

Matheus Simões Mello

**HERMANOS Y CERCANOS, PERO NO MUCHO: ESTUDO
COMPARATIVO ENTRE OS JORNAIS *LANCE!* E *OLÉ*
DURANTE A COBERTURA DA COPA DO MUNDO DE 2014**

Dissertação submetida ao Programa de
Pós-Graduação em Jornalismo da
Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do Grau de
Mestre em Jornalismo.

Orientador: Mauro César Silveira.

Florianópolis
2015

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Mello, Matheus Simões

Hermanos y cercanos, pero no mucho : estudo comparativo entre os jornais Lance! e Olé durante a cobertura da Copa do Mundo de 2014 / Matheus Simões Mello ; orientador, Mauro César Silveira - Florianópolis, SC, 2015.
219 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo.

Inclui referências

1. Jornalismo. 2. jornalismo esportivo. 3. estudo comparativo. 4. cultura e sociedade. I. Silveira, Mauro César. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. III. Título.

Matheus Simões Mello

**HERMANOS Y CERCANOS, PERO NO MUCHO: ESTUDO
COMPARATIVO ENTRE O JORNALISMO ESPORTIVO
BRASILEIRO E ARGENTINO**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do Título de Mestre e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 6 de julho de 2015.

Prof. Dr. Francisco José Castilhos Karam
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Mauro César Silveira
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Luiz Gonzaga Figueiredo Motta
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Jorge Kanehide Ijuim
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. José Carlos Marques
Universidade Estadual Paulista

AGRADECIMENTOS

Nestes minutos finais no Mestrado, muitos agradecimentos precisam ser feitos, afinal, quando os objetivos são conquistados deve-se exaltar a participação de todo o grupo. Se cheguei até aqui, é porque muitos contribuíram para tal.

Primeiro, gostaria de agradecer minha mãe, Ana Elizabeth, por ser tão prestativa, mesmo que suas ajudas não sejam mais tão assíduas quanto nos tempos de graduação. Muito obrigado por sempre acreditar em mim e me incentivar a seguir os caminhos que escolhi. Ao meu pai, Miguel Ângelo, por todo suporte prestado e, principalmente, por ter me mostrado o belíssimo e apaixonante mundo do futebol. Ainda que não tenhamos a mesma preferência clubística (desde 1997, quando percebi que meu coração era colorado e passei a rechaçar as incansáveis tentativas familiares para que eu permanecesse Fluminense), tua paixão pelo Tricolor das Laranjeiras também contribuiu para que eu chegasse até aqui.

Segundo, ao ‘técnico’ Mauro César Silveira, orientador desta pesquisa. Desde o começo, ao acreditar no meu projeto, você foi muito importante não só para a dissertação, mas para o meu amadurecimento como pesquisador e pessoa. As brincadeiras, as conversas intermináveis sobre futebol em meio às orientações, os uniformes trocados, as flautas em cada e-mail enviado. Tudo isso me mostrou que o gosto pela área acadêmica não é antônimo de informalidade. Sim, dá para jogar com alegria. E, aqui, a convivência entre atleta e treinador foi extremamente saudável e proveitosa.

Terceiro, a tudo e todos que ajudaram em meus dezoito meses morando em Florianópolis. Ao Bruno, pela amizade e parceria que perdura desde a pré-adolescência. Reconheço o esforço do amigo em tornar menos monótono meus primeiros meses na Ilha. Aos demais que estiveram comigo e foram pessoas maravilhosas, que gostam de mim e sabem o quanto são importantes: Renato, Nícolas, Mateus, e tantos outros. E, obviamente, a Capes, pelo apoio financeiro dado para o desenvolvimento deste estudo.

Quarto, às demais amigas que entenderam minhas recusas constantes de convites muito tentadores. Sinto-me extremamente realizado por ter todos vocês ao meu redor, sempre dispostos a me ajudar e a tornar minha vida mais feliz. Todos vocês, de alguma forma, fazem parte de mais esse passo dado. No mundo do futebol, amizade é fundamental.

Quinto, aos colegas do Posjor. Aos professores, pelos ensinamentos e conselhos. Em especial a Daisi Vogel e Jorge Ijuim, avaliadores do meu exame de qualificação; Luiz Gonzaga Motta por aceitar ser membro da banca de defesa; Rogério Christofolletti por toda a ajuda prestada enquanto coordenador do Programa e, também, por ser avaliador suplente na banca de defesa. Aos colegas de turma, pelo companheirismo e companhia nesses dois anos. A Glória, por sempre me receber com carinho na secretaria, até nas vezes em que estava nitidamente abarrotada de afazeres. Desde o porteiro até o presidente, todos são responsáveis pelos objetivos alcançados.

Sexto, a algumas pessoas que contribuíram muito para o desenvolvimento desta investigação. Ao professor José Carlos ‘Zeca’ Marques, que compõe a banca da defesa, por ter sido simpático e acessível, tanto nos e-mails quanto pessoalmente. Ao Andrés López, docente da Universidad Nacional de La Plata, pelos livros e artigos enviados. Ao Juan Pablo Mendez, por ser tão solícito e me ajudar desde os tempos de graduação. Sem você, tudo o que consegui ficaria muito mais difícil. Aos jornalistas Leandro Contento, Federico del Río, Hernan Claus e Antonio Serpa, profissionais do *Olé*, que dedicaram meia hora de seu expediente para conversar comigo. Aos jornalistas Flávio Garcia, Paulo Victor Reis e Felipe Rocha, do *Lance!*, pela disponibilidade e pelas entrevistas. Tive a sorte de conhecer essas pessoas ao longo da minha carreira.

Por fim, gostaria de agradecer a todos aqueles que fizeram do futebol o esporte mais popular do mundo. Modalidade pela qual sou apaixonado e dedico grande parte da minha vida. Muito do que sou é por causa do futebol. E agradeço pelo futebol ter me proporcionado tudo o que me proporcionou.

RESUMO

Esta pesquisa tem o propósito de observar semelhanças e diferenças entre o jornalismo esportivo brasileiro e argentino, com ênfase na tensão entre objetividade e subjetividade, tanto em relação ao texto publicado quanto às condições políticas, sociais e econômicas que influenciaram e influenciam o produto jornalístico esportivo dos dois países. Utiliza-se o estudo comparativo como principal procedimento metodológico, sendo executado por meio de dez itens de comparação, divididos em três categorias: construção textual, linguagem e discurso. Adota-se como corpus as matérias veiculadas nos jornais *Lance!* e *Olé* – maiores diários esportivos nos seus respectivos países – durante a Copa do Mundo de 2014, além de entrevistas semiestruturadas com jornalistas esportivos vinculados aos referidos veículos.

Palavras-chave: jornalismo esportivo; *Lance!*; *Olé*; estudo comparativo; cultura e sociedade

ABSTRACT

This research proposed to observe similarities and differences between Argentinean and Brazilian sports journalism, emphasizing the tension between objectiveness and subjectiveness, not just inside of texts that had been published, but also the political, social and economical conditions that have been influencing the sports journalistic products in both countries. We utilized comparative study as main methodology procedure, using ten comparative topics, divided in three categories: textual construction, language and discourse. Wnalyzed articles from *Lance!* and *Olé* – biggest sports newspapers into its nations – during the 2014 Fifa World Cup, in addition to semi-structured interviews with sports journalists from the named journals.

Keywords: sports journalism; *Lance!*; *Olé*; comparative study; culture and society.

RESUMEN

Esta tesis tiene el propósito de observar semejanzas y diferencias entre el periodismo deportivo brasileño y argentino, con énfasis en la tensión entre objetividad y subjetividad, no sólo en los textos publicados, sino también en las condiciones políticas, sociales y económicas que influenciaron y todavía siguen influenciando el producto periodístico deportivo de éstos dos países. Se utiliza el estudio comparativo como principal procedimiento metodológico, ejecutado a través de diez tópicos, divididos en tres categorías: construcción textual, lenguaje y discurso. Se adopta como objeto empírico las publicaciones vehiculadas en los periódicos *Lance!* e *Olé* – mayores diarios deportivos en sus países – durante el Mundial 2014, además de entrevistas semiestructuradas con periodistas deportivos que pertenezcan a los referidos vehículos.

Palabras-clave: periodismo deportivo; *Lance!*; *Olé*; estudio comparativo; cultura y sociedad.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Chamada da crônica de jogo “Oshowa”.....	84
Figura 2: Início da crônica de jogo “Oshowa”.....	84
Figura 3: Disposição dos textos referentes a uma partida específica....	92

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	16
1. O RETROSPECTO (HISTÓRIA DO JORNALISMO ESPORTIVO E DA RIVALIDADE).....	26
1.1 Jornalismo esportivo no Brasil.....	27
1.2 Periodismo deportivo en la Argentina.....	45
1.3 “Decime qué se siente” ou “Mil gols”?.....	57
2. A ORGANIZAÇÃO TÁTICA (CONSTRUÇÃO TEXTUAL)....	66
2.1 A construção das matérias do <i>Lance!</i>	75
2.2 La construcción de las crónicas de <i>Olé</i>	85
2.3 Espelho tático ou esquemas diferentes?.....	95
3. A MANEIRA COMO SE JOGA (LINGUAGEM).....	102
3.1 A linguagem utilizada pelo <i>Lance!</i>	110
3.2 El lenguaje utilizado por <i>Olé</i>	116
3.3 Escolas iguais ou prosa <i>versus</i> poesia?.....	122
4. O COMPORTAMENTO DENTRO DE CAMPO (DISCURSO).....	128
4.1 O discurso adotado pelo <i>Lance!</i>	136
4.2 El discurso empleado por <i>Olé</i>	143
4.3 ‘Profissionalismo’ ou amor à camisa?.....	151
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	156
BIBLIOGRAFIA.....	161
APÊNDICES.....	185
APÊNDICE A – Roteiro de perguntas para os entrevistados do <i>Lance!</i>	178
APÊNDICE B – Entrevista com o setorista do Botafogo de Futebol e Regatas, Paulo Victor Reis.....	182
APÊNDICE C – Entrevista com o setorista do Clube de Regatas Vasco da Gama, Felipe Rocha.....	189
APÊNDICE D – Entrevista com o editor de capa, Flávio Garcia.....	195
APÊNDICE E – Roteiro de perguntas para os entrevistados do <i>Olé</i> ...201	
APÊNDICE F – Entrevista com o setorista do Club Atlético Boca Juniors, Leandro Contento.....	205
APÊNDICE G – Entrevista com o setorista do Club Atlético River Plate, Federico del Río.....	212
APÊNDICE H – Entrevista com o setorista da seleção argentina, Hernan Claus.....	215

INTRODUÇÃO

Os esportes deixaram de ser uma competição e hoje são um show, um espetáculo, que necessitam ser mostrados por meios novos. Os diários esportivos são os que melhor se adaptam às atuais características dos esportes, já que os esportes deixaram de ser apenas de fins de semana (ROA apud STYCER, 2009, p.192).

O futebol é um esporte marcado por conflitos. Dentro do campo, divididos em dois times, vinte e dois jogadores constroem o ‘idioma futebol’ através das mais variadas técnicas. Nas casamatas, os treinadores pensam nas mais variadas estratégias para derrotar seu oponente, que mudam de acordo com sua origem ou escola futebolística pela qual é influenciado. Nas arquibancadas, torcedores optam por torcer o tempo todo, cantar o tempo todo, formar grupos organizados ou simplesmente assistir à partida no conforto de seu assento. No jornalismo esportivo, as diferenças também existem. E existem por uma série de fatores, que vão desde a cultura do local onde ele é praticado até as condições sociais, políticas e econômicas do ambiente no qual se insere. Exemplificando, tem-se a possibilidade de assumir uma posição mais parcial como os diários espanhóis, ter um tom mais crítico e sério como alguns dos veículos franceses ou privilegiar as estatísticas como nos Estados Unidos.

Na América do Sul, dois dos maiores berços futebolísticos do mundo rivalizam nos mesmos âmbitos anteriormente citados: brasileiros e argentinos vêm protagonizando duelos de grande magnitude dentro de campo, nas arquibancadas e nos meios de comunicação. Porém, por mais que a rixa entre as duas nações seja antiga e extrapole os limites do futebol, a peleia no âmbito futebolístico vem tomando proporções distintas somente nas últimas décadas. Helal (2009) demonstra que a narrativa dos jornais portenhos sobre nós foi e ainda é muito mais amigável do que conflituosa, principalmente até a Copa de 1994. Nossos *hermanos* sempre nos viam como seus semelhantes, representantes do futebol sul-americano quando *La Selección* (como os argentinos chamam a seleção de seu país) não estava na disputa. A tônica do discurso só mudou quando os argentinos começaram a perceber que os brasileiros não partilhavam do mesmo apreço, o que foi verificado a partir da cobertura da Copa de 1998, na França. Desde então, a provocação é um dos elementos chave na construção dos produtos

jornalísticos relacionados à rivalidade entre Brasil e Argentina no futebol.

Assim como na maneira de um ver o outro, o jornalismo esportivo praticado por brasileiros e argentinos foi ficando cada vez mais distante. Se nos anos 1950 os irmãos e cronistas Nelson Rodrigues e Mário Filho adotavam um estilo similar ao da revista *El Gráfico*, a maior referência portenha na editoria de esportes e considerada por muitos como *la biblia del deporte*, os critérios de produção jornalística voltados para o cenário esportivo mudaram consideravelmente em terras tupiniquins, enquanto os argentinos preservaram um estilo semelhante à revista *El Gráfico*. Se dentro da cancha os vizinhos e rivais são adeptos do futebol-arte, opositor ao futebol-força europeu, a similaridade entre o jornalismo esportivo praticado nos dois países deu espaço ao distanciamento.

Esta pesquisa busca observar as aparentes semelhanças e diferenças entre os dois maiores diários esportivos de Brasil e Argentina: *Lance!* e *Olé*, respectivamente, com ênfase nas tensões entre objetividade e subjetividade, na inserção da emoção e nas manobras retóricas utilizadas nas publicações. Além da representatividade de ambos, optamos por esses dois jornais pela ligação que possuem, já que o diário *Olé*, criado em 1996, foi uma das grandes inspirações para que o dono do *Lance!*, Walter de Mattos Junior, pensasse no planejamento do seu então mais novo projeto, implantado um ano depois. Apesar de tal conexão, ambos parecem distintos. São justamente essas aparentes proximidades e distâncias que fomentaram o problema de pesquisa desta investigação, que tem o jornalismo esportivo praticado nos dois países mencionados como objeto de estudo.

Para a análise ser efetuada, adotamos como corpus matérias veiculadas nos referidos jornais durante a Copa do Mundo de 2014 (12 de junho à 13 de julho), sendo incluído o dia seguinte à decisão do torneio, disputada entre Argentina e Alemanha. Nossa opção pelo Mundial se dá pelo fato de o jornalismo esportivo viver situações opostas durante esse período: enquanto se planejam coberturas especiais para a competição futebolística mais importante do planeta, com o aumento do número de páginas em algumas das edições e a mobilização de grande parte do contingente profissional dos veículos de comunicação que se propõem a cobrir amplamente o evento; sofre-se com a carência informacional dos clubes, que param ou fazem trabalhos de inter-temporada durante o torneio, o que diminui o espaço destinado às equipes, além de modificar e dificultar o trabalho dos setoristas, que

passam a retratar especulações de possíveis transferências e/ou relatar histórias que não teriam repercussão em outros momentos da temporada. Portanto, todas as matérias jornalísticas publicadas nos 64 exemplares são consideradas, independentemente do assunto abordado.

Visto por muitos como uma das referências do jornalismo esportivo internacional, o diário *Olé* deu seus primeiros passos ainda em 1994, como um caderno extra, anexo ao *Clarín*. O sucesso durante a Copa do Mundo dos Estados Unidos foi tamanho que motivou a alta cúpula do *Grupo Clarín* a tornar o *Olé* um produto à parte. Em 1996, ano de sua chegada às bancas, o diário esportivo adquiriu grande ascensão e rapidamente se consolidou no mercado. Tal consolidação se deve, basicamente, por dois aspectos principais: primeiro, pelo respaldo dado pelo *Grupo Clarín* – à época uma das maiores *holdings* comunicacionais do mundo – através de divulgação nos demais veículos do conglomerado e promoções nos primeiros meses da circulação do jornal; segundo, pela linguagem extremamente jovial e coloquial, aproximando um público jovem e fiel¹. Aliados, esses dois fatores resultaram em uma arquitetura que sustentava o estilo irreverente do então novo diário portenho. Messa ressalta que os receptores do conteúdo jornalístico esportivo se acostumaram com o formato apresentado, o que dá sustentação ao argumento de que o respaldo fornecido pela *holding* foi crucial para o êxito do *Olé*. “O que se tem construído, na verdade, é uma cadeia de mitificações cíclicas, viciadas, que todos nós, jornalistas e leitores, acatamos e achamos que esse é o jornalismo esportivo” (MESSA, 2005, p.3)

Um ano depois de o *Olé* chegar ao mercado, foi a vez do *Lance!* fazer sua estreia. Entretanto, não obteve o mesmo impacto que o diário argentino. O baixo rendimento foi causado por uma série de fatores, dentre eles algumas incoerências na composição do corpo profissional do jornal, como expressa Stycer (2009). Dentro da redação, havia aqueles que queriam se adequar ao estilo “jornal para cima”² e os que priorizavam um produto jornalístico esportivo mais parecido com o que é feito nos cadernos de esportes dos grandes jornais brasileiros,

¹ Ver Mariano Hernán López (2010).

² Expressão criada por Walter de Mattos Junior e o responsável pelo projeto gráfico e editorial do *Lance!*, Antoni Casas. Faz alusão ao tom animado, otimista e torcedor que as páginas do diário brasileiro deveriam ter. “Fazer um “jornal para cima” significava envolver esse leitor imaginário, que existia na cabeça de Casas e Mattos, e mobilizá-lo, levá-lo a torcer por seu time junto com o jornal” (STYCER, 2009, p.209).

principalmente os repórteres mais experientes, oriundos de veículos como a *Folha de S. Paulo*, *Estado de S. Paulo* e *O Globo*. Tal choque de ideias influenciou nos altos e baixos nas vendas do *Lance!*, o que resultou em inúmeras mudanças editoriais na história do diário³.

Ainda com relação ao objeto empírico, realizamos entrevistas semiestruturadas com seis jornalistas que atuam nos dois diários aqui analisados. No *Lance!*, foram entrevistados Paulo Victor Reis (setorista do Botafogo de Futebol e Regatas), Felipe Rocha (setorista do Clube de Regatas Vasco da Gama) e Flávio Garcia (editor de capa). No *Olé*, Leandro Contento (setorista do Club Atlético Boca Juniors), Federico del Río (setorista do Club Atlético River Plate) e Hernan Claus (setorista da seleção argentina)⁴. As fontes foram escolhidas pela participação na cobertura da Copa em seus veículos e pelo envolvimento diário com a rotina das agremiações.

Portanto, a entrevista semiestruturada é um dos três procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa, além do estudo comparativo e da revisão histórica. Optamos por tal técnica de entrevistas devido à maior liberdade que ela possibilita, não havendo a necessidade de se fixar rigidamente em um questionário. Porém, dois roteiros de perguntas pré-estabelecidas (um para cada jornal) foram produzidos para não correr o risco de os principais questionamentos não serem abordados. Devemos mencionar também que as perguntas não são fixas para todos os entrevistados. Elas mudaram de acordo com a função que o profissional exerce no diário em que atua. Os principais tópicos explorados dizem respeito às três categorias de análise dos dois veículos, vistas mais adiante.

Além das entrevistas, propomos uma revisão histórica para a compreensão do produto final que o jornalismo esportivo desenvolve, não só na mídia impressa, mas também nas demais. Para tanto, é necessário a análise dos principais acontecimentos sociais, políticos e econômicos, desde o surgimento do futebol nos dois países, visto que o esporte mais popular do mundo sempre caminhou lado a lado com tais fatores, sobretudo em países que passaram por regimes totalitários e têm

³ Ver Coelho (2004).

⁴ Inicialmente, o editor Antonio Serpa seria o terceiro entrevistado. Porém, por motivos profissionais, Serpa teve de interromper a entrevista. Com isso, tivemos de substituí-lo por Hernan Claus. Embora não seja editor, acreditamos que a experiência do repórter – membro do diário argentino desde o início da sua existência – recompensou a substituição, não afetando, assim, o andamento da pesquisa.

a modalidade como elemento fundamental na construção da identidade e da narrativa nacional. Inserimos, também, uma breve contextualização sobre a rivalidade entre brasileiros e argentinos, tanto em questões mais amplas quanto no próprio futebol.

O estudo comparativo é o principal método a ser usado nesta investigação, dado que buscamos comparar os diários *Lance!* e *Olé*. Tal comparação é desenvolvida a partir de dez itens pré-estabelecidos, divididos em três categorias principais: construção textual, linguagem e discurso. A definição de tais aspectos e categorias foi um processo originado na pesquisa monográfica do autor⁵ e fundamental para a obtenção dos resultados.

Na categoria intitulada “construção textual”, visamos compreender de que forma os dois jornais aqui analisados constroem os seus textos jornalísticos, sejam eles inerentes a uma partida, a um treino ou qualquer outra pauta esportiva. Em outras palavras, observamos a estrutura do texto, mas não na concepção arquitetônica da palavra. Privilegiamos, sim, as manobras escolhidas pelos repórteres para construir suas matérias. Na construção textual, são analisados quatro itens: *objetividade*, *singularidade*, *individualidade* e *crônicas de jogo*.

