol e até interações humorísticas com o público são comuns nos vídeos. Esse método fortalece a identificação do público-alvo, que são os seguidores do grupo. O canal alia essa informalidade à seriedade do jornalismo esportivo, apresentando análises detalhadas e atualizações sobre o Botafogo, o que confere credibilidade ao conteúdo, apesar do tom informal dominante.

A distribuição de informação no telejornalismo ocorre principalmente por meio do uso do diálogo informal, segundo Oliveira (2014), é considerado uma linguagem mais associada ao prazer e à diversão que se refere às conversas cotidianas dos telespectadores. Aliando prazer e informação, a discussão também será uma estratégia para aproximar os programas de jornalismo moderno do público (OLIVEIRA, 2014).

Dessa forma, conclui-se que a linguagem adotada nos vídeos publicados por Thiago Franklin é predominantemente informal, típico de canais de notícias voltado ao esporte. Entende-se que essa escolha linguística está diretamente relacionada ao objetivo do canal, uma vez que combina humor, crítica e

abordagem da situação do Botafogo. Além disso, o Canal também recorre a gírias e expressões comumente utilizadas pelos seus telespectadores. Esse tipo de linguagem é utilizada a fim de criar uma sensação de proximidade com seu público, de forma que as barreiras formais, que poderiam distanciar seu público, são eliminadas. Ademais, entende-se que esse tipo de conteúdo jornalístico acaba sendo uma importante ferramenta de disseminação de informação e conhecimento.

4.2 Portal Máquina do Esporte: informal ou formal?

Um portal é um site que disponibiliza conteúdo de diversas fontes diferentes, da mesma forma, contendo pontos de acesso internos (links) para outras notícias. Para Ferrari (2004, p. 30), os portais visam atrair e manter a atenção do usuário, colocando na página inicial artigos diferentes entre si e em quantidades maiores que um site normal, tornando-se assim a oportunidade de atrair o leitor (PEDROSO, 2019).

Os portais são considerados uma nova categoria de jornalismo digital. Eles seguem um ramo muito específico na web. Para Barbosa (2003, p. 161), os portais são considerados as fontes mais midiáticas da Internet e os pioneiros das mídias sociais foram os motores de busca, surgidos em 1990.

Segundo Barbosa (2002, p. 171), o texto de portal é mais fragmentado, isso faz com que a notícia siga um conceito mais específico e facilita o entendimento do leitor. Nos portais, os fatos são anunciados em tempo real e atualizados com frequência. De acordo com Pedrosa (2019), esse método de apresentar os fatos é o diferencial do jornalismo de portal e é totalmente diferente da TV e do impresso, que precisam de mais tempo para preparar uma notícia, editar e compartilhar, não é tão instantâneo.

Nos portais, como o *Portal Máquina do Esporte*, as notícias são divididas em pedaços de textos conectados entre si por links, ou as histórias são relacionadas a outros documentos relacionados às informações fornecidas. Além disso, o hipertexto cria a possibilidade de utilizar textos escritos, sons e imagens simultaneamente em uma mesma história (MIELNICZUK, 2012).

Os artigos publicados pelo Portal da Máquina do Esporte apresentam comunicação mais formal, com linguagem direta, objetiva e informativa. De acordo com Mielniczuk (2012), esse tipo de texto é destinado ao público interessado em esportes, principalmente transmissão e análise de partidas, com foco no tema de especialistas, como ouvintes e telespectadores.

A organização da linguagem formal é reforçada pelo tom impessoal e pela utilização de informações factuais, números e dados na cobertura e atuação da Seleção Brasileira, características comuns em conteúdos jornalísticos voltados ao esporte profissional.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho surgiu com o objetivo de compreender a criação da SAF como um modelo para reestruturação de clubes que passaram pelo processo de falência, bem como investigar e identificar como os portais midiáticos, como o Portal da Máquina do Esporte e o Canal do TF, trouxeram informação e opiniões a respeito, principalmente, do Botafogo Clube de Regatas.