Objetividade diz respeito ao texto mais objetivo, enxuto, rápido e claro. Verificamos se o autor desenvolveu o conteúdo de acordo com os padrões norte-americanos de produção jornalística, adotado em grande parte dos jornais brasileiros. A análise da objetividade vai possibilitar a verificação do estilo argentino de se fazer jornalismo esportivo, em confrontação com o praticado no Brasil, dando suporte para as demais discussões. O segundo aspecto, *singularidade*, condiz com a singularização do fato, isto é, o olhar singular sobre o evento esportivo como se jamais o tivesse visto, utilizando, portanto, uma concepção mais literária do termo. Não se deve confundir com a singularidade de Genro Filho (2012), sendo esta uma concepção diferente – que também será abordada nesta dissertação, na questão da necessidade de singularidade do singular. Quanto à *individualidade*, refere-se ao método de individualizar a matéria jornalística por meio de um personagem central e, por vezes, único. Tal estratégia foi muito usada pelo cronista Nelson Rodrigues, que tinha apreço particular pela exaltação das grandes individualidades. Além disso, a pesquisa monográfica indicou que o diário *Olé* também utiliza de tal artifício em vários momentos, especialmente nos textos que complementam a

⁵ Ver Mello (2012).

cobertura das partidas, por meio de uma estrutura que denominamos contracrônica individualizante, conceito que será desenvolvido no segundo capítulo. Por fim, a *crônica de jogo* se refere àquelas matérias que relatam exclusivamente uma partida, seja ela entre clubes, seleções, amistosos ou oficiais. Tais textos possuem uma formatação que os distingue dos demais, visto que precisam saciar a demanda informacional do leitor, que inclui estatística, a descrição dos lances mais perigosos, substituições, rendimentos individuais e a ficha técnica do enfrentamento. Acreditamos que esse aspecto é fundamental para a comparação entre os dois diários.

Já na categoria “linguagem”, observamos o uso das palavras e a maneira como o autor pontua seus textos. Assim, podemos compreender de que forma a composição estratégica das frases e parágrafos ajudam na elaboração do discurso e na construção das publicações. Nessa categoria, são analisados três itens: *oralidade*, *vocabulário* e *pontuação*. A *oralidade* é a capacidade de fazer o texto conversar com o leitor. No âmbito jornalístico esportivo, tal artifício remete o receptor a uma mesa de bar, repleta de amigos concordando e discordando dos mais variados assuntos da modalidade. Tal artimanha é vista por Silva (1997, p.32) como algo simulado, que “assume, assim, uma dimensão estética, “literária”, e, muitas vezes, um certo tom de lirismo”. Apesar de a oralidade ser muito mais inerente à construção do texto do que a linguagem em si, optamos por movê-lo para a categoria “linguagem” pelo fato de os outros dois itens inseridos na mesma serem elementos cruciais em sua implementação. Com relação ao vocabulário, averiguamos as palavras e expressões utilizadas pelos repórteres e como elas são inseridas no texto. Tais observações dão pistas acerca do tipo de leitor que o diário esportivo em questão busca atrair, bem como o discurso que quer transmitir para o público. Enfim, a análise da forma como é posta a *pontuação* nas matérias também é imprescindível para a compreensão dos demais itens elencados. O uso de pontos, vírgulas, exclamações e interrogações podem atribuir um sentido todo particular ao texto jornalístico esportivo. Não esqueçamos, também, do impacto que as reticências podem causar em uma frase, atribuindo-a sentido completamente diferente do que se não houvesse os três pontos. Uma matéria com pontuação carregada pode conflitar com as máximas jornalísticas de objetividade e clareza. Ademais, devemos salientar que os títulos e linhas finas das publicações também serão analisados, pois estes possuem estilo particular em *Lance!* e *Olé*.

Por último, a categoria “discurso” se debruça sobre o posicionamento dos diários *Lance!* e *Olé* durante as Copas do Mundo, tanto com os esquetes nacionais quanto com os clubes. Talvez essa seja uma das maiores causas de divergências nos âmbitos teórico e prático, pois a ‘parcialidade’ e a explicitação do patriotismo entram em confronto direto com as normas adotadas pelo jornalismo brasileiro. Para essa categoria, são destacados três itens: *parcialidade*, *patriotismo* e *contextualização*.

Apesar de parcialidade e patriotismo serem aparentemente temas muito relacionados, devemos percebê-los como posturas diferentes. Todo discurso patriota em um veículo de comunicação é uma demonstração de jornalismo ‘parcial’, mas nem toda a ‘parcialidade’ é atrelada ao patriotismo. O profissional especializado na editoria de esportes pode, por exemplo, adotar um olhar ‘parcial’ a respeito de um jogador, de um clube, ou até mesmo de uma situação corriqueira do jogo. Optamos por aspar as expressões parcial e parcialidade pelo fato de estes serem conceitos relativos, como abordaremos no quarto capítulo. Para o desenvolvimento da análise, o item *parcialidade* remeterá à forma como cada diário vê o outro, sua alteridade, com ênfase aos maiores rivais – argentinos no caso dos brasileiros, brasileiros no caso dos argentinos. Por sua vez, o *patriotismo* englobará o discurso sobre o semelhante, isto é, a Seleção para o *Lance!* e *La Selección* para o *Olé*.

No caso da *contextualização*, atentamos para os elementos que auxiliam na solidificação e localização temporal e histórica do discurso, ou seja, os fatos que contextualizam o elemento central do relato, podendo ser de natureza informativa/estatística (relembrando fatos anteriores ou dados a respeito do desempenho tático ou técnico, individual ou coletivo), social (origem do personagem, panorama social na atualidade...), emotiva (sentimentos despertados pelo espetáculo esportivo, sejam eles positivos ou negativos) ou até mesmo proximidades com o leitor (atletas da mesma nacionalidade em outras equipes/seleções, termos populares ou até mesmo frases de canções conhecidas pelo grande público). Verificar de que forma *Lance!* e *Olé* contextualizam o fato principal permite que se evidencie a tônica que os textos buscam transmitir ao leitor,

Devemos ponderar que, apesar das separações dos itens e das categorias, não podemos pensar exclusivamente em um dos tópicos sem considerar a influência direta dos demais. A construção textual, por

exemplo, vai depender da forma como se trabalha a linguagem e o discurso que se adota, e vice versa.

No primeiro capítulo, intitulado “História do jornalismo esportivo”, desenvolvemos uma revisão histórica sobre os acontecimentos que influenciaram direta e indiretamente a modalidade mais popular do mundo, no Brasil e na Argentina, desde as primeiras partidas disputadas nos campos e nas *canchas*, passando pela consolidação do esporte nas mais variadas camadas sociais – e atuando como aglutinador delas –, na transição entre o amadorismo e profissionalismo e chegando até os dias atuais. Além disso, propomos o mesmo para o jornalismo esportivo, destacando os primeiros materiais jornalísticos produzidos e a transformação que estes sofreram com o passar das décadas. Dessa correlação entre o futebol e a cobertura da mídia esportiva podem-se apresentar algumas explicações para o panorama atual do jornalismo esportivo brasileiro e argentino.

No segundo capítulo, denominado “A organização tática (construção textual)”, expomos uma reflexão teórica acerca da categoria “construção textual”, abordando as distinções estruturais nos textos direcionados ao esporte, a fertilidade do campo esportivo para a aparição de mitos, dentre outros aspectos. Em seguida, a análise da categoria referida é iniciada, sendo feita separadamente. Dessa forma, primeiro é proposta a análise do diário *Lance!* e, depois, do diário *Olé*. No terceiro item, intitulado “espelho tático ou esquemas diferentes?”, é feita a comparação das análises, observando as semelhanças e diferenças entre os dois jornais. A partir daí, algumas constatações do estudo comparativo já são expostas, não restringindo, portanto, as conclusões desta investigação às considerações finais.

Nos capítulos terceiro e quarto, será adotada a mesma estrutura do segundo. Por conseguinte, os dois primeiros itens dizem respeito às análises das categorias “linguagem” (no capítulo 3) e “discurso” (no capítulo 4). No terceiro item de cada capítulo – “escolas iguais ou prosa *versus* poesia” no capítulo 3 e “profissionalismo ou amor à camisa” no capítulo 4 – são desenvolvidas as comparações dos resultados obtidos durante o processo de análise.

É importante salientar que encontramos a necessidade de transitar em outras áreas de conhecimento para obter uma compreensão mais sólida do objeto de estudo. Dentre elas, destacamos as contribuições de Silva (1997), que propõe perspectiva mais literária acerca das crônicas esportivas de Nelson Rodrigues, fundamental para a elaboração dos itens e das categorias aqui utilizados; e os estudos a

respeito do futebol sob um olhar sociológico, desenvolvidos principalmente por Helal (no caso brasileiro) e Alabarces (no caso argentino). A busca por estudos teóricos de outros campos de conhecimento é necessária também graças à escassez de publicações que intentem refletir sobre o jornalismo esportivo. No Jornalismo, evidenciamos a relevância da tese doutoral de Rojas Torrijos (2010), que nos ajudou a expor e discutir muitas das especificidades da cobertura esportiva.

Dessa carência bibliográfica, surgiu a maioria das minhas inquietações fomentadoras. Indiscutivelmente, os estudos de âmbito teórico sobre comunicação e esporte vêm crescendo gradativamente, seja com publicações em anais de eventos, livros organizados ou grupos de pesquisa⁶. Contudo, muitos passos precisam ser dados para que o segmento disponha de uma bibliografia farta e extensa, que dê amplo suporte para novas pesquisas. Assim sendo, deixamos aqui nossa contribuição.

Além disso, tenho o intuito de preencher uma lacuna aberta na minha pesquisa monográfica: que um jornalismo esportivo mais literário, emocionante e mais próximo ao proposto por Nelson Rodrigues é possível, mesmo com as atuais demandas de informação rápida e precisa.

A emoção também faz parte do jornalismo, como bem mostraram as crônicas de Nelson Rodrigues no passado. E alguém precisa fazê-la retornar ao cotidiano das páginas esportivas. Mesmo que alguns mitos da história do esporte brasileiro, como Dunga, Romário e Ronaldo, tenham ficado perdidos num tempo restrito à descrição nua e crua da realidade (COELHO, 2004, p.23).

Com isso, temos a pretensão de contribuir para a melhoria do texto jornalístico esportivo brasileiro. Não são somente as agremiações, os esportes e os jogadores que despertam a paixão nos mais variados indivíduos, das mais distintas classes sociais e de credos diferentes. A imprensa possui papel fundamental nessa construção de idolatria e de perpetuação dos ídolos que, muitas vezes, são oriundos da mesma realidade em que tantos outros vivem. Um produto jornalístico esportivo

⁶ Ver Helal (2011).

bem pensado mantém a chama da paixão futebolística cultivada na infância, que se mantém acesa e vigorosa até os últimos anos de vida.

CAPÍTULO 1 – O RETROSPECTO (HISTÓRIA DO JORNALISMO ESPORTIVO E DA RIVALIDADE)

Não são somente as histórias do futebol de Brasil e Argentina que estão repletas de episódios marcantes. Na maioria esmagadora deles, e nos demais eventos esportivos, o jornalismo estava lá para presenciá-los e transmiti-los através de textos, imagens, áudios e vídeos, protagonizando pioneirismos, acertos e erros.

Neste capítulo, propomos breve apanhado histórico do jornalismo esportivo nos dois países, bem como de que forma a rivalidade entre ambos se consolidou dentro e fora de campo. Devemos ressaltar a importância das pesquisas aqui utilizadas, pelos resultados e, acima de tudo, pelo esforço dos pesquisadores envolvidos. No caso do jornalismo esportivo brasileiro, destacamos as obras de Stycer (2007; 2009), Cintra Sobrinho (2005), França (2006) e Kishinhevsky (2004). Do lado argentino, as investigações de Mariano Hernán López (2010), sendo uma delas em coautoria com seu irmão Andrés López (2011), são importantíssimas para a viabilização deste capítulo. Já com relação à rivalidade, os estudos de Helal e Lovisolo também fornecem grande contribuição. Salientamos nosso esforço em munir-nos de referenciais específicos do jornalismo esportivo, dada a necessidade do diálogo entre as poucas pesquisas de cunho acadêmico sobre o assunto.

Os primeiros momentos do futebol, em particular, têm sido farta e calorosamente discutidos, enquanto muito pouco se pesquisou especificamente sobre os primeiros momentos do jornalismo esportivo. Para quem se interessa pelo papel da imprensa nesse processo, as principais informações disponíveis encontram-se, quase sempre, como elemento secundário ou acessório nos estudos que historiadores, sociólogos, antropólogos, professores de literatura e mesmo jornalistas têm dedicado ao início do futebol no Brasil (STYCER, 2009, p.36).

Desde a revista *LeSport* (1854), publicação francesa apontada como a primeira no segmento esportivo, passando pelas iniciativas de Pierre de Coubertin, a relação entre esportes e meios de comunicação se estabeleceu em muitos países. Na América do Sul algumas décadas depois, com as primeiras práticas esportivas no continente. E embora os

relatos jornalísticos esportivos tenham surgido, obviamente, para informar o receptor sobre as modalidades, a editoria conviveu intimamente com questões políticas, sociais e econômicas desde os primórdios.

1.1 Jornalismo esportivo no Brasil

O jornalismo esportivo sempre foi — e permanece — visto como uma especialidade subalterna, de pouco prestígio interno nos jornais, um lugar reservado a iniciantes e fanáticos por esportes, de onde dificilmente se sai para cargos considerados mais nobres. (STYCER, 2009, p.20)

Reconstituir o percurso da cobertura esportiva no Brasil significa, obviamente, contar como a modalidade mais popular dentre os brasileiros se transformou de um simples esporte bretão para uma paixão nacional. Como será exposto neste item, ambos estiveram intimamente ligados por inúmeros aspectos. Desde o uso dos meios impressos para a divulgação das primeiras partidas, entre o final do século XIX e o início do século XX, até os deslizos éticos e administrativos que permearam — e ainda permeiam — os dois segmentos. Contudo, é importante salientar que os primeiros passos do jornalismo esportivo em terras brasileiras foram dados sem a presença do futebol. Cintra Sobrinho (2005, pp.138,139) recorda que, mesmo que esporadicamente, alguns diários já publicavam notas sobre corrida de cavalos e remo na metade do século XIX. Em seguida, o referido autor identifica o surgimento de três periódicos no período: *O Atleta* (1855), *O Sportman* e *O Sport* (os dois últimos criados em 1887). A duração dos periódicos esportivos da época, no entanto, era curtíssima.

Convencionou-se afirmar no Brasil que a apresentação do futebol para os brasileiros diz respeito a um personagem, chamado por muitos de ‘pai do futebol’: Charles Miller. Filho de pais britânicos, Charles nasceu em São Paulo, mas estudou na Inglaterra. Lá, aprendeu a jogar *football*, *rugby* e *cricket*. Ao retornar para o Brasil, teria trazido bolas, um par de chuteiras, um livro com as regras do futebol e uniformes usados. Teria sido Miller o protagonista da primeira partida realizada no país, no final do século XIX. A “tese Miller” (SHIRTS apud CINTRA SOBRINHO, 2005, p.120), no entanto, é posta em xeque por alguns teóricos. “[...] há indícios de que em outras regiões do país e

do estado de São Paulo o futebol foi introduzido antes de Miller ou sem qualquer ligação com esse personagem" (CINTRA SOBRINHO, 2005, p.119). Convém advertir que seria ingenuidade atribuir aos materiais trazidos e à iniciativa de Miller em difundir a modalidade a responsabilidade exclusiva pela expansão do futebol em poucos anos no Brasil (MELO apud CINTRA SOBRINHO, 2005, p.123).

Independentemente de quem e como apresentou o esporte mais popular do mundo aos brasileiros, a origem futebolística conferiu à prática esportiva um ar aristocrático. Os jogos eram disputados apenas em associações esportivas fundadas por estrangeiros – em sua maioria britânicos – e somente estes poderiam jogar. Anos mais tarde, os brasileiros com poder aquisitivo semelhante ao dos futebolistas forasteiros foram incluídos no restrito círculo futebolístico daqueles tempos. As primeiras agremiações fundadas no Rio de Janeiro (sobretudo Fluminense, Botafogo e Flamengo)⁷ e em São Paulo (Mackenzie, Germânia, Paulistano, dentre outros) mostram o viés elitista do *football* àquela época, o que resultou em previsões erradas sobre o sucesso do esporte no país como, por exemplo, a de Graciliano Ramos (apud COELHO, 2004, p.7), que acreditava que a modalidade não “pegaria” em terras tupiniquins. Como se sabe, o escritor estava profundamente enganado.

Mesmo segregado, o futebol vai se espalhar pelos subúrbios do Rio de Janeiro e pelos bairros de trabalhadores de São Paulo. Clubes serão fundados em todos os cantos, associações vão funcionar de forma alternativa às ligas que se impuseram como “oficiais”. Dois mundos. E, como tais, enquadrados pelos jornais. (STYCER, 2009, p.41)

A disseminação do futebol pelas periferias das duas maiores cidades do país foi rápida e bem-sucedida. Por ser facilmente praticável, no qual se necessita de, no mínimo, uma bola improvisada, as camadas mais populares tiveram a oportunidade de ter contato com o esporte. E, como foi evidenciado anteriormente, o contato se restringia a jogos recreativos, pois as competições amadoras eram somente para bem abastados e de pele clara. Nesse contexto, dois clubes tiveram suma importância na integração de negros, pobres e demais marginalizados: o

⁷ Ver Kishinhevsky (2004, p.68).

The Bangu Athletic Club (posteriormente chamado de Bangu Atlético Clube) e o Clube de Regatas Vasco da Gama. Embora o Bangu seja reconhecido como o primeiro clube brasileiro a aceitar atletas negros em seu elenco⁸, o Vasco foi pioneiro não só por abrir as portas para aqueles que não tinham vez em demais agremiações, mas também na preparação física, regime de concentração e premiação para os jogadores⁹.

Ainda com relação ao racismo por parte das agremiações elitistas, é importante frisar que o caso foi um pouco diferente no certame paulista. Mesmo com a postura aristocrática dos clubes, "Não há, portanto, evidências de segregação racial neste instante fundador do futebol paulista, embora tenha ocorrido um claro conflito de classes" (KISHINHEVSKY, 2004, p.68).

Em meio a tais turbulências, o jornalismo esportivo era, na maioria das vezes, instrumento de elucidação dos ideais elitistas da modalidade, principalmente na discussão acerca da profissionalização da prática futebolística na década de 1930, como será visto mais adiante. Todavia, um diário fugiu de tal corrente: *Fanfulla*. Criado em 1893, o diário foi um dos pioneiros na cobertura esportiva (CINTRA SOBRINHO, 2005, p.137). "Não se tratava de periódico voltado para as elites, não formava opinião, mas atingia um público cada vez mais numeroso na São Paulo da época: os italianos" (COELHO, 2004, p.8). Podemos pressupor que a atenção dada ao futebol pela publicação de língua italiana se deve ao gosto dos imigrantes pela modalidade, que já era ensinada nas escolas da Itália na segunda metade do século retrasado (CINTRA SOBRINHO, 2005, p.137). Além disso, *Fanfulla* foi pontual para a reconstrução da história futebolística paulista, como relata Coelho (2004, p.8):

A Fanfulla é até hoje a grande fonte de consulta dos arquivos do Palmeiras sobre as primeiras décadas do futebol brasileiro [...] **Não existia o que se pode chamar hoje jornalismo esportivo.** Mas não fossem aqueles relatos e ninguém jamais

⁸ Alguns creditam tal feito à Ponte Preta, visto que esta já contava com negros desde a sua formação, em 1900.

⁹ Para um olhar mais aprofundado da inclusão dos negros no futebol brasileiro, ver Rodrigues Filho (2003).

saberia, por exemplo, quando e qual foi o primeiro jogo do velho Palestra^{10 11}.

A frase grifada na citação exposta acima pode ser transferida para um sentido mais abrangente. Durante a década de 1910, ocorreu um processo fundamental para a consolidação do futebol no país: a formação de um *scratch* nacional. Antes de a seleção brasileira entrar em campo pela primeira vez, em 1914, algumas partidas internacionais foram disputadas em solo brasileiro, mas reunindo apenas combinados estaduais para representar o Brasil¹². Com a formação de um selecionado nacional – inicialmente composto por cariocas e paulistas e, cinco anos mais tarde, a conquista do primeiro título expressivo (Sul-americano de 1919), o esporte se fixou de vez: primeiro nas metrópoles, depois migrando para as cidades menores. Nas matérias veiculadas nos periódicos da época, verificavam-se expressões como “epidemia” e “coqueluche” para descrever a relação da sociedade da então capital federal com a modalidade (COELHO, 2004, p.12).

Mesmo com o cenário favorável descrito no parágrafo anterior, o jornalismo esportivo demorou em alcançar a “epidemia” futebol, chegando a patamares minimamente respeitáveis durante a década de 1930. Uma década antes, com o futebol já estabelecido como um esporte de adesão nacional, pouco espaço era dado para a cobertura esportiva (COELHO, 2004). Ademais, as condições de trabalho eram péssimas. Em suma, os profissionais da área esportiva eram “[...] despreparados, mal remunerados e alheios a padrões éticos que, então, já eram valorizados, em particular a fidelidade à verdade factual e a sobriedade na forma de descrever os fatos” (STYCER, 2007, p.6). Em seu artigo, Stycer ainda evidencia a necessidade de os jornalistas esportivos transitarem em outras editorias para garantir seu sustento. Coelho (2004, p.6) associa o despreparo e o desprezo dos grandes jornais com o esporte ao preconceito:

Durante todo o século passado, dirigir redação esportiva queria dizer tourear a realidade. Lutar contra o preconceito de que só os de menor poder

¹⁰ Cabe lembrar que o Palestra Itália, atual Sociedade Esportiva Palmeiras, foi criado após um aviso veiculado em *Fanfulla*. No texto, os imigrantes italianos eram convidados a fundar uma nova agremiação, o que acabou acontecendo.

¹¹ O grifo é meu.

¹² Ver Cintra Sobrinho (2005, p.133).

aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário. O preconceito não era infundado, o que tornava a luta ainda mais inglória.

O panorama descrito por Coelho também é constatado por Stycer (2007, p.4): “Desde o início, foi uma especialidade menos relevante dentro do jornalismo, nitidamente subalterna em relação ao jornalismo político, por exemplo, e atraía profissionais com menos habilidades e ambições que os redatores políticos e/ou literários”.

Sob uma perspectiva mais acadêmica, Marques (2003) assinala algumas proposições para ir ao encontro do que foi afirmado por Coelho e Stycer. O autor propõe uma ligação entre o amadorismo da editoria e a figura do “homem do esporte”, sendo este relacionado à alienação política (2003, p.3), já que o esporte desempenha um papel alienador. Em seguida, Marques supõe: “Uma das explicações possíveis reside no fato de que a ação do jornalista esportivo, a priori, não detém o poder de provocar mudanças significativas em sistemas políticos ou em estruturas econômicas mais complexas” (2003, p.3).

As condições da editoria de esportes começam a dar seus primeiros indícios de melhora no decorrer da década de 30. Até então, a modalidade sofria com bairrismos e brigas ideológicas. No âmbito nacional, cariocas e paulistas peleavam para ser o centro futebolístico. Stycer (2009) assinala que a rixa foi iniciada na década de 1910 e teve seu apogeu na Copa do Mundo de 1930, quando a falta de acordo no número de integrantes paulistas na delegação resultou em um escrete composto apenas por jogadores que atuavam no Rio de Janeiro. Além disso, com a crise cafeeira em São Paulo, os times amadores começaram a perder força, dando espaço, assim, à profissionalização do futebol nacional. O processo que culminou na adoção do profissionalismo, porém, foi constituído por anos de discordâncias, com o jornalismo esportivo tendo papel central nesse duelo de forças. Mas, inevitavelmente, a editoria sofreu desgastes enquanto nenhuma decisão era tomada.

A obra de Stycer (2009) dedica boa parte de um capítulo para descrever detalhadamente os imbróglis entre amadores e profissionais em São Paulo, contextualizando com a tensão política da época, que acabou resultando na Revolução Constitucional (1932). Acredita-se que a contribuição mais importante de Stycer nesse assunto é o relato da sagacidade de Cásper Líbero. O empresário teve atuação fundamental na conciliação entre amadores e profissionais em 1929. De acordo com

Stycer, Cásper Líbero concluiu que a cisão no futebol paulista prejudicava suas ambições jornalísticas esportivas. Mesmo que de maneira mais ampla, Cintra Sobrinho (2005, p.141) destaca a relevância da imprensa esportiva nas tensões futebolísticas nas primeiras quatro décadas do século XX: "A participação da imprensa em episódios como a aceitação de negros nos times e no selecionado nacional foi decisiva, assim como a pressão a favor da profissionalização, exercida no início da década de 1930 (o futebol profissional foi oficialmente instituído no Brasil em 1933)".

Por sua vez, com o profissionalismo sacramentado e as animosidades entre paulistas e cariocas esfriadas, a cobertura esportiva desfrutou de panorama até então ímpar, pois foi possível o nascimento e a consolidação de dois diários esportivos com enorme representatividade.

Uma nova perspectiva se abria, e para isso contribuía uma nova imprensa esportiva. O número de publicações dedicadas ao esporte alcança um crescimento estrondoso, saltando de cinco, em 1912, para 58, em 1930, o que ajuda a consolidar “uma sólida indústria em torno do jogo”. Nascem nesse período, não por acaso, as duas publicações que vão ser, por meio século, sinônimo de imprensa esportiva brasileira: a *Gazeta Esportiva*, em São Paulo, e o *Jornal dos Sports*, no Rio de Janeiro (STYCER, 2009, p.54)¹³.

Antes de prosseguirmos, é necessário situar brevemente o jornalismo esportivo do Brasil no cenário internacional. "Enquanto na Europa a cobertura esportiva só tenha recebido maior incremento após o final da II Guerra Mundial, em 1945 [...]” (MARQUES, 2003, p.5), tendo, portanto, desenvolvimento tardio se comparado ao caso brasileiro, a Argentina – e até onde pudemos apurar, o Uruguai – tinham ligas nacionais já inteiramente estabelecidas e, concomitantemente, uma

¹³ O *Jornal dos Sports* foi veiculado pela primeira vez em 1931. Já *A Gazeta Esportiva*, apesar de ter aparecido como suplemento semanal de *A Gazeta* em 1928, tornou-se diária somente em 1947, um ano após a morte de Cásper Líbero, que assumiu o controle de *A Gazeta* em 1918 e criou a coluna *Gazeta Esportiva*, embrião da publicação especializada.

imprensa esportiva mais preparada, com condições de trabalho e meios especializados¹⁴.

Além do surgimento dos dois diários esportivos mais importantes do século XX, foi nas décadas de 1930 e 1940 que dois grandes nomes revolucionaram a editoria de esportes: Thomaz Mazzoni (1900-1970), em São Paulo, e Mário Rodrigues Filho (1908-1966), no Rio de Janeiro. Ambos, curiosamente, foram responsáveis por *A Gazeta Esportiva* e *Jornal dos Sports*, respectivamente, durante anos. Sobre Mazzoni à frente do jornal paulista, no qual ficou por cerca de uma década, Stycer (2009, p.66) escreve:

Sua atuação à frente do jornal se dará em duas frentes. Por um lado, vai estabelecer um diálogo com o torcedor, de uma forma que a imprensa esportiva de São Paulo ainda não havia feito, buscando torná-lo um leitor fiel do jornal, por meio de inúmeros artifícios e promoções. Por outro lado, numa militância ferrenha, em sua coluna no jornal, vai dar combate, nas suas palavras, “à degeneração completa, à desordem e à desmoralização” do futebol brasileiro, causada por dirigentes de clubes e ligas, bem como por jornalistas, todos acusados de praticarem o que ele chama genericamente de “clubismo”.

Notamos, portanto, a dedicação de Mazzoni em duas frentes principais: na mudança na prática jornalística esportiva e na busca por postura mais profissional das entidades responsáveis. É importante pontuar que, de acordo com as pesquisas feitas, esse é o primeiro episódio no qual ocorreram mudanças significativas no jornalismo esportivo paulista. Outro aspecto que deve ser ponderado é que a palavra “clubismo”, salientada por Stycer, não diz respeito a demonstrações de parcialidade clubística. Tal ideia fica bem evidente quando o autor busca correlacionar Mazzoni com Mário Filho. "Da mesma forma que Mário Filho no Rio de Janeiro, Mazzoni entende que a paixão (pelos clubes, pela seleção) é um dos elementos fundamentais do futebol. Por meio da *Gazeta Esportiva* vai alimentar essa paixão e facilitar a identificação do torcedor com o jornal" (STYCER, 2009, p.66).

¹⁴ Ver 1.2.

Inegavelmente, Thomaz Mazzoni é uma das grandes referências do jornalismo esportivo brasileiro. Entretanto, priorizaremos a trajetória de Mário Filho para dar continuidade ao apanhado histórico da cobertura esportiva no país. Tomamos tal decisão pelo fato de a figura do jornalista pernambucano e radicado no Rio ser muito mais pertinente para esta investigação. Seu estilo, sua relevância não só na divulgação da prática esportiva e na organização de torneios, seu vínculo – não só familiar – com o cronista, teatrólogo e dramaturgo Nelson Rodrigues e, é claro, sua trajetória como jornalista são indispensáveis para o desenvolvimento desta pesquisa.

Nascido em Recife, Mário Rodrigues Filho foi o terceiro de doze filhos. Seu pai, Mário Rodrigues, foi detentor de alguns jornais na então capital federal, fazendo com que seguir a carreira de seu progenitor fosse um caminho natural. Começou em *A Manhã* aos dezoito anos, desempenhando funções administrativas. Já aos vinte, a seu pedido, assumiu o caderno de esportes, ao contrário da preferência de seu pai, que gostaria de vê-lo escrevendo sobre política¹⁵.

Com a morte de Mário Rodrigues, em 1930, a família enfrentou sérias dificuldades e Mário Filho acabou entrando para equipe de *O Globo*, do amigo Roberto Marinho, um ano depois. Lá, integrou a equipe da editoria de esportes, na qual teve problemas com seus companheiros. Silva (apud STYCKER, 2009, p.72) relata que *O Globo* chegou a ter dois editores das páginas esportivas: Mário Filho e Neto Machado. A diferença de ideias era tão evidente que o diário chegou a ser veiculado com as páginas de esportes contendo opiniões totalmente divergentes. Com a insustentabilidade do cenário descrito, não demorou muito (1932) para que Mário Filho assumisse de forma definitiva o conteúdo esportivo de *O Globo*. Mas foi no *Jornal dos Sports*, adquirido por ele em 1936, que o jornalista impôs suas ideias de formatação jornalística e, também, de organização de eventos esportivos.

Assim como Mazzoni, Mário Filho implementou inúmeras práticas na editoria, não só no texto em si, mas na forma de apuração e coleta de informações. O jornalista designava seus repórteres para locais onde os jogadores poderiam estar, invadindo, assim, a privacidade de muitos deles, atitude descrita por Stycer (2009) como sensacionalista. Mas a grande inovação diz respeito à linguagem introduzida: "A linguagem, por fim, também mudou. O texto tornou-se mais simples, coloquial, fazendo uso de diálogos e depoimentos, [...] narrativas não

¹⁵ Ver Stycer (2009, p.72).

usadas pelo jornalismo esportivo até então” (STYCER, 2009, p.77). Percebe-se que as características textuais impostas por Mário Filho até aqui citadas – principalmente coloquialismo e a paixão – não condizem com o ideal do jornalismo norte-americano, que estava prestes a ser disseminado nos jornais brasileiros e que, como será abordado, foi criticado por Nelson Rodrigues por inúmeras vezes. Mesmo assumindo que era torcedor do Flamengo, Mário Filho era capaz de produzir relatos apaixonados sobre qualquer outra agremiação (COELHO, 2004, p.13).

Devemos mencionar também que Mário Filho foi importantíssimo para difusão da prática esportiva e todos os aspectos que a envolvem. No futebol, organizou competições dentro de campo – dentre elas, o Torneio Rio-São Paulo – e fora dele, como, por exemplo, concurso de torcidas, o que contribuiu para a mudança no estilo brasileiro de torcer. Ademais, foi um dos defensores da construção de um novo estádio municipal para sediar a Copa do Mundo de 1950, no bairro da Tijuca: o Maracanã, que leva seu nome. Kishinhevsky (2004, p.39) crê que a militância de Mário Filho “pelo reconhecimento oficial da importância da atividade esportiva para a formação da cidadania” foi um dos alicerces que resultaram na transformação na cobertura esportiva, feita pelo jornalista. Já Helal (2011, p.3) vê Mário Filho meritoso não só no âmbito esportivo, mas também na construção de uma identidade nacional: "No meio do futebol, as crônicas e os livros do jornalista Mário Filho [...] foram importantes no processo de uso do futebol para se reconstruir o “nacional”, justamente em um período de profissionalização e popularização do esporte e de mudanças na maneira de se pensar o país" (HELAL, 2011, p.3).

Os inúmeros feitos de Mário Filho, contudo, não impedem que algumas pesquisas questionem o seu pioneirismo no jornalismo esportivo no país e, ademais, o uso de uma de suas principais obras, *O negro no futebol brasileiro* (RODRIGUES FILHO, 2003), como fonte histórica. Stycer (2009, p.42) expressa que alguns autores rotulam o jornalista como inventor do jornalismo esportivo brasileiro, o que não está correto. Identifica, também, problemas em utilizar *O negro no futebol brasileiro* em pesquisas de cunho histórico (2009, p.50).

Mas, dentre a bibliografia consultada, a investigação que discute melhor tal implicação é de Capraro (2011). O autor propõe a hipótese de que os feitos de Mário Filho foram superdimensionados, graças a um círculo privilegiado de pessoas com grande influência, próximas ao jornalista. Um deles foi seu irmão, Nelson Rodrigues. A

influência do dramaturgo na construção da imagem de Mário Filho para o jornalismo esportivo no país fica evidente no trecho a seguir:

Mas eu gostaria de perguntar: - o que era e como era a crônica esportiva antes de Mario Filho? Simplesmente não era, simplesmente não havia. Sim, a crônica esportiva estava na sua pré-história, roia pedra nas cavernas. Não vejam crueldade nas minhas palavras, mas apenas simples e exata veracidade histórica (RODRIGUES apud CAPRARO, 2011, p.216).

Logo abaixo, Capraro vai ao encontro do que foi defendido por Stycer:

[...] Nelson é nitidamente tendencioso, porém tal crônica, por ter uma função explicativa, acabou referenciando alguns pontos importantes ocorridos na reforma do jornalismo esportivo. Sem dúvida, Mario Filho foi um vanguardista, **mas não se pode atribuir exclusivamente a ele (como Nelson o fez) o surgimento da imprensa esportiva profissional** (p.217,218)¹⁶.

Mais além, Capraro (2011, p.218) apresenta um dos principais argumentos de sua reflexão: indica que o estilo original na escrita de Mário Filho, na verdade, tem forte ligação com a de alguns escritores modernistas, propagado durante a Semana de Arte Moderna de 1922. Tal ideia dá respaldo ao que foi assinalado por Toledo (apud STYCER, 2009, p.45): "a polêmica em torno da invenção ou reinvenção refere-se, especificamente, mais ao estilo do que propriamente à presença ou ausência de cobertura jornalística sobre o assunto".

Capraro ressalta que há um debate acadêmico acerca da questão e expõe autores que concordam e discordam de sua hipótese (2011, p.222). Por fim, o autor conclui:

Concordam tais vertentes que Mario Filho foi um dos primeiros literatos a ganhar espaço escrevendo sobre futebol nas capas dos grandes jornais brasileiros; que também foi o primeiro a

¹⁶ Grifos meus.

prosperar editando um diário exclusivamente direcionado aos esportes; além de escrever vários livros respeitáveis versando sobre o futebol. Mas a alcunha de "inventor" realmente se deu devido ao esforço e constante reforço por parte do seu círculo de convívio [...] No seio deste grupo de notáveis, o mais engajado em enaltecer as virtudes profissionais de Mário Filho foi seu próprio irmão, Nelson Rodrigues [...] (CAPRARO, 2011, p.222)

Reforçamos, apesar dos questionamentos, a relevância de Mário Filho para o jornalismo esportivo brasileiro. Ele – e também Thomaz Mazzoni – foram referências em suas respectivas cidades, graças à originalidade e a visão pioneira que tiveram. "Cásper Líbero, com a importante ajuda de Mazzoni, e Mário Filho foram hábeis em entender que o futebol, na década de 30, havia se tornado um fenômeno de massas e exigia, por isso, um jornalismo mais popular, com forte apelo à emoção do leitor" (STYCER, 2009, p.83).

A família Rodrigues não teve só Mário como ator principal na transformação do jornalismo esportivo brasileiro. Embora tenha dedicado a maior parte do seu tempo a outras áreas, as crônicas esportivas de Nelson Rodrigues (1912-1980) são uma boa fonte de inspiração para quem pretende produzir materiais – jornalísticos ou não – sobre esporte. O dramaturgo escreveu crônicas para *O Globo* por vários anos. A revista *Manchete Esportiva* também recebeu seus textos entre 1955 e 1959. O prazer por escrever sobre futebol era ocasionado pelo seu amor à modalidade, ao escrete canarinho e, acima de tudo, pelo Fluminense.

Minha pesquisa monográfica (MELLO, 2012) indicou que as crônicas esportivas de Nelson Rodrigues contêm inúmeras características inerentes não só ao jornalismo esportivo brasileiro, mas também à cobertura esportiva na Argentina. Deduzi, portanto, que as publicações do teatrólogo dizem muito sobre algumas estratégias utilizadas no jornalismo esportivo na atualidade, bem como na busca por um texto jornalístico esportivo com elementos subjetivos, indo de encontro aos relatos produzidos pelos “idiotas da objetividade”, como diria Nelson. Além disso, Nelson Rodrigues e suas crônicas relatam um processo importante de nossa história futebolística: a transição de um time desacreditado e destruído pelo *Maracanazo* – sentimento denominado por Nelson como “complexo de vira-latas” – para uma

seleção vencedora, com valores como Didi e Pelé, sendo estes personagens usados para a inserção de um discurso de integração racial, confrontando algumas opiniões que perduravam, atribuindo o insucesso tupiniquim em 1950 – e em outros segmentos sociais – à miscigenação do povo brasileiro¹⁷.

Já na década de 1960, os produtos jornalísticos esportivos impressos sofreram novas mudanças. Coelho (2004, pp.9,10) nota certa volatilidade no jornalismo esportivo durante a referida década, com o surgimento e a breve existência de revistas especializadas como, por exemplo, a *Revista do Esporte*. Nos jornais, os diários mais importantes já têm seu espaço destinado ao conteúdo esportivo. Nessa época surge o *Caderno de Esportes*, que dá origem ao *Jornal da Tarde*, classificado por Coelho como “[...] uma das mais importantes experiências de grandes reportagens do jornalismo brasileiro” (2004, p.10). Marques (2003, pp.8,9) expressa que o rádio e a televisão contribuíram para que tais transformações seguissem ocorrendo nas publicações, que tiveram de se adaptar ao aparecimento das novas mídias.

Mas é na década de 1970 que o jornalismo esportivo impresso vivencia outro momento-chave: chega às bancas *Placar*, produção da *Editora Abril*. Segundo Marques, a revista:

[...] procurou revolucionar a cobertura esportiva no país. Utilizando uma linguagem mais moderna, buscando novas abordagens no tratamento dos atletas, abusando do uso de imagens e fugindo dos lugares comuns próprios do meio do futebol, a revista sedimentou-se rapidamente como um dos veículos mais importantes no mundo do esporte e passou a influenciar as coberturas dos principais jornais brasileiros (MARQUES, 2003, p.9)

Não podemos associar diretamente, no entanto, a chegada de *Placar* e suas propostas inovadoras com o declínio de *A Gazeta Esportiva* e *Jornal dos Sports*. “Não se pode dizer que [os dois diários] tenham sido abalados pela concorrência, uma vez que a única novidade de peso no mercado editorial, no período, foi o surgimento da revista *Placar* [...] com circulação semanal” (STYCER, 2009, p.86). Embora não existam estudos de cunho acadêmico que explorem minuciosamente a trajetória dos dois diários e, à vista disso, expliquem os altos e baixos

¹⁷ Ver Mello (2012, p. 44-66).

das publicações (STYCER, 2009, p. 85), a queda de prestígio das até então maiores referências do jornalismo esportivo do eixo Rio-São Paulo, supõe-se, pode estar ligada com a crise econômica e administrativa do futebol nacional. Os modelos adotados pelos diários especializados, vistos por Mourim e Lovisollo (2004, p.4) como artesanais, precisavam dar espaço a materiais como *Placar*, que buscassem compreender o porquê da crise futebolística nacional e de que forma tal panorama se aproximava de outros setores da nossa sociedade, como política e economia. Dentro da editoria de esportes dos grandes jornais brasileiros, passou-se a lograr maior compromisso com a verdade e relato mais humanizado (CARVALHO apud STYCER, 2007, p.7), fazendo com que as imprecisões fossem cada vez mais raras (COELHO, 2004, p.18).

Nos anos 1980, o esporte – especialmente o futebol – começa a se mostrar como um excelente negócio. Na Europa, as ligas iniciam seu processo de crescimento e, conseqüentemente, lucros cada vez maiores, resultando no gradativo aumento do êxodo de atletas brasileiros – e de outros países vistos como exportadores de craques. Por aqui, as ligações cada vez mais íntimas entre o dinheiro e o mundo da bola fizeram com que a imprensa precisasse de um corpo profissional melhor qualificado, que estivesse preparado para escrever sobre os ídolos que demonstravam suas habilidades dentro e fora do país. Acompanha-se, então, a sofisticação da mão-de-obra jornalística esportiva (KISHINHEVSKY, 2004, p.39) e a formação mais específica. “As editorias de esporte se especializam cada vez mais e chegam até a criar subdivisões, para poder comentar as diversas modalidades esportivas” (MARQUES, 2003, p.10).

Além disso, os meios de comunicação também passaram a se preocupar com a modernização dos equipamentos e espaços físicos das redações. Evidentemente, tais mudanças foram (e são) fundamentais para a adequação das condições de trabalho do profissional. Ponderamos, entretanto, que a imprensa esportiva vem adotando a modernização tecnológica como forma de aperfeiçoar a construção do relato jornalístico, o que, em nossa opinião, é um equívoco. As tecnologias podem e devem ajudar o jornalista da editoria de esportes no processo de elaboração do produto jornalístico, seja como fonte estatística, de esclarecimentos de eventuais dúvidas, ou no auxílio da compreensão do receptor. Mas não esqueçamos o texto em si, a mensagem, seja qual for a mídia usada. Modernizar os equipamentos de

transmissão de informação não quer dizer necessariamente que o relato da informação foi aperfeiçoado.

Cintra Sobrinho (2005, p.142) parte da opinião que as reportagens de cunho investigativo não são geralmente vinculadas ao gênero esportivo, apesar de já terem sido presenciadas relevantes publicações acerca de escândalos administrativos no futebol brasileiro. Nesse sentido, continua Cintra Sobrinho, a *Folha de S. Paulo* tem papel pontual na atenção dada aos fatores políticos da modalidade em suas páginas, inspirando outros diários a incorporar tal postura. À vista disso, Marques (2003, p.11) enxerga certa autonomia na editoria de esportes dos grandes jornais nas últimas duas décadas:

Nos últimos vinte anos os jornais de referência brasileiros intensificaram seus esforços no sentido de manter equipes mais preparadas para as editorias de esporte, com pessoal mais especializado. [...]A seção de esportes passa a funcionar, desse modo, como um jornal autônomo dentro do jornal, tal é o nível de especificidade e detalhamento que cerca o universo esportivo.