De acordo com as matérias analisadas, a adesão do modelo SAF tem sido considerada como uma decisão favorável, isso se explica pelo fato do modelo atrair diversos tipos de investimentos externos, melhora na gestão financeira e o alívio de dívidas acumuladas, como no caso do Botafogo. O modelo de gestão SAF permite que os investidores assumam parte da gestão do time, além de fornecer capital suficiente para tornar o clube competitivo novamente. Nesse contexto, essa competitividade gerada pela SAF evita novos cenários de crise financeira, além de fortalecer as atividades esportivas a longo prazo.

O webjornalismo esportivo tem promovido a ideia de que a SAF pode ser uma ferramenta eficaz para a recuperação dos diversos clubes brasileiros que estão falindo, de forma que essa gestão organize e reestruture todas as suas finanças. O caso do Botafogo, por exemplo, tem sido amplamente noticiado como um sucesso inicial desse modelo. Após a adesão à SAF e a aquisição do clube pelo investidor americano John Textor, o Botafogo passou por uma revitalização que, segundo as matérias aqui analisadas, não só melhorou seu desempenho esportivo, mas também proporcionou uma recuperação econômica significativa. Isso fortalece o argumento de que o modelo SAF é uma decisão favorável para clubes em situações financeiras delicadas.

Além disso, a cobertura midiática mostrou que o modelo SAF traz benefícios adicionais, como a criação de valor do clube e o aumento da visibilidade do grupo a nível internacional. À medida que investidores estrangeiros assumem partes dos clubes brasileiros, a exposição aumenta e os clubes conseguem atrair novos financiamentos e até oportunidades de negócios fora do país. Essa conscientização e reconhecimento internacional dos times são pontos

muito comentados em sites e canais esportivos, destacando o quanto a SAF tem o poder de mudar a forma como o futebol brasileiro é visto no exterior, abrindo novas portas e ampliando o mercado.

Por outro lado, o jornalismo também levanta questionamentos e críticas sobre o modelo. Algumas matérias afirmam que o modelo SAF, embora financeiramente benéfico, pode significar uma perda de identidade do grupo e uma dependência excessiva dos interesses dos investidores. Existe o receio de que, ao transferir parte da gestão para terceiros, os clubes percam a sua essência e deixem de lado o seu envolvimento com as comunidades locais. Porém, no caso observado, prevalece a opinião de que o SAF representa uma mudança necessária para os clubes que buscam equidade econômica e crescimento sustentável e, em geral, uma decisão muito favorável.

REFERÊNCIAS

ABRAHÃO, Vera Lúcia Escobar Oliveira. A linguagem em foco: Uma análise da linguagem jornalística em textos de jornais diários de Goiânia. 2005. 189 f. Monografia - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2005.

ATAÍDE, Alidiane E. dos S. A linguagem do webjornalismo nos portais de comunicação da Paraíba [em linha]. jun. 2015.

BERLO, David Kenneth. O processo da comunicação; introdução à teoria e prática. USAID, 1963.

BARBEIRO, Heródoto; BARBEIRO, HERODOTO; RANGEL, PATRICIA. Manual do jornalismo esportivo. Editora Contexto, 2006.

BARBEIRO, Heródoto; DE LIMA, Paulo Rodolfo. Manual de telejornalismo: os segredos da notícias na TV. Elsevier, 2002.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo de portal: novo formato e categoria para o jornalismo digital. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, p. 161-186, 2003.

BELTRÃO, Luiz. Jornalismo Interpretativo. Porto Alegre: Sulina – ARI, 1980, 122 p.

BERTRAND, Claude-Jean. A deontologia das mídias. Bauru: EDUSC, 1999.

BETTI, Mauro et al. A janela de vidro: esporte, televisão e educação física. Campinas, Brazil: Papyrus Editora, 1998.

BOTAFOGO DE FUTEBOL E REGATAS. História do Botafogo. Disponível em: <https://www.botafogo.com.br/historia>. Acesso em: 1 nov. 2024.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Oeiras: Celta Editora, 1997.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BLIKSTEIN, Izidoro. Técnicas de comunicação escrita. Editora Contexto, 2024.