Stycer (2009, p.23) mostra, no entanto, que as transformações decorrentes nos anos 1980 e continuadas na década seguinte foram permeadas por muitos erros. Atentemos para a última frase do trecho a seguir, que entra em concordância com o impasse da modernização tecnológica do jornalismo esportivo.

É evidente, e pretendo mostrar isso ao longo deste estudo, que as mudanças na imprensa, no jornalismo esportivo e na estrutura do esporte ocorridas na década de 90 foram marcadas por inúmeros conflitos e contradições — a sinalizar, como aconteceu em outros períodos ao longo do século XX, que **“modernização” pode ser sinônimo de atraso**¹⁸.

A decadência gradual de *A Gazeta Esportiva* e *Jornal dos Sports*, aliada aos “conflitos e contradições” e ao fato de a editoria de esportes ter adquirido certa autonomia, propiciaram que o empresário

¹⁸ Grifo meu.

Walter de Mattos Junior tivesse as condições primordiais para investir em um novo produto: o diário *Lance!*.

Lançado no dia 25 de outubro de 1997, *Lance!* “nasceu embalado por uma retórica que o apresentava como protagonista de uma nova etapa de modernização da imprensa brasileira” e classificado como uma nova experiência jornalística e empresarial no Brasil (STYCER, 2009, pp.15,16). Inspirado em diários esportivos internacionais como, por exemplo, o espanhol *Marca* e o argentino *Olé*, e tendo a *Gazeta Esportiva* e *Jornal dos Sports* como antípodas (STYCER, 2009, p.40), o diário brasileiro aproveitou a falta de concorrência e ganhou seu espaço no mercado jornalístico já no início de sua existência. Em 2005, comemorava o fato de estar na lista dos dez diários mais vendidos no Brasil, com uma tiragem de 128 mil exemplares (STYCER, 2009, p.16).

Além de três fundos de investimento (*Icatu*, *Dynamo* e *Simonsen*), o jornal contava com um gigante das comunicações dentro seu grupo de acionistas: as *Organizações Globo*. Mesmo que de forma minoritária, contribuiu para a apresentação do *Lance!* como um produto moderno e profissional (STYCER, 2007, p.2). A presença da maior *holding* comunicacional do Brasil no corpo empresarial do diário esportivo, todavia, não pode ser associada somente a pontos positivos. As pesquisas de Stycer (2009) mostram que as *Organizações Globo* detinham ações do *Lance!* muito mais por interesses próprios do que no aprimoramento do jornal. Prova disso é que em 1998 surge o diário *Extra*, que adotaria o coloquialismo característico do diário de Walter de Mattos Junior, o que foi encarado por ele como um duro golpe (STYCER, 2009).

Dessa forma, não podemos atribuir os bons resultados do *Lance!* à presença das *Organizações Globo* no grupo de acionistas do diário. A omissão por parte da *holding* pode ser explicada pelo fato de, provavelmente, ter ambições semelhantes às de Mattos Junior. Como abordaremos no próximo tópico, diferentemente do *Lance!*, *Olé* é um produto criado diretamente pelo maior grupo de comunicação de seu país, o *Grupo Clarín*, sendo esse o principal ator na consolidação rápida do *Olé* no mercado.

Apesar dos bons resultados, o *Lance!* também foi castigado por algumas crises, sejam elas econômicas ou ideológicas, o que interferia diretamente no produto final do diário. Uma delas, relata Stycer, foi logo no início do segundo ano de existência:

[...] ao completar um ano de vida, o jornal executou um profundo corte de custos, que causou a demissão de dezenas de jornalistas, entre outros profissionais. A decisão, tomada por pressão dos sócios, objetivou melhorar a saúde do negócio, mas seguramente afetou de forma negativa o conteúdo editorial do *Lance!*, seja porque jornalistas experientes deixaram a empresa e foram substituídos por mais jovens e inexperientes (com salários menores), seja porque o mesmo volume de material jornalístico passou a ser produzido por um número inferior de pessoas (STYCER, 2009, pp.141,142).

As crises mencionadas por Stycer (2009) surgiram devido a vários fatores. Mas fica nítido na obra do referido autor que a montagem do corpo de jornalistas e o perfil de leitor identificado pelos gestores do diário como público-alvo geraram problemas.

De acordo com Stycer (2009), profissionais experientes oriundos de jornais de referência do país foram contratados. Para completar a equipe, vários jornalistas recém saídos da graduação. Crer-se-ia que a mescla entre os dois perfis seria benéfica, porém, as desavenças entre mais velhos e mais novos era constante. Enquanto os primeiros primavam por produtos mais próximos às matérias veiculadas nos jornais dos quais faziam parte antes de serem levados para o *Lance!*, os jovens se adequavam melhor à proposta editorial do diário. Além disso, ter uma redação mais jovial era sinônimo de uma redação mais barata, o que, teoricamente, contribuiria para a saúde e a estabilidade financeira do negócio.

Com relação ao público-alvo, de acordo com Stycer (2009), Walter de Mattos pensou em um jovem de classe média (B) como perfil do leitor de seu diário. No entanto, constatou-se que os leitores da classe C representavam quase 40% dos consumidores do diário, número quase igual ao dos leitores da classe B. No caso da idade, pesquisas feitas em 2005 indicaram que os leitores que mais consumiam o *Lance!* eram aqueles que tinham entre 20 e 29 anos (37%), enquanto os leitores entre 15 e 19 anos correspondiam a 23% - três pontos percentuais a menos do que pesquisa efetuada quatro anos antes. Ressaltamos, também, que quase um quinto dos leitores do diário esportivo têm entre 30 e 37

anos¹⁹. Stycer demonstra, contudo, que a o apreço de Mattos por leitores de classes não tão populares tinha fundamento: “O potencial de consumo desses leitores é a arma principal com que o jornal conta para atrair publicidade, sem a qual estaria condenado” (2009, p.201).

Embora a obra de Stycer seja crucial para a compreensão não só do *Lance!*, mas também do jornalismo esportivo como um todo, a pesquisa, por ter sido publicada há pouco mais de cinco anos, não reúne dados atuais, dificultando na compreensão do panorama atual do diário. O que podemos encontrar são algumas pistas, como estudos veiculados por órgãos que medem a tiragem dos principais jornais do Brasil. Em uma delas, divulgada pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC) em 2013²⁰, *Lance!* não figura os dez diários mais vendidos no país. Considerando que o décimo colocado, *Meia Hora*, tem tiragem pouco maior que 118 mil exemplares, notamos, *a priori*, que a publicação esportiva decresceu de 2005 até aqui.

De qualquer modo, por tudo que já construiu em seus dezessete anos de história, *Lance!* já está no *hall* dos principais jornais especializados em esporte da história do Brasil, ostentando, assim, uma trajetória muito mais honrosa do que inúmeras publicações que surgiram e desapareceram rapidamente. “É interessante notar que apesar da enorme popularidade [do futebol], na imprensa brasileira são poucos os exemplos de sucesso de publicações dedicadas exclusivamente ao tema que, salvo exceções, tiveram vida efêmera” (CINTRA SOBRINHO, 2005, p.140).

O fato é que, desde as primeiras partidas, desde as primeiras remadas, desde os primeiros trotes de cavalo, o jornalismo esportivo se deparou com pedras em seu caminho. Mas, felizmente, vivem-se dias melhores. Há aqueles que afirmam que a editoria de esportes é vista como gênero inferior aos demais dentro das redações (KISHINHEVSKY, 2004, p.39). Já Marques, por meio de uma citação, expõe visão mais otimista da qual partilhamos: “Qualquer jornal de média e grande circulação que, hoje em dia, almeje o ‘status’ de ser chamado de ‘grande imprensa’, não poderá prescindir de uma

¹⁹ A tabela de dados está em Stycer (2009, p.202,203).

²⁰ Disponível em:

<http://www.comunicacaoecrise.com/new/index.php?option=com_content&view=article&id=661:circulacao-de-jornais-cai-19-em-2013&catid=35:blog&Itemid=54> Acessado em 15 de outubro de 2014.

respeitável página esportiva” (FREITAS FILHO apud MARQUES, 2003, p.10).

A maior atenção dada ao esporte pelos meios de comunicação, aliada à maior organização das ligas esportivas nacionais e de dois Megaeventos Esportivos no país, resultou, nos últimos anos, em aumento dos veículos especializados nas mais variadas mídias e, com isso, na busca por produtos inovadores, originais, que despertem a curiosidade do público. Não obstante, nota-se que a academia não acompanha o voraz anseio por parte da imprensa, tornando um ‘jornalismo esportivo qualificado’ algo abstrato. Ao se referir à falta de matérias sobre os bastidores do futebol e afirmar que alguns a justificam com o desinteresse do público por tal conteúdo, Cintra Sobrinho (2005, p.142) anota que “[...] não há, pelo menos amplamente divulgada, qualquer pesquisa que confirme tal suposição”. O que podemos, portanto, é refletir sobre determinadas técnicas por meio de análises dos produtos jornalísticos e a busca por pesquisas que tenham o jornalismo esportivo como objeto de estudo, e não apenas como objeto de análise, com o intuito de investigar outras áreas de conhecimento, tornando a tarefa muito mais árdua. "A noção de realidade que o jornalismo esportivo carrega nos tempos atuais torna a cobertura esportiva tão brilhante quanto qualquer outra no jornalismo. O ponto-chave é que, muitas vezes, tal cobertura exige mais do que noção da realidade" (COELHO, 2004, p.21).

1.2 Periodismo deportivo en la Argentina

Assim como no caso brasileiro, o futebol não foi a primeira prática esportiva a ganhar o apreço da sociedade argentina. Pelo grande número de estâncias, os esportes equestres foram os primeiros a serem praticados. Na segunda metade do século XIX, apontam Mariano Hernán López e Andrés López (2011), surge o pato. O jogo tinha como objetivo arremessar um pato (ou qualquer animal de mesmo porte como, por exemplo, a galinha) dentro de uma rede. Embora tenha contado com um número expressivo de praticantes, o esporte foi proibido no início do século XX por ser, segundo o governo, extremamente violento. O pato só foi novamente legalizado em 1933, quando as regras foram modificadas e regulamentadas, tornando o esporte mais seguro para os jogadores. Além disso, substituiu-se o animal vivo por uma bola com quatro ‘asas’. Vinte anos depois, foi reconhecido pelo Estado como

deporte nacional, decisão que não fez retornar o prestígio da modalidade dentre os argentinos.

Mesmo difundido, o pato era mal quisto por muitos estancieros, por não ser civilizado e europeizável. Nesse contexto, o polo começa a ganhar força entre fazendeiros britânicos e *criollos*²¹ e se insere na elite do país vizinho após a proibição do pato. O fato de ter sido amplamente aceito pela classe com maior poder aquisitivo, porém, foi justamente um dos fatores pelo qual o polo não se popularizou, mesmo com conquistas importantes como, por exemplo, duas medalhas de ouro nos Jogos Olímpicos de 1924 e 1936.

Pese a que aún hoy el campeonato argentino [de polo] está considerado el mejor del mundo, por la calidad de los jugadores y caballos, con él ocurrió –en menor medida– lo mismo que con el cricket, el primer deporte británico en llegar al país. Las clases populares lo rechazaron y nunca lo tuvieron dentro de sus preferencias (LÓPEZ, M. H.; LÓPEZ, A., 2011, p.2).

O argumento usado pelos irmãos López para justificar a não massificação do polo, isto é, o viés elitista da modalidade, casa justamente com o futebol, o esporte mais popular entre os *hermanos*. De acordo com as pesquisas feitas, pode-se explicar tal paradigma com a rápida inclusão dos *criollos* nos *scratches*, o que não aconteceu com o polo, até onde se pode verificar. Rinke (2007, p.88) destaca a rápida integração daqueles que nasceram em terras sul-americanas e descendiam de europeus: “En las sociedades de fuerte inmigración era por lo general casi imposible mantener la separación por nacionalidad, de modo que los elitistas clubes ingleses pronto permitieron el ingreso de los grupos de latinoamericanos socialmente cercanos a ellos”.

As duas modalidades equestres citadas até aqui, entretanto, não se comparam a adesão provocada pelo futebol, que teve sua primeira partida disputada no dia 20 de junho de 1867, jogo organizado pelo *Buenos Aires Football Club*, fundado por Thomas Hogg. O pioneirismo de Hogg, de acordo com Rinke (2007, p.87) não condiz só com a Argentina, mas também com toda América do Sul, sendo a primeira partida de futebol jogada no subcontinente. Isso se deve, conforme o

²¹ Indivíduos de origem europeia que nasceram nas colônias espanholas.

autor, ao fato de Buenos Aires ter sido o centro britânico ibero-americano.

Interessante constatar que o pontapé inicial dado em uma bola de futebol em solo portenho foi veiculado na imprensa da época. O diário *The Standard*, um dos três diários britânicos que circulavam na capital federal àquela época, publicou notas sobre a reunião de fundação do *Buenos Aires FC* e o duelo inaugural, nos dias 25 e 26 de junho daquele ano. Em um desses textos, Hogg tenta reforçar a importância da modalidade e, como poderá ser visto, já detém visão integracionista, não restringindo a prática somente àqueles oriundos do Reino Unido: “Este juego tardará mucho en extenderse aún entre los mismos residentes británicos, aunque tenemos que insistir porque es el mejor pasatiempo, el más fácil y el más barato para la juventud de la clase media y para el pueblo” (HOGG apud LÓPEZ, M. H.; LÓPEZ, A., 2011, p.2). Notamos, portanto, a presença da imprensa argentina – mesmo que as primeiras matérias tenham sido esporádicas e publicadas em diários britânicos e, conseqüentemente, em inglês – no início do futebol portenho, resultando assim em um pioneirismo também por parte da editoria de esportes, como veremos mais adiante.

A nobre iniciativa de Hogg não foi o suficiente para que o britânico fosse visto como o ‘pai do futebol argentino’. Tal título foi atribuído ao escocês Alejandro Watson Hutton, fundador do *Buenos Aires High School* – que, posteriormente, tornou-se *Alumni*, o principal time *criollo* nos tempos de amadorismo – e foi ator fundamental na criação da primeira associação de futebol no país, a *Argentine Association Football League*, em 1893, que organizou seu primeiro torneio no mesmo ano, contando com seis participantes²² (LÓPEZ, M. H., 2010, p.9).

Os irmãos López ressaltam a importância do futebol para a criação de um “espaço nacional”, com os meios de comunicação desempenhando papel vital nesse processo, passando de meros relatos sem qualquer periodicidade até o início da divulgação de todos os resultados das rodadas, primando por maior “quantidade e qualidade” da informação esportiva (LÓPEZ, M. H., 2010, pp.9,10):

²² Uma associação homônima foi criada dois anos antes e chegou a organizar um campeonato com cinco equipes. No entanto, esta não é reconhecida pela AFA até hoje.

En una Nación que se estaba conformando como tal, el deporte permitió establecer un “espacio nacional” de competencia real, movilidad social y unificación territorial y simbólica. Y el periodismo jugó un papel crucial en esa construcción[...] (LÓPEZ, M. H.; LÓPEZ, A., 2011, p.2).

Mas foi a partir da primeira década do século passado que o jornalismo esportivo argentino ganhou formas mais sólidas e definitivas. As notas não eram mais de *sport*, e sim de *deporte*, sendo possível verificar, então, a substituição do inglês pelo castelhano na linguagem do segmento futebolístico, a começar pela mudança do nome da associação que regia a modalidade, passando a se chamar *Asociación del Fútbol Argentino* (TAYLOR apud RINKE, 2007, p.88). A busca da imprensa esportiva por novas expressões que descrevessem o que se passava nas modalidades é destacada por Arango Forero: “El comienzo del siglo XX se distinguió por un frenético desarrollo del periodismo deportivo, caracterizado en su lenguaje por la creación de nuevas expresiones lingüísticas (neologismos), nuevas interpretaciones del idioma para explicar y describir circunstancias particulares de la competencia [...] (ARANGO FORERO, 2005, p.142). Assim, os diários em espanhol passaram a contar com informações esportivas em suas páginas, visto que havia um anseio dos leitores por tal conteúdo. “Ningún diario que aspirara a conseguir el favor del público y aumentar sus ventas, podía despreciar al mundo del deporte, con el fútbol como bandera” (LÓPEZ, M. H., 2010, p.10).] Com relação aos diários, um dos mais importantes dessa época foi *Crítica*, chegando às bancas em 1913. Nele surgiram expressões usadas até hoje no futebol argentino, sobretudo com relação aos apelidos de grandes clubes portenhos – *Cuervos* para o San Lorenzo, *Academia* para o Racing e *Millonarios* para o River Plate (LÓPEZ, M. H.; LÓPEZ, A., 2011, pp.6,7). Dois anos mais tarde, o diário *La Razón* inova ao adicionar um caderno sobre automobilismo, sendo o primeiro veículo a adotar tal postura na América Latina. Nas primeiras edições, afirmam os irmãos López (2011, pp.3,4), os textos tangiam muito mais a indústria automobilística do que competições em si. A iniciativa de *La Razón* mostra que o automobilismo (e o boxe) também foram modalidades importantes para a sociedade argentina, embora o futebol seja a “coluna vertebral” da prática esportiva no país (LÓPEZ, M. H.; LÓPEZ, A., 2011, p.2)

É importante mencionar outros episódios notáveis na história do jornalismo esportivo, citados por Mariano Hernán e Andrés López (2011), que demonstram seu pioneirismo. Em 1905, Angel Bohiga é o primeiro jornalista portenho a reportar um evento esportivo fora da Argentina. O jornalista cobriu um amistoso futebolístico entre argentinos e uruguaios, disputado em Montevideu e vencido pelo selecionado local por 3 a 2. Em 1923, registrou-se a primeira transmissão radiofônica relacionada aos esportes: em Nova Iorque, a luta entre Jack Dempsey e Luis Angel Firpo foi coberta pela *Radio Cultura*, sendo a primeira transmissão de um evento esportivo por rádio no mundo. Um ano depois, a primeira partida de futebol foi transmitida pela emissora *LOR Radio Argentina*: a Argentina venceu o Uruguai por 2 a 1, com o lendário ‘gol olímpico’, que deu a vitória para os argentinos²³. Na televisão, a primeira partida televisionada foi exatamente um mês e um dia após a chegada da então nova tecnologia ao país. Em 18 de outubro de 1951, os proprietários de televisores puderam acompanhar a peleia entre San Lorenzo e River Plate, no Viejo Gasómetro. Interessante é perceber que, no caso televisivo, partidas da segunda divisão (a partir de 1953) e da terceira (a partir de 1965), adquiriram espaço na grade televisiva precocemente, o que pode ser explicado pelas ligas terem sido consolidadas muito antes do que no Brasil, como foi visto.

Como explicitamos até aqui, o jornalismo esportivo no país vizinho protagonizou feitos importantes. Ademais, foi fundamental na rápida inclusão dos *criollos* e na transmissão das informações por meio de uma linguagem que os interessasse. No entanto, existiram episódios nos quais estudiosos e alguns diários manifestaram pensamentos elitistas.

El fútbol era visto hasta fines de los años 80, desde las instituciones escolares o por los intelectuales, como pura manipulación de sectores culturalmente menos dotados. Y claro, no era un camino de ascenso social legítimo: para eso estaba

²³ Convencionou-se denominar ‘gol olímpico’ aquele feito após cobrança de escanteio, sem nenhum toque entra a cobrança e o ultrapassar da linha de meta. Isso ocorreu por que Cesáreo Onzani marcou, após cobrar o corner de forma direta, o tento que deu a vitória ao selecionado argentino sobre o uruguaio, que havia sido medalhista de ouro nas Olimpíadas de 1924, pouco tempo antes do amistoso.

la escuela y la Universidad. El ascenso mediante el fútbol era cosa de pobres (ALABARCES, 2006, p.7).

Já no caso dos diários, Di Giano (1999) propõe uma pertinente análise sobre o discurso do diário *La Nación* durante o ano de 1913, quando um time proveniente das classes mais baixas, o Racing Club, torna-se campeão nacional. Na década em que a Europa presenciou a I Guerra Mundial (1914-1918), o futebol latino vivia a grande onda de *criollización* (RINKE, 2007), o que Di Giano classifica simplesmente como popularização. Oriundo da classe dominante, o referido jornal, aponta Di Giano, tecia críticas recorrentes a um novo estilo de jogador que começava a tomar os campos argentinos, que abusava do *dribling* e anotava gols com beleza rara: o *crack*. Em um trecho que tal postura fica bem nítida, o diário exalta atletas de origem britânica e os põem em um patamar superior: “No es este un excelente jugador. No es un Rithner o un Jorge Brown, que a dichos jugadores se los coloca en posición superior porque además de su juego, por su espíritu deportivo están colocados en un plano superior...” (LA NACIÓN apud DI GIANO, 1999, p.3).

Dando prosseguimento, a história do gênero jornalístico na Argentina presencia um dos seus episódios mais importantes em 1919. Apesar de terem surgido revistas antes da referida data como, por exemplo, *La Fuerza* (1886), sendo esta a primeira de que se tem conhecimento, apenas um nome é associado às revistas esportivas no país vizinho: em 30 de maio daquele ano, chega ao mercado a primeira edição de *El Gráfico*, classificado pelos irmãos López (2011, p.4) como o grande feito da imprensa esportiva impressa.

Inicialmente, *El Gráfico* foi pensada como uma revista geral, tornando-se exclusivamente esportiva em 1929. Verifica-se, contudo, que o futebol já estampava a capa da publicação na edição número três. Sobre o estilo da revista, Archetti (1995, p.420) assinala:

La revista, en sus comienzos, es un vocero de la ideología modernista en boga: énfasis en la importancia de la educación física para conservar la salud, nociones de higiene, recomendaciones sobre la mejor dieta a seguir y cómo evitar enfermedades, la pertinencia de cultivar y desarrollar hobbies como, por ejemplo, el aerodelismo, el énfasis en la participación de la

mujer en el deporte y, sobre todo, el acento persistente en el aspecto moral y educativo del deporte.

No mesmo estudo, Archetti traz dados sobre a tiragem de *El Gráfico*, que já nos anos 1930 tinham venda média de cem mil exemplares, dobrando esse valor no decorrer da década de 1950 (1995, p.420). Os altos números nas vendas faziam com que a publicação fosse a maior vitrine possível para os desportistas. Aparecer em *El Gráfico* era sinônimo de reconhecimento. Se pensar na visibilidade da capa ocasionada pelo seu *layout* colorido e inovador e pelo número de pessoas que tinham acesso à revista, estar estampada nela era uma grande conquista.

As inovações de *El Gráfico* estão muito além da capa. No âmbito futebolístico, revolucionou na cobertura dos torneios argentinos, destinando um profissional e duas páginas para cada partida da rodada. Os relatos passaram de simples comentários para *crônicas* mais aprofundadas, adicionando notas aos jogadores, ao árbitro e até ao campo de jogo (LÓPEZ, M. H.; LÓPEZ, A., 2011, p.4). As novas estratégias de cobertura esportiva renderam reconhecimento não só nacional, mas também mundial, recebendo a alcunha de *la biblia del deporte*. “Como ocurre con las innovaciones que marcan un camino que antes no transitaba nadie, todos los medios nos imitaron. Primero en la Argentina, luego en el resto de América, después en el mundo” (PASQUATO apud LÓPEZ, M. H.; LÓPEZ, A., 2011, p.5)²⁴.

Nos anos 1950, sob o comando de Dante Pazzeri, a revista obteve ótimos resultados, o que vai ao encontro dos números citados por Archetti. Os irmãos López (2011, pp.13,14) anotam que ninguém jamais conseguiu substituí-lo à altura. Seu sucessor, Carlos Fontanarrosa, também marcou seu nome na história da publicação, deixando como maior legado a adoção de imagens factuais para serem publicadas na capa, tendo o futebol como principal modalidade abordada.

Na segunda metade dos anos 1970, os meios de comunicação esportivos são agraciados com inúmeras melhorias provenientes do Estado, já que o país iria sediar a Copa do Mundo de 1978. Tais reformulações ocorreram sobretudo na questão audiovisual, tendo como maior feito a aquisição dos equipamentos que possibilitavam a

²⁴ Júlio Cesar Pasquato, conhecido como Juvenal, foi um dos maiores cronistas esportivos da história argentina, atuando por quase quatro décadas em *El Gráfico*.

transmissão em cores²⁵. No entanto, demais veículos também obtiveram vantagens, principalmente *El Gráfico*, pela aproximação entre sua cúpula e o general Jorge Rafael Videla, que governou o país vizinho entre 1976 e 1981, durante a ditadura militar argentina (1976-1983).

Apesar do início de seu declínio, *El Gráfico* notabilizou as maiores vendas de sua história nas décadas de 1970 e 1980. Previsivelmente, as duas edições mais vendidas dizem respeito às duas maiores conquistas de *La Selección* (as Copas do Mundo de 1978 e 1986), superando meio milhão de exemplares vendidos. Na edição seguinte ao Mundial vencido em terras portenhas, *El Gráfico* publicou uma imagem considerada por muitos como uma das mais representativas do jornalismo esportivo mundial. Intitulada como *El abrazo del alma*, a imagem mostra os atletas Ubaldo Fillol e Alberto Tarantini abraçando um torcedor que invadira o campo e tivera os braços amputados depois de um grave acidente. Nos anos 1990, com o crescimento do *Grupo Clarín* e da consolidação dos meios televisivos na imprensa esportiva, *El Gráfico* começa a perder espaço, até que se transforma, em 2002, de uma publicação semanal para mensal.

A hegemonia de *El Gráfico* não impossibilitou, obviamente, que demais publicações aparecessem. A que obteve melhores resultados foi *Goles*. Criada em 1948, teve seu auge nos anos 1960. Na mesma década, no entanto, um grave incêndio danificou gravemente o edifício no qual era produzida, forçando a revista a sair do mercado. Retornou em 1979, propondo uma abordagem mais social dos esportes e com novo nome: *Goles Match*. A nova proposta editorial durou apenas três anos, resultando em novo fechamento e profissionais forçados a deixar o país (justamente por transmitir aos leitores um viés cujos militares não queriam que fosse explorado). Por fim, tentou retomar seu espaço no início dos anos 1990, mas encerrou seu ciclo definitivamente em 1996. Além de *Goles*, Mariano Hernán e Andrés López (2011, p.6) citam outras publicações que tentaram competir com *El Gráfico*: *La Cancha* (1929), *Campeón* (década de 1930), *La Gaceta Deportiva* (1931), *Mundo Deportivo* (1949), *La Hora del Lunes* (final da década de 1970), *Sólo Fútbol* (1985) e *La Deportiva* (1987).

Os irmãos López (2011, p.8) também dão destaque às revistas que abordavam especificamente um clube. A primeira com tal perfil foi

²⁵ Apesar da modernização dos equipamentos, a transmissão em cores foi vista somente pelos estrangeiros. As imagens passaram a ser coloridas nos televisores dos argentinos somente em 1979.

Boca...!, estreando em 1942. Logo depois, surgiram mais duas publicações especializadas no Cub Atlético Boca Juniors: *Selecciones Boquenses* e *BJ*. Em 1954, visando concorrer com as duas últimas citadas, chega ao mercado a que talvez obteve o maior sucesso: *Así de Boca*. No seu auge, chegou a ter tiragem de quase cem mil exemplares. No mesmo período, apareceram publicações que abordavam outras agremiações, como *Racing*, *El Ciclón* (referente ao San Lorenzo), *River*, *Independiente*, dentre outras, condizentes não só às equipes da primeira divisão. De acordo com a investigação de Mariano Hernán e Andrés López, as publicações não eram necessariamente ligadas às agremiações. As revistas eram semanais e tinham como características principais o preço reduzido, pouca publicidade e a maioria esmagadora dos textos sobre futebol, restando pouquíssimo espaço para demais modalidades praticadas pelas entidades esportivas abordadas. Outro ponto interessante é que o sucesso nas vendas dependia diretamente da fase das equipes dentro de campo. De qualquer modo, é instigante perceber que tais materiais tiveram certa relevância no meio comunicacional, mesmo relatando os fatos de apenas um clube, o que, *a priori*, torna mais suscetível a um jornalismo ‘parcial’.

Com a decadência de *ElGráfico* e, assim, a carência de um veículo impresso que trouxesse o conteúdo esportivo, abre-se uma lacuna. Esta será preenchida pela maior *holding* comunicacional da Argentina e uma das maiores do mundo: o *Grupo Clarín*. Mas para compreender como a empresa multimídia chegou até lá, é necessário voltar até 1945, mais precisamente em 28 de agosto, quando chega às bancas a primeira edição do *Diario Clarín*. Idealizado por Roberto Jorge Noble, o jornal rapidamente se estabeleceu como um dos mais importantes do país.

A postura imperialista do então diário começa a ficar clara na década de 1970, quando o jornal já era comandado por Ernestina Herrera de Noble, que assumira em 1969, devido à morte do marido, Roberto Jorge. Em 1976, juntamente com *La Nación* e *La Razón*, adquire 51% da empresa responsável pela produção do papel para impressão de jornais, a *Papel Prensa*, enquanto os demais 49% pertenciam ao Estado. Em 1981, participa da criação da *Diarios y Noticias Sociedad Anónima* (DyN), que em um pouco tempo se torna a maior agência de notícias privada da nação. Percebamos, portanto, e Mariano Hernán López (2010) demonstra em sua pesquisa, que as relações entre *Clarín* e Videla eram muito próximas.

Em 1986, outro episódio importante na história da empresa. *Clarín* incorpora a rádio *Mitre y FM100*, tornando-se uma organização multimídia. Três anos depois, foi a vez de concretizar a aquisição de um canal de televisão, *Canal 13*, até então propriedade pública. Tais compras só foram possíveis graças às reformas na Constituição feitas por Carlos Menem, que permitiram que empresas de comunicação expandissem seus horizontes para outras mídias. Na década de 1990, a *holding* cresceu de forma impressionante, através da aquisição de diários, rádios e canais de televisão (de TV aberta e a cabo) de alcance regional e nacional. Além disso, criou empresas que ofereciam serviços de televisão a cabo e internet, fazendo com que se posicionasse definitivamente como *Grupo Clarín* em 1995. Hoje, de acordo com Mariano Hernán López (2010), a empresa dota de números significativos: no ramo de *cabletelevisión*, é a maior da América Latina e a sétima do mundo. Seu sistema regional de TV a cabo e internet banda larga, iniciado em 2006, fez com que o faturamento do grupo chegasse à marca de 3,1 bilhões de pesos (cerca de R\$800 milhões).

A hegemonia do *Grupo Clarín*, todavia, foi – e vem sendo – abalada desde setembro de 2009, quando o Congresso Nacional aprovou a chamada *Ley de Medios*, que regula os meios de comunicação do país, pondo fim às regalias da empresa, que obteve privilégios durante a presidência de Néstor Kirchner (2003-2007), mas viu sua relação com o Estado degradingolar a partir de 2008, já no governo Cristina Kirchner (SILVEIRA, 2014, pp.17,18).

No que tange o êxito no jornalismo esportivo, a relação entre o *Grupo Clarín* e a transmissão de eventos esportivos começa em 1984. Nesse ano, surge a empresa *Torneos y Competencias SA* (TyC), propriedade de Carlos Avila e José Carlos Santoro. Já no ano seguinte a sociedade fechou um contrato com a AFA, se apossando de forma exclusiva da transmissão do campeonato argentino de futebol e das partidas de *La Selección*. Com a exclusividade, determinava quem poderia filmar os jogos e, através do programa *Fútbol de Primera*, inserido inicialmente na estatal *Argentina Televisión Color* (ATC), passava os melhores lances da rodada com ineditismo. Não demorou muito para que *Fútbol de Primera* mudasse de canal. Primeiramente, transferiu-se para o canal 9 e, logo após, para o 13, já propriedade do *Clarín*, em 1992. Nascia aí uma parceria que renderia boas cifras para ambas as partes e que perduraria soberana até 2009, como será visto mais adiante.

Mas o grande nicho explorado por *Torneos y Competencias* foi o sistema de TV a cabo, tecnologia que chegou a estar presente em 70% dos lares argentinos, sendo o terceiro país do mundo em percentual de domicílios agraciados com o serviço. Em 1991, o primeiro confronto é transmitido por *pay per view*: River versus Rosario Central, no Monumental de Nuñez. Três anos mais tarde, é criado o primeiro canal esportivo da parceria, *TyC Sports*²⁶, que transmitia não só o futebol, mas outras competições em nível nacional e internacional, tornando-se um dos canais pagos mais assistidos pelos argentinos (LÓPEZ, M. H.; LÓPEZ, A., 2011, p.25).

O *know how* obtido por *Clarín* nas transmissões de eventos esportivos, associado com a *Torneos y Competencias*, fez com que o grupo tivesse a experiência necessária para que investisse em um novo projeto esportivo, dessa vez impresso: o *Olé*.

As pesquisas de Mariano Hernán e Andrés López (2011) demonstram que pouquíssimos foram os diários argentinos que apareceram no mercado midiático. O primeiro deles foi *Última Hora*, pertencente ao diário *Crítica*, de 1965. Mas a publicação teve um curto período de veiculação. Com o término dos dois últimos periódicos citados, surge *Crónica* que, apesar de não exclusivamente esportivo, dava amplo privilégio ao segmento –que permanece ainda hoje, de acordo com dados coletados por Palma e Annuasi (2012, p10), destinando cerca de metade de suas páginas para o conteúdo esportivo. Graças a isso, *Crónica* atingiu vendas superiores a um milhão de exemplares. Mas, com a ascensão do *Clarín*, perdeu força.

Somente em 1994 é que a semente de um novo jornal esportivo começa a ser regada em solo argentino. Durante a Copa do Mundo daquele ano, *Clarín* optou por adicionar um suplemento esportivo semanalmente, às segundas-feiras. Os resultados agradaram a cúpula do diário, que aumentou a periodicidade do suplemento, sendo veiculado também às quintas e aos sábados, obtendo novamente boas respostas. Tal panorama motivou os dirigentes do grupo a pensarem em um projeto mais ambicioso, um diário esportivo. Mariano Hernán López (2010, p.24) evidencia que, apesar de parceiro nas transmissões televisivas, Carlos Avila tinha planos semelhantes aos do *Grupo Clarín*, analisando a hipótese de criar um diário esportivo em parceria com *Editorial Atlántida* – detentora de *El Gráfico*. Porém, nessa briga de bastidores, a

²⁶ Cabe salientar que *TyC Sports* não foi o primeiro canal esportivo na Argentina. Meses antes, chegava ao país o sinal da norte-americana *ESPN*.

holding comandada por Ernestina de Noble agiu com maior rapidez. López anota que o processo de criação de *Olé* foi sigiloso e, posteriormente, grandioso nas estratégias de divulgação:

Durante los meses que llevó concretarlo, el estudio y la conformación del equipo que gestó el diario [...] se manejó en el más absoluto secreto. Hasta que días antes del lanzamiento se impulsó una **agresiva campaña de marketing**, con frases contundentes como: “Un minuto de silencio a los suplementos deportivos: Nace Olé” (LÓPEZ, M. H., 2010, p.24)²⁷.

Surge assim, no dia 20 de maio de 1996, um dos diários esportivos mais importantes não só da Argentina, mas também do mundo. Comandado por Ricardo Roa e com ampla divulgação nos demais meios de comunicação do *Grupo Clarín*, *Olé* obteve números estrondosos muito rapidamente, Três meses após seu nascimento, já era o terceiro diário mais vendido na Argentina, com tiragem girando em torno de centro e trinta mil exemplares, ficando atrás de *Clarín* e *La Nación*.

Atualmente consolidado no mercado, *Olé* gozou do amplo respaldo dado por seu detentor e foi conduzido por muitos acertos, resultando em maior tranquilidade para impor sua proposta editorial, com características um pouco distintas do que se entendia por jornalismo esportivo impresso em solo argentino. Uma boa definição da linguagem do diário é exposta por Mariano Hernán López (2010, p.24):

Desde su nombre, que remite a los cánticos de las hinchadas futboleras, el diario consiguió imponer un estilo nuevo y controvertido en el que se retomaban las palabras de la calle y el tablón. De esa manera, acercándose al discutible aguante, consiguió un público joven que no era consumidor de los diarios tradicionales. Más allá del lenguaje y las formas, la necesidad de hacer un producto diario obligó a convertir en noticia lo que antes no calificaba para aparecer en la prensa gráfica.

²⁷ Grifo meu.

Apesar do reconhecimento internacional, devemos ressaltar que o estilo do *Olé* é alvo de discussões. Como veremos no decorrer do presente estudo, o periódico adota posturas muitas vezes totalmente contrárias ao que se convencionou chamar por jornalismo esportivo.

No entanto, algumas aproximações iniciais, levando em conta o que tratamos neste capítulo, podem ser feitas. Por toda a representatividade de *El Gráfico*, e durante conversa com o jornalista da *Olé Tevé*, Juan Pablo Mendez, pude perceber que tal representatividade influenciou também nas páginas de *Olé*. Coelho (2004, p.109) defende que “Todo diário esportivo deve ter pauta muito mais parecida com a de revista do que com a de qualquer outro jornal”. Partindo de tal opinião, a influência de *la biblia del deporte* em *Olé*, supomos, pode ser uma das arestas que construíram o sucesso do diário esportivo. Não devemos esquecer, também, o fato de o jornalismo argentino possuir características distintas do nosso, o que também deve ser pontuado.

Um estudo que pode nos dar mais algumas pistas sobre o conteúdo veiculado por *Olé* é de Palma e Annuasi (2012). Os autores fazem um levantamento de dados sobre a difusão de conteúdo especializado em esportes, independente da mídia e da natureza do produto (geral, por exemplo). Apesar de focar na região de La Plata, alguns números sobre *Olé* são expostos. Dentre eles, a hierarquização das modalidades, na qual o diário elenca o futebol como objeto absolutamente principal, destinando 70% de seu espaço à modalidade, o que contraria nossa hipótese, pois acreditávamos em uma porcentagem maior para as demais práticas.

Não bastasse a *Ley de Medios*, referida acima, o grupo perdeu outra importante batalha para o governo, dessa vez no âmbito esportivo: em 2009, a AFA rescinde o contrato de direito de transmissão do campeonato argentino e os repassa para o Estado, tornando todas as partidas televisionadas para a TV aberta, seja por meio de emissora estatal ou privada²⁸. Embora o *Grupo Clarín* tenha recorrido à justiça com a alegação de que a lei interferiria na liberdade de imprensa, Palma e Annuasi enxergam os desdobramentos de tais fatos sob uma perspectiva otimista:

²⁸ As imagens e o áudio são gerados por uma empresa pública. Para retransmitir o sinal, as emissoras de televisão não podem fazer qualquer tipo de interferência no conteúdo audiovisual.

En materia de derecho al acceso a la información y a los bienes culturales, los programas “Fútbol para Todos”, “Deportes para todos” y “Automovilismo para Todos”, han significado pasos fundamentales. También podría mencionarse un efecto colateral: los pormenores de los partidos de fútbol ya no son propiedad de nadie, sino que cualquier medio de comunicación que se lo proponga puede retransmitirlos, incluso al instante. El simple hecho de garantizar el acceso masivo y gratuito a los acontecimientos deportivos, en tanto derecho a un bien cultural, implica la apertura de nuevos procesos de significación y producción de sentidos en torno a cada uno de los deportes, sus prácticas, las rutinas de producción de la noticia deportiva y los usos culturales de las mismas, entre otros que podrían considerarse (PALMA; ANNUASI, 2012, p.14).

1.3 “Decime qué se siente” ou “Mil gols”?

A impressão pode ser confirmada pela frase do sociólogo Pablo Alabarces “[...] os brasileiros amam odiar os argentinos, enquanto os argentinos odeiam amar os brasileiros” [...] O fato é que toda rivalidade traz em si uma dose de admiração. Só se rivaliza com quem tem algo que se deseja possuir ou superar, com quem é grande e tememos que seja maior do que nós (HELAL, 2011, pp.1-4).

Na Copa do Mundo deste ano, disputada no Brasil, pode-se presenciar constantes provocações entre brasileiros e argentinos, seja nas ruas ou na veiculação de materiais jornalísticos de mídias diversas. As canções “*Decime qué se siente*” (por parte dos argentinos) e “Mil Gols” (proveniente dos brasileiros) tenham sido talvez a grande representação do confronto entre os rivais – que, diga-se, não chegou a ser consumado dentro das quatro linhas neste Mundial. Mas, como elucidaremos adiante, a rixa futebolística passou por várias etapas até chegar ao estágio atual.

Jacks (2004) constrói uma revisão histórica sobre a relação entre Brasil e Argentina, explicitando também as conturbações das então colônias portuguesa e espanhola, respectivamente. A autora defende que

o relacionamento entre os dois povos é tão antigo e complexo quanto o continente no qual estamos localizados, sendo marcado desde os primórdios por desavenças de cunho geopolítico, econômico e até de soberania nacional (JACKS, 2004, pp.42,43).

Ao longo da pesquisa, Jacks demonstra que, na verdade, o convívio entre ambos foi marcado por aproximações e distanciamentos, principalmente até a proclamação da república em solo brasileiro, em 1889. Elenca como momento mais amistoso a Guerra do Paraguai (1864-1870), no qual os dois países (portanto, já independentes de Portugal e Espanha) formam a Tríplice Aliança, juntamente com o Uruguai. Este último, entretanto, foi protagonista das maiores tensões entre Rio de Janeiro e Buenos Aires, durante as invasões do exército imperial de D. Pedro I da então Província Cisplatina. Após a implementação do novo sistema político em terras tupiniquins, a busca pela hegemonia da América do Sul ficou menos evidente, acalmando os ânimos dos dois Estados, sendo possível acompanhar a busca de alguns governantes por uma boa relação com o país vizinho como, por exemplo, durante a era Vargas.

Nos dias de hoje, Jacks entende que a ainda há rivalidade entre os dois países, mesmo com acordos importantes como o *Mercosur*. Azambuja (apud JACKS, 2004, p.56) acredita que o fato de ainda se observar resquícios de desavenças é atribuído à presença de desconfiança e de motivos que legitimam as divergências entre as duas nações.

Se em termos gerais, a história da rivalidade entre brasileiros e argentinos é tão antiga e complexa quanto a do continente, a relação dentro dos campos e das *canchas futboleras* também se inserem em tal complexidade. "La historia del fútbol en Latinoamérica es un tema que [...] concierne a la historia social y cultural del subcontinente desde los años de 1890 hasta el presente" (RINKE, 2007, p.88). Para tentar compreender o acirramento das rivalidades, é preciso olhar para os jogos intranacionais em um primeiro momento. Foi a partir das peleias futebolísticas entre europeus – em sua maioria ingleses – e sul-americanos que nossas características de jogo começaram a se manifestar. No caso brasileiro, a malandragem, a finta, o drible, o êxito das grandes individualidades. Na Argentina, como foi brevemente pincelado no item anterior, o surgimento do *crack*. Essa confrontação pode ser representada através dos duelos entre agremiações oriundas da elite e do povo, que acabou originando as maiores rivalidades entre clubes do continente. A partir daí, a maneira como brasileiros,

argentinos e uruguaios jogavam se refletiu nos selecionados nacionais, o que pode ser convencionado por “escola sul-americana”. Tal oposição pode ser entendida pelas expressões “futebol-força/máquina” e “futebol-arte”. Enquanto o primeiro prima pela marcação forte pelo coletivo, condizente ao estilo de jogo europeu, o segundo tange a improvisação e a habilidade corporal (GUEDES, 2005, p.12).