CAPELO, R. As finanças do Botafogo em 2022: embalada pelo investimento de Textor, SAF começa longa jornada para se livrar do fardo do passado | negócios do esporte | ge. Disponível em: <https://ge.globo.com/negocios-do-esporte/noticia/2023/07/04/as-financasdo-botafogo-em-2022-embalada-pelo-investimento-de-textor-saf-comeca-longa-jornada-parase-livrar-do-fardo-do-passado.ghtml>.

CAPELO, R. Por que a dívida do Botafogo desandou? Entenda riscos das decisões da SAF e nova estratégia. Disponível em: <https://ge.globo.com/negocios-do-esporte/noticia/2023/03/15/por-que-a-divida-do-botafogo-desandou-entenda-riscos-dasdeciso-es-da-saf-e-nova-estrategia.ghtml>.

CLEMENTE, Mariane Sequeto Gomes. O uso da tecnologia no futebol: As imagens de televisão como provas em julgamentos do Superior Tribunal de Justiça Desportiva. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2013.

CORDENONSSI, Ana Maria; MARQUES DE MELO, José. Jornalismo interpretativo: os formatos nas revistas Veja e Época. São Paulo: Intercom, 2008.

COSTA, Carlos. Sobre o jornalismo de antecipação. Getulio, n. 15, 2009.

COSTA, L. A, et al. Gênero Interpretativo. In: MELO, José Marques de, ASSIS, Francisco de. Gêneros Jornalísticos no Brasil. São Paulo, Metodista, 2010. p. 109-123.

COUTINHO, Caio Loiola. Análise de conteúdo do jornalismo opinativo do jornal nacional sobre a covid-19. 2023.

CAPPARELLI, Sérgio. Alguns dispositivos online da imprensa de referência internacional. A mídia impressa, o livros e as novas tecnologias. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação, 2002.

COELHO, Priscila Paes Ferreira. A Importância da comunicação nas organizações. 2010. 50 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Fundação Educacional do Município de Assis, Assis, 2010.

CARDOSO, Ciro Portella et al. A criação da sociedade anônima do futebol e a aplicação da Lei 11.101/2005. Revista Ilustração, v. 3, n. 1, 2022.

COSTA, Lailton Alves da; LUCHT, Janine Marques Passini. Gênero interpretativo. Gêneros jornalísticos no Brasil. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, p. 109-124, 2010.

DIAS FILHO, José Maria; NAKAGAWA, Masayuki. Análise do processo da comunicação contábil: uma contribuição para a solução de problemas semânticos, utilizando conceitos da teoria da comunicação. Revista Contabilidade & Finanças, v. 12, p. 42-57, 2001.

DE MELO, Jose Marques. Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Mantiqueira, 2003.

DE REZENDE, Guilherme Jorge. Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial. Summus Editorial, 2000.

FERRARETTO, Luiz Artur. Rádio: teoria e prática. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

FERRARETTO, Luiz Arthur. Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. 30º Congresso Brasileiro de Comunicação. Santos, 1º set. 2007. 15f. Texto apresentado no Núcleo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. Universidade Federal de Sergipe, 2005.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo digital. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

GUIDI, Janine Votre. Comunicação interna: uma ferramenta essencial nas organizações. 2011. 58 f. TCC (Graduação) - Curso de Secretariado Executivo, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2011.

GLOBO ESPORTE. Botafogo oficializa venda da SAF e receberá mais R\$ 100 milhões de John Textor nos próximos dias. 3 mar. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/2022/03/03/botafogo-oficializa-venda-da-saf-e-recebera-mais-r-100-milhoes-de-john-textor-nos-proximos-dias.ghtml>. Acesso em: 1 nov. 2024.

GLOBO ESPORTE. Contrato do Botafogo com Textor prevê R\$ 150 milhões até assinatura e título relevante em 10 anos. 5 mar. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/botafogo/noticia/contrato-do-botafogo-com-textor-preve-r-150-milhoes-ate-assinatura-e-titulo-relevante-em-10-anos.ghtml>. Acesso em: 1 nov. 2024.