Com ligas nacionais já consolidadas e um novo estilo de jogo, os uruguaios foram os primeiros a elevarem a “escola sul-americana”. A celeste conquistou medalha de ouro nos Jogos Olímpicos de 1924, sendo a primeira vez em que uma equipe da América do Sul representava o continente no torneio de futebol. Com isso, Argentina e Chile participaram da olimpíada seguinte, também vencida pelo Uruguai, superando os argentinos na decisão. A partir daí, os olhares dos europeus se voltaram para o que se passava nos campos sul-americanos, o que se intensificou com a realização e a conquista da Copa do Mundo de 1930 pelos uruguaios, sendo este o primeiro mundial a ter sido realizado na história (RINKE, 2007, p.89). Notamos, portanto, que nesse período a maior rivalidade do continente era formada pelos dois selecionados. Nesse momento, lembremos, o Brasil passava por crises intra e interestaduais (a profissionalização e a briga entre cariocas e paulistas, respectivamente), o que atrasou nossa inserção no cenário mundial.

A ascensão tupiniquim nas competições internacionais, a começar pela Copa de 1938, não foi o suficiente para que uma rivalidade fosse estabelecida. Afinal, *a priori*, brasileiros e argentinos dotam do mesmo estilo futebolístico. Entretanto, existem algumas pesquisas nas quais o discurso de diários argentinos e brasileiros é analisado com a finalidade de identificar as características ressaltadas em confrontos entre dois selecionados. Nele, nota-se uma pequena mudança de discurso, como é exposto por Guedes:

Mas, como assinalei acima, valores compartilhados não são simbolicamente rentáveis na produção das especificidades nacionais. Um forte indício da diferenciação anota-se em uma outra dimensão muito enfatizada no constructo platino - a do "toque" de bola - forma através da qual reinventa-se, através de uma específica habilidade, o valor do coletivo. A habilidade para "tocar a bola", embora também expressa no constructo brasileiro, possivelmente não assume,

neste caso, o mesmo valor da improvisação e do desempenho individual (GUEDES, 2005, p.13)

Tal tônica começa a ficar mais evidente com os louros de 1958, 1962 e, sobretudo, 1970. Graças à seleção campeã no México, apontada por muitos como o maior time de todos os tempos, vinculou-se ao Brasil um “estilo de jogo” referente àquela seleção, de acordo com Helal e Lovisolo (in MARQUES, 2007, p.2). Com isso, a maioria das narrativas expostas nos diários argentinos, especialmente em Copas do Mundo, busca relacionar o escrete em questão com o de 70. No referido mundial, conforme as pesquisas de Helal (2005, 2007) os jornais portenhos torcem explicitamente ao selecionado orquestrado por Pelé, pois estavam representando a “escola sul-americana”.

A ideia de vinculação com o selecionado do tri ficou muito evidente nas duas copas seguintes. A análise feita por Helal e Lovisolo demonstra que o discurso proveniente dos periódicos argentinos é dicotômico: quando o Brasil demonstra boa qualidade, “Brasil siempre Brasil”, retomando o padrão de 1970. Por sua vez, quando a atuação fica abaixo do esperado, surge o discurso de que “Brasil no se parece a Brasil”, isto é, não apresentou o “estilo de jogo” teoricamente pertencente a nós (HELAL; LOVISOLO in MARQUES, 2007, pp.2,3). Na Copa de 1990, quando o Brasil foi eliminado pela própria Argentina nas oitavas-de-final, não se verifica, de acordo com Helal e Lovisolo (p.3), qualquer tipo de deboche pelo fracasso tupiniquim. Na verdade, ocorre certo enaltecimento da tradição do futebol brasileiro e a demonstração da importância de vencer o Brasil, muito mais pela notoriedade do selecionado canarinho do que pela “rivalidade”.

No caso da visão do discurso brasileiro sobre nossos vizinhos, nos mundiais vencidos por *La Selección*, a narrativa ou caminha para a “Argentina europeizada”, contrariando suas “origens”, ou para a detentora do “futebol-arte” sul-americano (HELAL; LOVISOLO in MARQUES, 2007, pp.7,8). Ainda no mesmo trecho, os pesquisadores constatarem também que há inclusive certo apreço por Diego Armando Maradona: “Não há reportagens provocativas. Pelo contrário, em 1986, as matérias evidenciavam a torcida pela Argentina, principalmente por Maradona, demonstrando que a “provocação” ao rival também é recente no jornalismo brasileiro”.

Outro ponto que merece ser salientado diz respeito a uma das discussões mais travadas durante o Mundial 2014: quem foi o jogador mais importante da história da modalidade. De acordo com Helal e

Lovisoló, tal debate envolvendo Pelé e Maradona é recente. As comparações entre os dois citados se referiam muito mais à importância de cada um do que à habilidade. A opinião por parte dos *hermanos* era que o Brasil tricampeão mundial ganharia o título sem Edson Arantes do Nascimento, enquanto a Argentina de 1986 jamais teria logrado a taça sem *El Pibe* (HELAL; LOVISOLO, 2009, p.22). Outra reflexão bastante pertinente proposta pelos dois autores é com relação à personalidade dos craques. Enquanto “Maradona aparece como um herói dionisíaco, paixão e emoção; Pelé como um rei apolíneo, razão e técnica”. Justamente por isso, defendemos o ponto de vista que Maradona possui uma representatividade muito maior para os argentinos do que Pelé para os brasileiros, sendo o dez tupiniquim muito mais idolatrado fora do território brasileiro. Outro fator que reforça tal argumento é a relação de Dieguito com o Napoli, da Itália, no qual levou o clube do sul do país a seus maiores títulos. A “paixão e emoção” transmitidas por Maradona casou com o estilo napolitano, além, obviamente, dos resultados dentro de campo. Isso resultou em um episódio curioso: na Copa de 1990, a Argentina enfrentou a seleção italiana pelas semifinais daquele mundial, em Nápoles. E os napolitanos torceram para Maradona, e não para a Itália²⁹.

Durante a Copa de 1998, em geral, o discurso dos diários argentinos permanecem da mesma maneira, reforçando sempre a dicotomia “Brasil siempre Brasil” e “Brasil no se parece a Brasil” e, além disso, apoiando o selecionado canarinho quando os adversários eram outros (HELAL; LOVISOLO, 2007, p.3). Mas durante o Mundial da França, Helal e Lovisoló encontram uma reportagem publicada no diário *Clarín*. Nela, comenta-se o fato de a televisão ter mostrado a comemoração dos brasileiros nos gols da Holanda contra os argentinos, em partida válida pelas quartas-de-final. Segundo Helal e Lovisoló (in MARQUES, 2007, pp.2,3) é como se nossos vizinhos tivessem se deparado com um sentimento até então desconhecido: o apreço que muitos de nós tínhamos de ver *La Selección* perder. Aliado a tal fato, a referida Copa do Mundo foi a primeira do diário *Olé*, que “[...] desde seu surgimento, se torna muito popular, ocupando o espaço da revista *El Gráfico*” (HELAL, 2005, p.72), e propôs uma linha editorial nitidamente mais provocativa do que os demais veículos.

Em 2002, apontam Helal e Lovisoló (in MARQUES, 2007), o tom de rivalidade ganha maior intensidade. Os pesquisadores enfatizam

²⁹ Para ter uma olhar mais aprofundado do ocorrido, ver Antezama (2003).

que na edição do dia 20 de junho do diário *Olé*, havia um texto com o título “Ojalá gane Inglaterra”, referente ao confronto do *English Team* contra o Brasil pelas quartas-de-final. Contudo, na mesma edição, havia outro relato com o título “Ojalá gane Brasil” (p.4). Portanto, mesmo que houvesse uma rivalidade a partir do referido torneio, a admiração dos argentinos pelo futebol brasileiro permanece.

A reciprocidade da alegria pela perda do vizinho parece estar-se instalando e com ela a provocação ao adversário, embora sempre entremeada com o reconhecimento do futebol brasileiro. A “provocação ao Brasil” se torna mais evidente no *Olé* que no *Clarín*, portanto, no jornalismo especializado em esporte (HELAL; LOVISOLO in MARQUES, 2007, p.4)

Apesar do quinto título conquistado e de uma copa brilhante por parte de Ronaldo e Rivaldo, a equipe brasileira talvez tenha sido muito mais pragmática do que a depta do “futebol-arte”, o que dificulta na adoção de um discurso mais entusiasmado por parte dos argentinos. Porém, a Copa das Confederações de 2005 e o Mundial da Alemanha no ano seguinte foram, pelo menos até a derrota brasileira para os franceses, um bom período de análise. Com relação a 2005, Helal (2009, p.72) elucida uma foto que pode dizer muito sobre a visão dos *hermanos* sobre nosso futebol. No dia 10 de junho daquele ano, *Olé* publica um retrato um pouco diferente dos jogadores argentinos. Os profissionais do diário manipularam a foto, deixando os atletas mais escuros e com o lábio mais grosso. No canto, os dizeres “Jogo Bonito” (em português). Há quem pense que a atitude possua algum tipo de preconceito racial, mas Helal defende a hipótese – da qual compartilhamos – de que foi alusão ao nosso estereótipo, no sentido de ter atuado – no caso contra o Brasil, vencendo por 3 a 1, em Buenos Aires, em partida válida pelas Eliminatórias para o Mundial do ano seguinte – magistralmente, ter apresentado um “jogo bonito”, assim como fazem os brasileiros. Naquele ano, pouco tempo após o duelo mencionado, o selecionado verde e amarelo ganharia a Copa das Confederações, após goleada sobre nossos vizinhos.

Com relação ao Mundial do ano seguinte, Helal e Cabo (2009) mostram que há inúmeras demonstrações de admiração pelo futebol brasileiro, principalmente com relação a Ronaldinho Gaúcho. A habilidade ímpar do craque e, sobretudo, a alegria com a qual atuava

com a bola nos pés – e viva no extra campo – fascinava os argentinos. Em uma de minhas viagens a Argentina, ouvi mais de uma vez a seguinte expressão por parte dos portenhos: “Dinho [como é chamado no país vizinho] teve tudo para ser maior que Pelé e Maradona, mas não foi”. E se pensar no momento que vivia o camisa dez, então atual melhor jogador do mundo pela Fifa e campeão da Liga dos Campeões da Europa pelo Barcelona, tal opinião estava mais evidente. Durante a Copa, os próprios diários portenhos associavam a figura de Ronaldinho a Maradona e teciam elogios ao futebolista brasileiro. Helal e Cabo lembram, inclusive, que Ronaldinho escreveu uma coluna para *Clarín*, no dia 13 de junho, assim como Pelé fizera por tantas vezes. Outro ponto importante evidenciado pelos dois pesquisadores é sobre o comportamento de *Olé* nas matérias sobre o selecionado tupiniquim. O periódico adotava um discurso ‘imparcial’, o que não significa que algum tipo de brincadeira fosse feita:

La cobertura de Brasil en *Olé* registraba los entrenamientos y los esquemas tácticos. Eran notas que podríamos calificar como siendo las de un periodismo más neutral e investigativo. Sin embargo, en el alto de las páginas referentes a Brasil, aparecía siempre el irónico mensaje: “Atención: Esta página contiene mensajes satánicos”. O sea, los periodistas escriben notas supuestamente imparciales – y muchas veces favorables a Brasil, pero la edición de las mismas sigue su línea de burla contra Brasil (HELAL; CABO, 2009, p.4).

Como passar dos jogos e a não confirmação do “jogo bonito” dentro de campo, o tom de *Olé* para com a seleção foi mudando, notando-se decepção e até certa torcida contra os brasileiros, principalmente após a derrota para a França nas quartas-de-final. Helal e Cabo (2009, p.13) acreditam que a derrota também foi satirizada pelo fato de *La Selección* ter sido eliminada um dia antes, para a Alemanha. Embora as análises não englobem a Copa de 2010 e 2014, as pesquisas de Helal e demais pesquisadores nos trazem muitas pistas sobre a rivalidade entre brasileiros e argentinos. Em primeiro lugar, deve-se salientar a mudança de discurso por parte dos argentinos quando nos enfrentam. Se diante de equipes europeias, *La Selección* representa a

“escola sul-americana”, por meio da *gambeta*, da *viveza criolla*, enfim, do “futebol-arte”.; contra a seleção canarinho, aspectos europeizados são ressaltados, como o toque de bola e o coletivo.

No que diz respeito ao acirramento da rixa, Helal e Cabo (2009, p.2) expõem uma constatação que sintetiza o processo: “Nuestra hipótesis es que hubo una agudización de la rivalidad, principalmente después del surgimiento de los diarios Olé en la Argentina y Lance! en Brasil, a partir de 1996. Asimismo, los argentinos demuestran una admiración explícita al fútbol brasileño, aunque ya no “hinchan” más por Brasil como antes”. Já Helal e Lovisolo (in MARQUES, 2007, pp.12,13) enumeram – além do surgimento de *Olé* e *Lance!*, referido acima – algumas hipóteses para o agravamento da rivalidade: o doping e a crise pessoal de Maradona a partir de 1994 e o tetra brasileiro nesse ano, o vice-campeonato de 1998 e o penta em 2002, a eleição feita pela Fifa na qual Maradona foi eleito o melhor de todos os tempos e a de atletas brasileiros como melhores do mundo. Apesar de concordarmos com o que foi explicitado, adicionamos outro fator hipotético: a grave crise econômica sofrida pela Argentina em 2001, da qual o país ainda não conseguiu se recuperar. Levantamos a hipótese de que os problemas na economia e, conseqüentemente, na qualidade de vida de grande parte dos *hermanos* tenha intensificado as relações com o futebol, seja por meio dos clubes para qual torcem, seja com *La Selección*.

Com relação ao nosso implicar com os habitantes do país vizinho, ou o “amar odiar” identificado por Alabarces, Helal (2011, pp.2,3) atribui tal sentimento ao fato de a nação tupiniquim ter consolidado sua identidade nacional, dentre outros meios, através do futebol, enquanto, na Argentina, o “nacional” já havia sido consolidado nas escolas públicas, iniciativa do presidente Faustino Sarmiento, que governou entre 1868 e 1878. Partindo de tal pressuposto, nosso “eu nacional” necessitaria de um “outro”, isto é, sua alteridade. No caso, os argentinos.

Outro ponto que merece reflexão é o possível aumento da rivalidade entre as duas nações após a Copa do Mundo 2014. Argumentamos com o fato de ter sido o primeiro mundial em solo sul-americano após o acirramento da rixa. As inúmeras canções criadas para representar o rival e o canto delas nos estádios – até em jogos no qual Brasil e Argentina não estavam atuando, principalmente no caso brasileiro – é uma pista. Evidentemente, não podemos ser taxativo. Para que tal suposição seja confirmada, pesquisas de cunho acadêmico precisarão ser desenvolvidas nos próximos anos.

De qualquer modo, salientamos o papel crucial do jornalismo esportivo dos dois países na rivalidade entre torcedores e *hinchas*.

O jornalismo esportivo sempre esteve vinculado ao campo da emoção pelo esporte. Os jornalistas tiveram que desenvolver o gosto pelo esporte ao mesmo tempo em que se socializavam conceitos técnicos. O jornalismo esportivo teve e tem no esporte o espelho que ele mesmo criou: deve ser emocionante (HELAL; LOVISOLO, 2009, p.21).

E pelo que podemos notar nas pesquisas de Helal e Lovisolo (in MARQUES, 2007; 2009), *Olé* é um catalisador da rivalidade, tanto no caso argentino quanto no caso brasileiro, visto que o conteúdo do jornal serve de pauta para os meios de comunicação brasileiros. Percebemos, também, que o *Lance!* não dota da mesma representatividade, sendo repercutido somente pelo seu semelhante em terras portenhas (HELAL; LOVISOLO in MARQUES, 2007, p.11). Apesar disso, esse panorama pode ser interpretado muito mais como supervalorização do diário argentino do que menosprezo de nossos *hermanos* para com a publicação brasileira. A atenção demasiada dada pelos veículos tupiniquins ao *Olé* é criticada por Helal e Lovisolo, dado que não se pode comparar a postura de um jornal especializado com a de veículos ‘de referência’ como, por exemplo, *O Globo*, que interpretou errônea e tendenciosamente uma declaração de Maradona durante a Copa de 2010, em texto divulgado em seu site (HELAL, 2011, p.3).

Chamou-nos a atenção as provocações explícitas, muitas vezes carregadas de “preconceitos”, nas reportagens e colunas de *O Globo*. Por que isso e porque os jornais brasileiros não especializados se preocupam em responder a um jornal especializado como é o *Olé*? (HELAL; LOVISOLO in MARQUES, 2007, p.12)

O fato é que, inevitavelmente, equívocos e/ou provocações exageradas surgirão nos meios de comunicação. Como transcrevemos acima, jornalismo esportivo e emoção caminham lado a lado. Há aqueles que as condenam queiram fora do conteúdo jornalístico. Mas tratando de brasileiros e argentinos, tratando da rivalidade ou não, a emoção sempre fará parte do mundo futebolístico.

CAPÍTULO 2 – A ORGANIZAÇÃO TÁTICA (CONSTRUÇÃO TEXTUAL)

Antes de iniciarmos a discussão sobre o texto jornalístico voltado para o esporte, é preciso compreender o mecanismo da comunicação entre o fato esportivo em si e seu público. Campos (2012, p.6) divide tal processo em dois tipos: o primário, no qual envolve aqueles que estão fisicamente presentes (jogadores, comissão técnica, arbitragem, imprensa, torcida...) e secundário (leitores, ouvintes, tele-espectadores e internautas). Apesar de concordarmos com o ponto de vista exposto, devemos evidenciar a transição constante dos aficionados de um grupo para outro. Isto é, espectadores que comparecem no local do evento esportivo hoje, podem acompanhar o próximo jogo por alguma mídia. Além disso, não desconsideremos o caráter contextual das modalidades (competições, retrospectos individuais, retrospectos coletivos...), o que torna a reação dos receptores heterogênea e com alto grau de complexidade.

De qualquer modo, a maioria dos indivíduos – sejam eles torcedores fanáticos ou meros apreciadores – constrói uma relação muitas vezes intermediada com o mundo esportivo. Daí a necessidade de estabelecermos técnicas e regras para a transmissão esportiva, ainda que estas não devam ser tão rígidas, com o intuito de evitar distorções do acontecimento ou espetacularização desproporcional. Assim sendo, o jornalismo esportivo acaba experimentando suas próprias derivações, como destaca Borelli:

[...] nesta seção é permitida a criação, a liberdade, a inovação, enfim, muitas estratégias são desenvolvidas para a tematização do esporte. Pela própria pluralidade do campo esportivo, o jornalista é levado a abandonar certas regras para incorporar novas formas nas coberturas. Isto é, são desenvolvidas novas estratégias para aprimorar o trabalho, se adequar a inovações e avanços tecnológicos e para aprender a lidar com novos e diversos fatores que surgem a cada dia. (BORELLI, 2002, pp.10, 11).

Cabe salientar, no entanto, que o abandono de normas vinculadas a uma concepção mais ampla do texto jornalístico para a adoção de novas regras não deve ser associado a um possível

desligamento de parâmetros norteadores. Isto é, a liberdade praticada pela editoria de esportes não pode ser confundida com desprendimentos e irresponsabilidades.

Seguindo esse raciocínio, Rojas Torrijos (2010) desenvolve uma proposta de Manual de Redação específico para as publicações jornalísticas esportivas em língua espanhola, tanto para veículos especializados quanto de âmbito geral. O autor estabelece cinco gêneros noticiosos principais: notícia, crônica, reportagem, entrevista e opinião.

Rojas Torrijos (p.410) define o gênero notícia como “gênero informativo por excelência e, portanto, a forma que será adotada na maior parte das peças escritas e oferecidas ao grande público”³⁰, não havendo espaço para opiniões ou interpretações. Em um diário esportivo, de acordo com o autor, o número de notícias por página deve variar entre um e quatro, estas sendo estruturadas seguindo o método da pirâmide invertida. Em nota de rodapé, no entanto, o autor ressalta que o diário catalão *La Vanguardia* recomenda aos seus profissionais que as informações do lide devem ser distribuídas por todo o texto, o que pode indicar uma adaptação do gênero, levando a cabo as especificidades de cada publicação.

No caso da crônica, Rojas Torrijos (op.cit., p.411) a entende como um espaço para a “narração descritiva e interpretativa de um acontecimento esportivo de máxima atualidade”³¹. Nela, serão utilizados elementos informativos, análises e comentários, priorizando os primeiros. Adiante, Rojas Torrijos defende que o cronista discuta fatos já previamente informados ao leitor, por meio do próprio diário ou por outros veículos. Com isso, deve-se aprofundar o fato, não se apoiando somente no essencial. Os títulos devem ser criativos e atrativos, sendo possível recorrer a jogos de palavras para captar a atenção do leitor.

Assim, a definição de crônica trazida pelo autor espanhol se assemelha ao que se pratica no jornalismo esportivo brasileiro. Outro indício que dá respaldo a tal afirmação diz respeito às adaptações necessárias quando a crônica retratar uma partida específica:

Toda crónica que verse sobre un deporte de equipo deberá ir acompañada de una ficha técnica que contenga los datos esenciales del partido (resultado, parciales, jugadores de cada equipo, árbitro, lugar de celebración, recinto deportivo,

³⁰ Tradução minha.

³¹ Tradução minha.

espectadores, amonestaciones o incidencias).
(ROJAS TORRIJOS, 2010, p.412).

A vista disso, concluímos que há uma variação no conceito utilizado por Rojas Torrijos, sendo esta uma crônica referente ao jogo, o que se entende no Brasil como ‘crônica de jogo’.