GLOBO ESPORTE. Cronograma de investimentos, sociedade com John Textor e cláusula de performance: entenda como funcionará o Botafogo SAF. 4 mar. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/negocios-do-esporte/noticia/cronograma-de-investimentos-sociedade-com-john-textor-e-clausula-de-performance-entenda-como-funcionara-o-botafogo-saf.ghtml>. Acesso em: 1 nov. 2024.

GUERRA, Márcio de Oliveira. Rádio X TV: O Jogo da Narração. A imaginação entra em campo e seduz o torcedor. Juiz de Fora: Juizforana Gráfica e Editora, 2012, 200p.

JUNG, Milton. Jornalismo de rádio. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

LASSWELL, Harold. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. Comunicação e indústria cultural, v. 3, p. 105-117, 1971.

LIMA, João Victor Almeida de. ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS DO CLUBE BOTAFOGO (RJ) ANTES E DEPOIS DA ADESÃO À SAF–LEI Nº 14.193/21. 2023.

LEMES, Priscila dos Santos. A importância da comunicação interna nas organizações e suas ferramentas. 2012.

LAGE, Nilson. A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. 7. ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

MACHADO, Luiz Eduardo Alves. Explicando um fenômeno: uma análise acerca do aumento de popularidade do streamer Casimiro Miguel. 2023.

MADUREIRA, Paulo; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Cartografando a narração esportiva radiofônica: Um panorama preliminar da Região Metropolitana do Rio de Janeiro. Revista Rádio-Leituras, Mariana-MG, v. 06, n. 02, pp. 195-218, jul./dez. 2015.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Produção textual, análise de gêneros e compreensão. Parábola Editorial, 2008.

MÁQUINA DO ESPORTE. Após resultados ruins, CEO do Botafogo diz que SAF ainda está em maturação. Disponível em: <https://maquinadoesporte.com.br/futebol/apos-resultados-ruins-ceo-do-botafogo-diz-que-saf-ainda-esta-em-maturacao/>. Acesso em: 1 nov. 2024.

MÁQUINA DO ESPORTE. Conselho Deliberativo aprova venda de SAF do Botafogo a John Textor. Disponível em: <https://maquinadoesporte.com.br/futebol/conselho-deliberativo-aprova-venda-de-saf-do-botafogo-john-textor/>. Acesso em: 1 nov. 2024.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 39, n. 1, p. 39-56, 2016.

MEDINA, Cremilda. Notícia um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus Editorial, 1978.

MEDINA, Jorge Lellis Bomfim. Gêneros jornalísticos: repensando a questão. In: Revista Symposium, Ano. 2001. p. 45-55.

MOTTA, Luiz G. A pesquisa em jornalismo no Brasil: paradigmas em confronto. LOPES, MI; MELO, JMV; MOREIRA, SV; BRAGANÇA, A. Pensamento comunicacional brasileiro. São Paulo: INTERCOM, 2005.

MUSSE, Christina Ferraz. A ACELERAÇÃO DO TEMPO NOS VEÍCULOS DE INFORMAÇÃO: O CASO LULA.

MELO, J. M. A opinião no jornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1985.

MELO, José Marques de (Org.). Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo. São Paulo: FTD, 1992.

MIELNICZUK, Luciana. Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2012.

NIXON, Raymond. Análisis sobre periodismo. Quito: Ciespal, 1963.

PENA, Felipe. Teorias do Jornalismo. São Paulo: Contexto, 2005.

SANTOS, Jardel Gomes dos et al. A modernização da administração dos clubes de futebol com a nova lei das SAF: uma análise esportiva e financeira. 2022.

SILVA, Luiz Martins da. Imprensa e cidadania: possibilidades e contradições. Imprensa e poder. Brasília/São Paulo: Editora da UNB/Imprensa Oficial SP, p. 47-74, 2002.

SILVA, Severino Pequeno da. A teoria de gêneros jornalísticos e a formação inicial de comunicadores sociais: caminhos entrelaçados. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Comunicação Social, Campina Grande, 2013.

SILVA, Fernanda Mauricio. A conversação como estratégia de construção de programas jornalísticos televisivos. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.

SODRÉ, Muniz. O monopólio da fala. Rio de Janeiro: Vozes, 1977.

SOUZA, João Victor Moretti de. Entretenimento versus informação a disputa por espaço no jornalismo esportivo brasileiro.

PEDROSO, Franciele. O papel da mídia na disseminação de discursos de ódio: uma análise da interatividade dos leitores no portal G1.

TAVARES, Diego Silva. Entretenimento esportivo: os conflitos entre informação e entretenimento no atual jornalismo esportivo. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação-Habilitação em Jornalismo)-Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

TOMAZETTE, Marlon. Curso de direito empresarial: teoria geral e direito societário-v1. Saraiva Educação SA, 2018.

TOMAÉL, Maria Inês et al. Critérios de qualidade para avaliar fontes de informação na internet. In: TOMAÉL, Maria. Inês; VALENTIM, Marta Lígia Pomim (Org.). Avaliação de fontes de informação na Internet Londrina: Eduel, 2004. p. 19-40.

OLIVEIRA, Alexandre Gasperoni de. A informalidade como estratégia de aproximação com o público: a experiência do Estúdio i. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014.

UNZELTE, Celso Dario. Futebol em revista no Brasil: dos primeiros títulos à resistente Placar. 2015. 227 f. Dissertação (Comunicação) - Faculdade Cásper Líbero / Programa de Mestrado em Comunicação, São Paulo, 2015.

VAZ, Tyciane C. V. Jornalismo de Serviço: O gênero utilitário na mídia impressa brasileira. Curitiba, XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.

WRIGHT, Charles R. Comunicação de massa: uma perspectiva sociológica. Rio de Janeiro: Bloch, 1968.

YOUTUBE. [SAF DO BOTAFOGO ESTÁ DEVENDO? | BFR DETONA ADVOGADO E EMPRESÁRIOS | ARTUR JORGE ADMITE ATUAÇÃO AQUÉM]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QybC2tmKiPQ&t=1s>. Acesso em: 1 nov. 2024.

YOUTUBE. [UM ANO DE SAF NO BOTAFOGO! O QUE FOI POSITIVO? O QUE FOI NEGATIVO? O QUE PODE MELHORAR?]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zgISYwsEHgM>. Acesso em: 1 nov. 2024.

XAVIER, Rodolfo Coutinho Moreira; COSTA, Rubenildo Oliveira da. Relações mútuas entre informação e conhecimento: o mesmo conceito?. *Ciência da informação*, v. 39, p. 75-83, 2010.

ANEXO

ANEXO 1 - Demonstração contábil de 2022

	<u>31/12/2022</u>
Circulante	
Caixa e equivalentes de caixa	3.375
Contas a receber	40.849
Estoque	2.492
Adiantamentos	2.268
Imposto a recuperar	204
Despesas antecipadas	3.287
Total do ativo circulante	52.475
Não circulante	
Contas a receber	38.972
Imobilizado	1.613
Intangível	187.874
Total do ativo não circulante	228.459
Total do Ativo	280.934
Circulante	
Fornecedores e contas a pagar	139.278
Empréstimos e financiamentos	16.630
Obrigações trabalhistas	10.391
Obrigações tributárias	26.497
Obrigações com partes relacionadas	42.149
Receita diferida	73.299
Total do passivo circulante	308.244
Não circulante	
Fornecedores e contas a pagar	13.421
Empréstimos e financiamentos	3.370
Receita diferida	54.822
Obrigações tributárias	21.850
Total do passivo não circulante	93.463
Total do Passivo	401.707
Patrimônio Líquido	
Capital Social	127.515
Prejuízos Acumulados	(248.288)
Total do patrimônio líquido	(120.773)
Total do passivo e patrimônio líquido	280.934

Fonte: Botafogo (2022)