Como complemento à “crônica”, o autor evidencia um subgênero: a “contracrônica”. Um texto “que aporta cor, ambiente e um ponto de vista diferente do acontecido por parte de outro testemunho direto” (op.cit, p.412)³². Na “contracrônica”, conforme o autor, os aspectos periféricos ao fato principal ganham evidência, o que nomeamos aqui como ‘secundários’, este podendo ser curiosidades, declarações ou até mesmo anedotas. Embora a crônica já possibilite a aparição de elementos subjetivos, Rojas Torrijos vê na contracrônica um reduto de maior liberdade.

Antes de prosseguirmos com as definições de Rojas Torrijos, devemos tecer uma breve reflexão acerca do conceito de “contracrônica”, pois é fundamental para que se compreendam algumas estratégias utilizadas pelos dois diários aqui analisados. É por meio desse subgênero que *Lance!* e *Olé* propõem olhar mais específico, centrado, seja ele para relatar o desempenho de uma equipe, as ações de um treinador ou, sobretudo, as grandes individualidades. Inserimos aqui, por conseguinte, uma ramificação: a contracrônica individualizante. Ela se diferencia pelo fato de sua construção ser quase que exclusivamente concentrada em um determinado personagem, preferencialmente um atleta de destaque, como se somente ele fosse um fato esportivo à parte. Seus atos com a bola (dribles, passes, chutes, cobranças de tiros livres...) e sem a bola (como corre, quando corre, como se entrega ao jogo, como reage às situações mais adversas, sua feição corporal e facial...) são relatados. Ou, no caso de a figura central ser o árbitro, o treinador, ou qualquer outro que tenha chamado a atenção do repórter, terá suas características mais particulares destacadas e analisadas.

Helal (2003, p.1) utiliza os conceitos de Morin para diferenciar a celebridade do herói. Enquanto o primeiro possui personalidade mais individualista, tem-se no herói a figura daquele que redime a sociedade. Nesse contexto, de acordo com Helal, o esporte se torna um "terreno fértil para a produção de mitos e ritos relevantes para a comunidade". Nesse sentido, os heróis podem ser reconhecidos de acordo com as

³² Tradução minha.

especificidades do grupo no qual se incluem. Helal (2003) estabelece que, no caso brasileiro, genialidade e improviso são características que credenciam o postulante ao título de herói. Mas, como se sabe, até mesmo no Brasil cada região/estado/agremiação futebolística possui suas exceções, suas preferências³³.

Mesmo muito presente, a contracrônica individualizante gera divergências, principalmente com relação a sua localização no processo de construção do ídolo/herói e seus riscos para o atleta. Pelo fato de o apreciador do mundo esportivo se relacionar com o mesmo por meio dos veículos jornalísticos por muitas vezes, há a sensação de que a mídia é peça fundamental na construção dos heróis. Contudo, acreditamos que, na verdade, os *media* são responsáveis pela consolidação dos ídolos, já que os profissionais de imprensa são “contaminados pela dimensão torcedora que circunscreve os jogadores às categorias pautadas pela emoção” (TOLEDO, 2000, p.149). Partilho da opinião de Helal, que vê na mídia a função de “editora” dos fatos vividos pelo postulante à alcunha de herói, e não de “construtora” de tal trajetória. “Os êxitos dos ídolos despertam a nossa curiosidade. Suas trajetórias rumo à fama são “editadas” na mídia, enfatizando certos aspectos, relegando outros a um plano secundário e até mesmo omitindo algumas passagens” (HELAL, 2003, p.2). O que pode acontecer, sim, é certo exagero por parte dos meios de comunicação, certa distorção ou afobamento da imprensa na busca desenfreada pelo herói, em especial com atletas jovens que ganham projeção fulminante, o que pode acarretar em uma sobrecarga emocional e afetar o desenvolvimento da jovem promessa (MELLO, 2014, pp.7,8). Independente disso, consideramos a contracrônica individualizante como um estilo útil de análise e que auxilia o comentarista em suas projeções e o leitor em sua compreensão. Se contextualizarmos tal pensamento com a Copa do Mundo de 2014, por exemplo, a análise do comportamento do zagueiro e capitão Thiago Silva nas oitavas-de-final, contra o Chile, quando o atleta chorou entre o final da prorrogação e a disputa por pênaltis, aliado a outros fatos³⁴, serviu de base para que a imprensa levantasse a discussão a respeito do frágil estado emocional de alguns atletas da Seleção.

³³ Diz-se, por exemplo, que para os gaúchos “o camisa cinco é o camisa dez”, frase que faz alusão ao apreço dos mesmos por atletas mais aguerridos, gosto semelhante aos dos argentinos e uruguaios.

³⁴ Dentre eles, a conversa do técnico Luiz Felipe Scolari com alguns membros da imprensa esportiva, solicitando que fossem mais brandos com as críticas.

Ainda condizente à crônica, Rojas Torrijos estabelece outro subgênero: a “prévia”, texto característico que precederá a crônica, especialmente as de jogo. Na “prévia”, serão reunidos os principais acontecimentos da semana, ou aqueles que são essenciais para que o leitor compreenda o cenário atual e quais as implicações do jogo, ou do torneio. É, então, uma projeção do que está por vir, atentando os olhares dos interessados para as minúcias que podem ser cruciais no desfecho do evento esportivo.

Segundo Rojas Torrijos, o gênero “reportagem” será adotado para aquelas pautas que realizem uma investigação ou ampliação daquilo que foi fortemente repercutido e/ou interesse social. As reportagens devem ter “um tratamento gráfico e tipográfico especial”, “multiplicidade de fontes e dados” e, sobretudo, “tenderá à análise, mas nunca à opinião”. Seu estilo deve ser “livre e eminentemente criativo, quase literário” e, além disso, ter um primeiro parágrafo impactante, não havendo a necessidade de estruturá-lo de acordo com a pirâmide invertida^{35 36}.

O gênero “entrevista” é autoexplicativo. Refere-se às entrevistas com personagens de destaque, ou por estarem englobados no acontecimento, ou por ajudarem na compreensão e/ou projeção do fato esportivo. Devem ser estruturadas no formato de perguntas e respostas, antecedidas por um ou dois parágrafos introdutórios. Se a entrevista for exclusiva, Rojas Torrijos recomenda que esta figure nas páginas de destaque. Já no caso da “opinião”, serão escritos pelos colunistas ou pelos colaboradores. Apesar de ter um estilo livre, “deverão recorrer aos princípios” do veículo em questão. Os textos não devem ser muito longos e, com exceção do editorial, devem ser assinados.

Embora os últimos dois gêneros não sejam nosso foco principal, alguns elementos de ambos merecem reflexão. No caso da entrevista, diagnosticamos um dos principais problemas na busca por um texto jornalístico esportivo que seja original e atrativo para o leitor. E aqui nos referimos não só ao gênero em si, mas a utilização da entrevista para a elaboração do texto, qualquer que seja o estilo a ser adotado. Com o surgimento das entrevistas coletivas, que, teoricamente, foram criadas para facilitar o acesso dos jornalistas aos personagens esportivos, o que se verifica é, em contrapartida, um mecanismo de restrição da imprensa, pois cada veículo tem a oportunidade de fazer uma ou no máximo duas

³⁵ (op.cit, pp. 412,413).

³⁶ Todas as traduções deste parágrafo são minhas.

perguntas (quando tem), o que acarreta em um material raso e que é usado por todos os diários, rádios, canais de televisão e portais de internet, especializados ou não. Tal cenário se acentua durante a Copa do Mundo – período de análise desta investigação – conforme Lisboa:

O controle dos contatos de jogadores e comissão técnica com a imprensa aumenta muito no contexto de Copa do Mundo, e, de certa forma, engessa a relação das fontes com a imprensa, pois há uma diminuição dos canais de contato, canais estes que são alvo de controle extremo. (LISBOA, 2014, p.9).

Durante a análise das edições de *Lance!* e *Olé*, percebemos nitidamente que as entrevistas eram idênticas, salvo algumas edições no material completo ou exclusivas feitas por um ou outro jornal. A escassez de informações relevantes nos discursos vacinados de jogadores e comissão técnica resulta na necessidade dos analistas e demais profissionais de imprensa, independentemente da mídia na qual atuem, construíram suas projeções através do que se *quis dizer*, e não do que *realmente se disse*. Dessa maneira, os discursos dos comentaristas podem correr o risco de se transformar em opiniões confusas, em vez de projeções embasadas. Outro ponto importante é que, com a atual velocidade e demanda informacional, o jornal é extremamente prejudicado nesse aspecto, pois veicula exatamente o que já foi reproduzido nas demais mídias.

A necessidade de se publicar o conteúdo jornalístico, não só esportivo, em um espaço de tempo altamente restrito suscita outro fator que norteia a função da mídia impressa na cobertura esportiva: a objetividade. Para que possamos contextualizá-la no âmbito jornalístico esportivo, precisamos compreender a origem do termo, dada sua relevância. Kovach e Resentiel (2004,), refletem acerca do “conceito perdido da objetividade”. Os autores sustentam que o significado original do termo era condizente aos métodos que o profissional se mune para apurar o fato, e não ao próprio jornalista. Assim, “a chave estava na disciplina do ofício, não em sua finalidade” (p.116). Porém, o conceito sofreu distorções com o passar dos anos, tornando-o mais confuso e menos refinado (p.117), o que acabou por gerar algumas implicações no entendimento da objetividade:

Esse ponto tem algumas implicações importantes. Uma delas é que a voz imparcial utilizada por muitas empresas jornalísticas, aquele familiar, supostamente neutro estilo de redação das notícias não é um princípio fundamental do jornalismo. Ao contrário, é quase sempre um recurso oportunista que as empresas usam para destacar o fato de que produzem alguma coisa obtida por métodos objetivos. A segunda implicação é que essa voz neutra, sem uma disciplina da verificação, cria um verniz que esconde alguma coisa turva. Os jornalistas que selecionam as fontes para expressar o que na verdade é seu próprio ponto de vista, e depois usam a voz neutra para que tudo pareça bem objetivo, estão trapaceando (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p.117).

Os autores alertam que, devido ao quadro atual, no qual o jornalista adquire função de sintetizador, “recebendo mais do que procurando saber”, deve-se compreender corretamente o conceito de objetividade, para que a informação transmitida seja mais sólida (p.120).

Apesar de Kovach e Rosenstiel não abordarem especificamente o jornalismo esportivo, acreditamos que a reflexão proposta pelos autores é de extrema utilidade para este estudo. Ao invés de o repórter esportivo dar prioridade à objetividade e a isenção no planejamento das pautas e na apuração das mesmas e, a partir daí, buscar o diferente, o original; apoia-se na “voz neutra” como atestado de compromisso com a verdade, o que nem sempre acontece, justamente pela deturpação do conceito original de objetividade. Nota-se, além disso, a valorização do relato objetivo, atestado de bom jornalismo. Konder (in RIO DE JANEIRO, 2004, p.24) elenca a objetividade como critério imprescindível para a cobertura esportiva. Barbeiro e Rangel (2006, p.46) acreditam que “o público quer que o jornalista informe pura e simplesmente”. Tais pensamentos retratam o panorama atual e influenciam no produto jornalístico esportivo que chega ao receptor:

Em ambos os tipos de texto, a matéria informativa e o texto de opinião, o futebol é normalmente tratado de forma objetiva, puramente factual. De modo geral, o jornalismo esportivo vê o futebol unicamente como um esporte, e mesmo o evidente caráter de espetáculo é explorado apenas em seus

aspectos objetivos: a estrutura administrativa e econômica, a vida e a carreira dos jogadores, técnicos e dirigentes, o comportamento das torcidas, etc. (SILVA, 1997, p.29).

Optar por um relato estritamente objetivo, relegando o subjetivo, pode resultar no esquecimento da subjetividade das modalidades esportivas, sobretudo aquelas que são coletivas. E por mais objetivo que seja o acontecimento, ele sempre é composto por uma essência subjetiva e complexa (GENRO FILHO, 2012, p.49). Além disso, tais conceitos vão de encontro a uma das especificidades do jornalismo esportivo: a notória presença do emissor na informação. Na cobertura esportiva, “o emissor se faz muito mais visível que em outros âmbitos jornalísticos mediante o uso de um léxico próprio, que está carregado de conotação e que apela constantemente aos sentimentos dos leitores” (ROJAS TORRIJOS, 2010, p.329)³⁷, o que Kishinhevsky classifica como “a subjetividade do repórter permeando indisfarçavelmente as notícias, até as relacionadas ao dia-a-dia da preparação das equipes” (2004, pp.37,38).

No entanto, não pretendemos aqui demonizar a objetividade ou os relatos mais objetivos. O que defendemos é a melhor definição dos mesmos e, conseqüentemente, a adoção de tais estruturas nos espaços mais adequados. As categorias delineadas por Rojas Torrijos, por exemplo, nos mostra que o gênero “notícia” se encaixa melhor em tal contexto. Partimos do princípio que, no caso do jornalismo esportivo, a convivência entre o objetivo e o subjetivo é extremamente benéfica e apropriada para a transmissão do conteúdo. “Quanto mais se ativerem aos acontecimentos periféricos e liminares da pauta, maiores possibilidades de se conseguir resultados inusitados e, portanto, acredita-se, mais original a cobertura, sobretudo no contexto do cotidiano dos treinos” (TOLEDO, 2000, p.206).

Através desse pensamento podemos refletir sobre artifícios para que tanto o relato mais objetivo quanto o retrato das subjetividades contidas no esporte sejam produzidos com qualidade. Assim sendo, destacamos aqui a importância da singularização do fato. Antes de dissecar a última afirmação feita, pensemos na construção textual em si. Um bom parâmetro para tal discussão são os conceitos pensados por Genro Filho (2012). De acordo com o autor, a pirâmide invertida

³⁷ Tradução minha.

deveria ser ‘desinvertida’, isto é, a base da figura teria que estar novamente abaixo do topo, pois a notícia caminha do singular para o particular, e do particular para o universal. O lide, à vista disso, é uma “apreensão sintética da singularidade ou núcleo singular da informação” (p.191). Não confundamos, porém, a singularização do fato com a singularidade do mesmo. O primeiro, desenvolvido pelos Formalistas Russos, refere-se ao olhar singular perante algo, ou seja, como se jamais tivesse o visto, já que, segundo os Formalistas, os fatos constantes acabam por se tornarem invisíveis (MELLO, 2012, pp.34,35). Já o segundo diz respeito ao aspecto singular do acontecimento jornalístico, sendo este pertencente a uma particularidade, que, por sua vez, está inserida no universal.

Considerando que o grau de similaridade dos acontecimentos esportivos seja considerável, ou seja, os fatos esportivos em grande parte das vezes se apresentem como “[...] monótonos e repetitivos, rotinas que, sem a intervenção criativa dos repórteres, cinegrafistas ou editores, sucumbiriam a uma série de reportagens idênticas sem qualquer interesse mais geral” (TOLEDO, 2000, p.208), introduzir uma visão singular é essencial no relato. Pesquisas anteriores identificaram na singularidade um dos grandes recursos que o cronista Nelson Rodrigues dotava para produzir suas crônicas futebolísticas, visto que Nelson se centrava em “personagens da semana”. Estes apareciam mais de uma vez nas publicações do dramaturgo, forçando-o a retratá-los por meio de perspectivas mais originais do que as anteriores³⁸.

Em suma, buscar a singularidade do singular significa estar atento às adversidades ocorridas durante a partida³⁹, preferencialmente aquelas que sejam dificilmente perceptíveis, ou até mesmo as atitudes elementares dos personagens principais que, devido a motivos adversos, não foram analisadas e inseridas em um contexto.

Até aqui, refletimos acerca do texto jornalístico esportivo, suas características gerais e, também, propusemos uma discussão sobre o olhar do repórter perante o fato, o que servirá de base para as análises expostas neste capítulo. Como vimos, a feroz demanda informacional faz com que os diários impressos recorram a estratégias que atraiam os interessados no conteúdo esportivo. E, como veremos nos próximos itens, tal cenário leva a um realce nas particularidades dos diários especializados em esporte.

³⁸ Ver Mello (2012).

³⁹ Ver Toledo (op.cit, pp.225,226)

2.1 A construção das matérias do *Lance!*

A exemplo do que ocorre em outros produtos jornalísticos especializados em esporte, *Lance!* expõe visões diferentes e mais aprofundadas do que se encontra em jornais de âmbito geral. Isso é perceptível nas fotos, nos títulos, nos infográficos, ou propriamente nos textos. Durante a análise, constatamos que tal tentativa é bem sucedida por algumas vezes. Em outras, o diário acaba por recorrer às mesmas técnicas e normas adotadas nas demais editorias.

Quanto à adoção de recursos como o lide e a pirâmide invertida (objetividade), notamos que o diário prima majoritariamente por ser direto e insere as informações mais importantes no primeiro parágrafo do texto, sobretudo naqueles que se encaixam no gênero “notícia” e, também, nas crônicas de jogo. O que não impede, contudo, que elementos inerentes ao subjetivo e ao passional sejam encontrados, como adjetivos, exclamações, interrogações ou até mesmo expressões inerentes ao linguajar torcedor, principalmente nos materiais produzidos por editores e colunistas. Com isso, observamos nitidamente que os grandes duelos da Copa do Mundo foram relatados por meio de textos mais bem elaborados, tanto na crônica de jogo (denominada pelo diário como “visão do jogo”) quanto nas contracrônicas e notas complementares. Com relação às matérias referentes aos clubes que, lembremos, passam por período de intertemporada durante o Mundial, as matérias são ainda mais objetivas, factuais, com traços subjetivos em poucas delas, geralmente no primeiro e/ou no último parágrafo da publicação.

Em “Costa Riquíssima (*Lance!*, 30.06.2014, p.25), Vinícius Perazzini estrutura a crônica de jogo conforme o modelo lide/pirâmide invertida, para informar a classificação histórica da Costa Rica às quartas-de-final da Copa, feito inédito. “A Costa Rica está nas quartas de final da Copa e de maneira histórica. Com grande atuação do goleiro Navas – que pegou pênalti decisivo e um jogador a menos, os Ticos⁴⁰ superaram a Grécia na cobrança de pênaltis após empate por 1 a 1. O próximo desafio será contra a Holanda”. No decorrer do texto, o redator sequer cita a emoção dos torcedores, dos jogadores e comissão técnica, perspectiva extremamente importante pelo ineditismo da classificação e facilmente perceptível na matéria feita pelo diário esportivo

⁴⁰ Apelido dado à Seleção da Costa Rica.

costarriquenho *Al Día*, publicada na mesma página da matéria anterior: “A Costa Rica escreveu o melhor capítulo da história do seu futebol. Os jogadores fizeram a partida mais importante de suas vidas. E eles alcançaram as quartas de final da Copa do Mundo. **Sim. Nos belisquem.** Estamos entre os oito países que melhor jogam futebol” (grifos meus). Embora *Al Día* não tenha exposto recursos literários e subjetivos no seu texto, as expressões “sim” e “nos belisquem” dimensionam a euforia dos costarriquenhos ocasionada pela vitória dos Ticos.

Já em “Fortaleza mexicana” (*Lance!*, 18.06.2014, p.8), referente ao confronto Brasil e México, notamos que, apesar da tentativa de se fazer um texto específico sobre o goleiro Guillermo Ochoa, mais próximo a uma contracrônica, Maurício Oliveira prima pelas características do gênero “notícia”. Não há claramente o modelo da pirâmide invertida. Em contrapartida, os lances que fizeram de Ochoa o melhor jogador em campo eleito pela Fifa são descritos objetivamente. Tal constatação fica bem evidente no antepenúltimo parágrafo: “Ochoa começou sua carreira no América, do México, em 2004. Defendeu o clube por sete anos, até 2011, quando se transferiu para o pequeno Ajaccio, da França, no qual ficou até o mês de maio. Atualmente, está sem clube”.

Percebemos em ambos os casos citados acima que os enfoques das partidas mencionadas – a classificação inédita da Costa Rica e a atuação de destaque do goleiro Ochoa, respectivamente – poderiam ter sido retratados de maneiras distintas, adotando outras formatações, sobretudo aquelas não tão presas ao registro factual, pelo caráter incomum dos fatos. E, também, os fatos principais foram amplamente noticiados nas outras mídias logo após o término dos confrontos, isto é, o público alvo do *Lance!* já tinha conhecimento da classificação histórica dos Ticos e do ótimo desempenho de Ochoa.

Outro exemplo que poderia ter sido transmitido por meio da crônica ou até mesmo contracrônica diz respeito ao texto “Herói da Bósnia, Vedo ‘já ganhou’ a Copa” (*Lance!*, 21.06.2014, p.20). O jogador Vedad Ibišević sobreviveu à Guerra da Bósnia (1992-1995), após ver sua família ser assassinada. Ao invés, o que se vê é a utilização desse fato para se publicar a prévia da partida entre bósnios e nigerianos.

Em alguns exemplos, entretanto, os profissionais do diário brasileiro optam por textos mais adjetivados e subjetivos. Em “Krul, histórico e decisivo!” (*Lance!*, 06.07.2014, p.19), sobre o embate entre holandeses e costa-riquenhos, o primeiro parágrafo é totalmente distinto do que é comumente adotado pelo diário. Com a entrada do terceiro

goleiro holandês Tim Krul no final do segundo tempo da prorrogação, e suas defesas na decisão por penalidades, Luiz Fernando Gomes se debruçou sobre os heróis:

Heróis não precisam suar a camisa. Não têm de correr, driblar, sequer fazer defesas maravilhosas. Heróis podem jogar apenas dois, três minutos de um jogo. Podem entrar, se atirar uma vez para um lado e defender um pênalti, se atirar a segunda vez, do mesmo lado, e pegar um segundo pênalti. Pronto. Está escrita a história de um jogo da Copa.

Por sua vez, na crônica de jogo “Tudo azul na laranja” (*Lance!*, 19.06.2014, p.14), condizente à vitória holandesa sobre os australianos, Valdomiro Neto escreve de forma que nos permite compreender que, mesmo atribuindo valores para complementar o que está sendo dito, o texto não perde em clareza: “Quando Robben, **com sua velocidade de flecha**, abriu o marcador, a sensação é que veríamos uma reprise do **massacre** do duelo contra a Espanha. Um **singelo** minuto depois, no entanto, Tim Cahill acertou um **improvável** chute de primeira e deixou tudo igual novamente” (grifos meus). As adjetivações grifadas na citação acima, como se pode notar, não interferem na informação que é passada. Com relação à palavra ‘improvável’, inclusive, esta é fundamental para que se tenha dimensão da plasticidade do gol de Cahill, que chegou a ser indicado ao Prêmio Puskás 2014⁴¹.

Considerando o que foi exposto até aqui, podemos afirmar que as matérias do *Lance!*, embora evidenciem algumas das especificidades da cobertura esportiva, dão preferência para a descrição dos aspectos principais do evento ocorrido. À vista disso, percebe-se que muitos dos profissionais do diário brasileiro buscam explicitar uma visão singular sobre a singularidade do fato: como determinado atleta se comportou, como se posicionou, como o treinador reagiu à determinada jogada. Tal perspectiva fica bem evidente naquelas matérias complementares ao fato principal, denominadas pelo jornal de “visões” – do time, da torcida, de um determinado jogador –, não incluindo aqui as “visões do jogo”, que, como já citamos, são mais amplas e inerentes às crônicas de jogo.

⁴¹ Prêmio que elege o gol mais bonito da temporada. O vencedor é escolhido por meio de votação no site oficial da Fifa, que indica dez candidatos para serem votados.

O depoimento singular do acontecimento, dentro ou até fora das quatro linhas, pode ser alcançado por meio de algumas técnicas. No trecho a seguir, por exemplo, o repórter Bruno Uliana centrou seu olhar na defesa brasileira, seja de maneira mais abrangente ou exclusivamente no capitão do escote, Thiago Silva:

Thiago Silva é um líder: Nato. O camisa 3 bate, fala, grita, orienta, abraça, reza, ergue os braços. Braços que carregam a braçadeira de capitão da Seleção Brasileira na Copa. Fardo pesado. Mas cada movimento do defensor parece demonstrar que ele entende perfeitamente tal responsabilidade. [...] Thiago e David mostram, em atitudes, que são os “donos” deste time. E querem influenciar mais gente. Quando sentiram que a Seleção precisava do apoio, faziam gestos para a torcida apoiar e aumentar o volume dos cantos. Os paulistas, como súditos, atenderam. (Zagueiros vibram, e o Brasil vai junto – Lance!, 13.06.2014, p.5).

Já na contracrônica individualizante “Os trejeitos de sempre, o sufoco de sempre e uma marca para sempre” (Lance!, 05.07.2014, p.12), Thiago Salata associa o comportamento de Luiz Felipe Scolari durante a estreia do Brasil à sua postura habitual. Paradoxalmente, entendemos tal estratégia como adoção de visão singular, pois foi necessário observá-lo durante toda a partida para chegar a tal conclusão. “Felipão levantou pela primeira vez aos dois minutos, sentou aos três. Levantou aos quatro, cruzou os braços, colocou a mão para trás... Aos seis, explodiu de alegria com seu capitão, Thiago Silva [...]”.

Mesmo que se entendam os exemplos citados acima como demonstrações de singularização do singular, salientamos que ambos se atentaram para personagens destacados da Seleção: Thiago Silva e David Luiz, até o início do Mundial, eram apontados como grandes individualidades do selecionado brasileiro, vistos como dois dos melhores zagueiros do mundo. Scolari, apesar das críticas que vinha recebendo desde o início de 2014, era uma das figuras-chave da delegação tupiniquim. Assim sendo, observar tais personagens durante os jogos da seleção canarinho é algo previsível, o que não retira o mérito dos profissionais mencionados.

Levando em conta o que foi dito no parágrafo anterior, verificamos que um dos mecanismos encontrados pelo diário brasileiro para publicar “visões” esmiuçadas sobre determinados atletas e, assim, torná-los interessantes para os receptores, consiste em focar em acontecimentos periféricos, pertencentes às trajetórias dos personagens, e usá-los como justificativa para tal enfoque. Além do texto já citado neste item, a respeito de Vedad Ibišević, a crônica de jogo intitulada “Dor dos Elefantes” (*Lance!*, 25.06.2014, p.17), acerca da vitória grega por 2 a 1 sobre a Costa do Marfim, também merece destaque. Caio Carrieri utiliza a morte do irmão mais novo de Kolo e Yaya Touré para observar o comportamento dos jogadores marfinenses:

É provável que muitos dos 59.095 torcedores presentes no Castelão não soubessem do estado de luto em que a Costa do Marfim entrou em campo ontem [...] Talvez os espectadores não tenham reparado quando o craque Yaya Touré tenha ouvido o hino marfinense de cabeça baixa, quatro dias depois de perder seu irmão, Ibrahim, também jogador de futebol, numa luta dolorosa contra o câncer na Inglaterra. [...] Mesmo que estivesse alheio ao sofrimento que tomou conta dos Elefantes na última semana, o público, de maioria brasileira e pouquíssimos gregos e marfinenses, abraçou os africanos com carinho.

A concentração dos profissionais do *Lance!* no fato primário e, conseqüentemente, no esmiuçamento do mesmo também é atestada pelos jornalistas entrevistados. Todos os três elencaram o factual como foco prioritário do jornal. Felipe Rocha, setorista do Vasco da Gama, explica o que é considerado factual e original e, além disso, aponta que o factual tem preferência:

Nós temos dois tipos de pauta a se pensar: as originais e as factuais. Factual é o que cai no dia, o que está quicando para você. O original é quando não temos um factual forte. O factual é sempre mais forte que o original. Quando o treinador cai, por exemplo, isso é factual. O original é mais para sair da rotina mesmo. Tipo, uma matéria sobre os acertos de passe do Vasco, o

cara que é o artilheiro... às vezes fazemos uma brincadeira... os dois tipos são bem úteis.⁴²

No que diz respeito à individualidade, *Lance!* procura reservar espaço para textos que exponham “visões” sobre determinados personagens. Durante a Copa do Mundo, os principais nomes das seleções recebiam um texto exclusivo, independentemente da atuação que tivessem. Dentre eles, estão Lionel Messi, Cristiano Ronaldo, Thomas Müller, Neymar, James Rodriguez e Benzema. Entretanto, podemos perceber que os relatos individualizantes publicados pelo diário brasileiro se encaixam mais no gênero “notícia” do que na contracrônica individualizante. Geralmente localizadas na página seguinte à crônica de jogo, a maioria englobava estatísticas não só sobre o atleta, mas também sobre a equipe. Portanto, entende-se que os textos usavam o desempenho ou a projeção de determinado atleta ou treinador para a exposição de números, em vez de usar os números como complemento para o esboço de uma observação específica sobre algum personagem do evento esportivo.

A diferenciação exposta acima fica bem nítida nas contracrônicas individualizantes “O dia em que o Maraca viu um pouco de Messi” (*Lance!*, 16.06.2014, p.23) e “Neymar já é espetacular” (*Lance!*, 24.06.2014, p.8). Na primeira, Daniel Bortoletto descreve os principais acontecimentos do jogo entre Argentina e Bósnia e Herzegovina pela ótica de Messi. É a partir do craque argentino que o jornalista fala sobre o êxtase da torcida argentina no Maracanã, sobre a marcação em Lionel e, também, sobre os 64 anos do referido estádio. Tal perspectiva é bem evidente no trecho a seguir: “Saindo muito da área para criar, Messi foi desarmado várias vezes, errou passes e não finalizou a gol. E só não **foi** para o intervalo com o empate pois **viu** o goleiro Romero salvar em dois lances” (grifos meus). Já na “visão” sobre Neymar, Thiago Salata usa a boa atuação do atleta brasileiro como gancho para expor estatísticas acerca do desempenho do atleta no escrete:

[...] o novo craque brasileiro mostrou a quem tem dúvidas que ele está disposto a figurar na lista dos gigantes do Brasil em Copas do Mundo. Quatro gols em só três jogos em Mundiais. Fez o centésimo gol da edição do torneio no jogo 100 da

⁴² Entrevista realizada no dia 1º de abril de 2015.

Seleção em Copas. [...] O camisa 10 já coloca a cara, ainda que lá embaixo, na lista dos maiores goleadores do Brasil na maior competição do planeta. Pense que Mané, genial e bicampeão mundial, tem cinco gols em Copas. O monstro Romário, herói do tetra, idem.

Ainda com relação ao último texto citado, somente um dos quatro parágrafos foca na atuação de Neymar contra os camaroneses. Os outros seguem o formato da citação transcrita acima.

A preferência do *Lance!* por “visões” individuais mais objetivas, salvo algumas exceções, pode ser explicada pelo fato de o diário brasileiro não as publicar com a mesma frequência que o diário argentino *Olé*, como será visto no decorrer deste capítulo. Ao invés, *Lance!* prioriza a veiculação de “visões” condizentes às equipes que protagonizaram o duelo, expondo questões táticas e explicando para seus leitores como determinado selecionado se posiciona em campo. Com tal escolha, as crônicas de jogo da publicação brasileira prezam por descrever o decorrer da partida; os gols, os lances de maior perigo, as polêmicas, enfim, os principais momentos durante os noventa minutos. Como veremos abaixo, as crônicas de jogo do *Lance!*, ao contrário do que o termo ‘crônica’ sugere, pende muito mais para um relato objetivo e direto do que propriamente uma crônica. Os materiais que se desprendem de tal formato são, geralmente, aquelas escritas por colunistas – como, por exemplo, Mauro Betting e Roberto Assaf – ou que centralizam as atenções do leitor para um aspecto principal, seja ele tático, técnico, histórico ou até mesmo curiosidades. Deve-se ponderar também que as matérias referentes a jogos específicos do *Lance!* são mais leves e desprendidas das normas jornalísticas, se comparadas àquelas de jornais de âmbito geral, sobretudo pelo fato de as publicações do diário brasileiro trazerem alguns traços das especificidades da cobertura esportiva no primeiro e no último parágrafo.

Prova do que foi colocado acima é o lide da crônica de jogo de Holanda *versus* Espanha:

A laranja – de azul – voltou a ser Mecânica. E a Fúria ficou só no Tiki. Nervoso. Sem o taka. Pois é. Em dia de muito brilho de Robben, que estraçalhou, e desastroso para o adversário, principalmente para Casillas, a Holanda enfiou 5 a 1 na Espanha, em Salvador, vingando a derrota de

1 a 0 na decisão da Copa de 2010, na África do Sul (Um dia sem fúria – Lance!, 14.06.2014, p.14).

Na primeira parte do texto, Roberto Assaf brinca com as cores do selecionado holandês e com o *Tiki Taka*⁴³ espanhol. Os trocadilhos são montados através de frases curtas, o que dá um ritmo particular ao texto. Já na segunda parte, Assaf expõe as principais informações do fato esportivo, dados que estariam em um primeiro parágrafo de um texto proveniente de um veículo não especializado.

Na crônica de jogo intitulada “Diabos Vermelhos 100%” (Lance!, 27.06.2014, p.24), referente à vitória belga sobre os sul-coreanos, Guilherme Gomes opta por um primeiro parágrafo mais opinativo, com nenhuma das seis perguntas básicas do lide respondidas. Nos demais parágrafos, porém, o repórter descreve os principais lances da partida, de maneira direta e bem diferente do estilo trazido por Roberto Assaf no exemplo anterior, como se pode ver no seguinte trecho: “Sem nada a perder, a Coreia partiu para o ataque e deu espaços para o rival. Mesmo com dez em campo, a Bélgica ameaçava nos contragolpes. Wilmots, técnico belga, colocou sangue novo, trocando Mertens e Januzaj por Origi e Chadli.. Deu certo. Aos 32, Origi chutou de fora, o goleiro coreano deu rebote e o capitão Vertonghen emendou”.

De todas as crônicas de jogo analisadas, a que mais faz jus ao termo ‘crônica de jogo’ é “Oshowa” (Lance!, 18.06.2014, p.5), sobre o empate entre Brasil e México. Nela, Mauro Betting expõe questões táticas para respaldar seus argumentos. O primeiro parágrafo é opinativo. Nos demais, há uma mescla entre as percepções de Betting sobre os esquemas adotados e sua opinião acerca de tal cenário e das substituições realizadas pelos treinadores brasileiro e mexicano.

Demérito da seleção que se mexeu ainda menos contra um México que não se apequenou. Usou mais o 4-4-2 que o 3-5-2. Soltando Layun pela esquerda e o ótimo Herrera para chegar à frente, e travou o primeiro tempo. Felipão respondeu no intervalo com a entrada de Bernard pela direita, com Oscar mantido à esquerda. [...] Bernard, mal

⁴³ Estilo de jogo baseado na troca rápida de passes e movimentação dos atletas em campo. Na seleção espanhola, foi utilizado pelos técnicos Luis Aragonés e Vicente del Bosque.

tecnicamente, antes dos 20 minutos trocou de lado com Oscar, que foi jogar onde havia atuado bem. Mas o time seguiu sem luz. Neymar acertou poucos lances. Paulinho seguiu sumido. Felipão demorou a tirar Fred. Willian demorou a entrar.

Levando em conta que tanto as matérias condizentes a uma partida específica quanto as “visões” sobre determinado time ou jogador possuem formato semelhante, com linguagem direta, objetiva e com poucas características referentes às crônicas de jogo ou às contracrônicas, podemos constatar que *Lance!* acaba por propiciar informações repetidas nos textos que retratam determinado fato esportivo, resultando em um conteúdo repetitivo e, se considerarmos o conjunto da(s) página(s), incoerente.

No material publicado acerca do empate entre os selecionados brasileiro e mexicano, por exemplo, no qual Guillermo Ochoa foi o craque do confronto, são atribuídos dois adjetivos para qualificar as defesas de Ochoa: a) grandes, na linha fina da “visão do jogo” de Mauro Betting e no decorrer do referido texto; b) espetaculares, na tabela de notas para cada atleta, na linha fina da “visão do anti-herói” e em meio a esta.

Se olharmos mais amplamente, veremos que as informações principais sobre o evento esportivo, inseridas no primeiro parágrafo do texto principal, já aparecem na página, seja por meio de ficha técnica ou *boxes* com informações como, por exemplo, local da partida, público presente e condições do gramado. Em outros casos, há lista com a descrição das principais jogadas, informações já presentes na “visão do jogo” e, dependendo do caso, repetidas também nas “visões” sobre um selecionado ou jogador.

Ainda tomando como exemplo o material inerente ao confronto entre Brasil e México, veremos na imagem abaixo que o placar da partida está em destaque – estrutura utilizada em todas as demais chamadas de crônicas de jogo durante o período de análise. Abaixo do score, têm-se as informações principais da partida (local, público presente, árbitro, gols, condição do gramado).

Figura 1 – Chamada da crônica de jogo “Oshowa”.



Embora os dados já tenham sido fornecidos, como visto na figura acima, o placar e o local do duelo são repetidos novamente no primeiro parágrafo do texto de Mauro Betting, como se pode ver na imagem a seguir:

Figura 2 – Início da crônica de jogo “Oshowa”

VISÃO DE JOGO



MAURO BETING

maurobetting@lancenet.com.br

Noi 0 a 0 por conta de Ochoa, goleirão que fez quatro grandes defesas. O México não merecia perder pelo ótimo futebol que jogou no Castelão. O Brasil não merecia vencer

B.

Alheio a esse cenário, foram encontrados alguns poucos exemplos. Dentre eles, as matérias intituladas “Anti-boleiros” (*Lance!*, 22.06.2014, pp.16,17), que retratam o estilo pouco convencional dos jogadores Kyle Beckerman (Estados Unidos) e Raul Meireles (Portugal); e “Força na careca” (*Lance!*, 23.06.2014, p.18), que abordavam os carecas Arjen Robben (Holanda) e Jorge Sampaoli (técnico do Chile), que se enfrentaram naquele dia. Nota-se, portanto, que a preocupação do diário em construir uma página coesa e sem repetição de informações ocorreu em pautas que se encaixam mais no ‘original’ do que no ‘factual’, apesar de a segunda mencionada ser uma prévia do confronto entre holandeses e chilenos.

Essa repetição observada durante a análise do diário brasileiro também é percebida por Felipe Rocha. Indagado sobre o estilo de escrita das “visões do jogo” e a repetição de informações na mesma página, o repórter expressa: “É o básico. O jornalístico mesmo. Como é assinado, o jornalista tem liberdade de dar o ‘molho’ dele no texto. Mas é o tradicional mesmo: o lide, os principais fatos... E aí, não deixa de ser uma repetição. Eu entendi o que você quis dizer. Mas não deixa de ser algo sintético, um geral mesmo”.

À vista disso, e da forte demanda informacional gerada durante uma Copa do Mundo, fazendo com que os interessados na competição tenham um amplo leque de conteúdo quase que instantâneo, a constatação do destaque dado pelo *Lance!* às informações primárias dos jogos do Mundial parece equivocada, pois seu público-alvo – torcedor, o apreciador do futebol e/ou demais esportes – principalmente durante o referido torneio, já saberá qual time ganhou, onde foi o jogo realizado, como ganhou e quem foram os protagonistas. Nesse aspecto, como veremos no próximo item, *Olé* mostra maior coerência na disposição de seus conteúdos e harmonia dentro das páginas.

2.2 La construcción de las crónicas de *Olé*

Enquanto o diário brasileiro estampou matérias com formatação mais similar ao do gênero “notícia”, além das “visões” para a repercussão de determinado evento esportivo, a maioria dos textos do *Olé* sobre a Copa do Mundo – pois alguns não receberam nenhuma nomenclatura – eram divididos em três categorias: “crônica”, geralmente aquelas publicações periféricas, contracrônicas ou sem tanto

apelo ao factual; “análisis”, geralmente vinculadas às partidas, crônicas de jogo ou análises das equipes; “Olé en Brasil”, geralmente acerca do cotidiano das seleções, treinamentos, movimentação de torcedores, ambiente nos centros de treinamento. Apesar disso, não há diferenças evidentes entre a estrutura dos textos, e sim nos enfoques dos relatos.

Na maioria das vezes, as matérias do periódico argentino carregam títulos chamativos, com algum trocadilho, quase sempre pontuados, preferencialmente com exclamações – premissa que não foi averiguada nas capas das edições analisadas (somente três das 32 estampavam algum sinal de pontuação). As linhas finas são escritas de maneira bastante similar ao *Lance!*, como podemos perceber na crônica intitulada “Sabello que hace” (Olé, 04.07.2014, p.7): “El técnico piensa y piensa en el equipo que le pondrá mañana a Bélgica. Basanta va por Rojo. ¿Y el resto?”. A exemplo do que acontece em grande parte dos materiais do diário brasileiro, tem-se uma primeira parte informativa e, em seguida, uma frase complementar que, nesse caso, foi interrogativa.

A adoção de jogos de palavras nos títulos, a priori, poderia causar certa incompreensão por parte do receptor. Porém, em algum momento do texto, explicam o porquê daquela titulação, já que, como expressado, uma parcela considerável das chamadas possuem jogos de palavras. Implícita ou explicitamente, a explicação é inserida, geralmente, no final do texto, como na crônica de jogo intitulada “Scola do Sampa” (Olé, 14.06.2014, p.18), referente à estreia chilena no Mundial, contra a Austrália:

El Arena Pantanal repleto de hinchas chilenos celebró una victoria clave. El miércoles enfrente estará la ya necesitada España en el Maracaná, en una final, y los trasandinos tienen tres puntos en el bolsillo. En las manos del entrenador rosarino, Chile sueña con pasar de ronda. Jorge Sampaoli le pone el sello a un equipo, que con mucho por corregir ya va dando que hablar en Brasil y quiere bailar... Scola do Sampa.

A respeito do texto em si, constatamos que *Olé* não se apropria da objetividade como pilar de sustentação, tampouco normas como lide e pirâmide invertida, o que fica bem evidente ao analisar os primeiros parágrafos das publicações, seja em materiais informativos, crônicas ou contracrônicas. Antes de prosseguirmos, deve-se ressaltar que tal contexto não se insere totalmente na parte destinada aos clubes

argentinos e demais modalidades. Durante a Copa, com espaço menor, as notícias das agremiações são transmitidas por meio de notas menores, mais objetivas. Esse quadro só se modifica em algumas matérias referentes aos cinco grandes, que recebem uma ou, no máximo, duas páginas para cada um deles.

Voltando aos parágrafos iniciais, estes são mais literários e sem o rigor do lide, independentemente do gênero, o que fica nítido em dois exemplos: primeiro, na contracrônica “La Irán de Dios” (Olé, 19.06.2014, p.12), que esboça análise sobre o Irã, que estava por enfrentar a Argentina:

Mano arriba, pulgar abajo. Ghoochannejad, solitario delantero, con la derecha extendida hacia el cielo, parado en el círculo central, le pide a Alá y a los del fondo que se la tiren larga. Y sus deseos son órdenes: como si se estuviera jugando en el barro o en el beach soccer, con los ojos cerrados, la defensa, esquemática, frena la bola, la levanta, la rechaza y mete el pelotazo a cualquier parte. ¿El resultado? El punta del Charlton, más náufrago que Tom Hanks en la isla, tiene dos chances: foul en ataque (hizo siete) o perder la pelota en la dividida (dejó 12 en los pies rivales). Así ataca Irán, rival argento este sábado en Belo Horizonte. Así de pobreton."Y vamos a jugar con la cancha más cortita", encima, le aseguró Queiroz a Olé...

No trecho acima, Martin Macchiavello descreve o comportamento do atleta iraniano para ilustrar que este é o único homem de frente da equipe asiática. Ademais, o jornalista informa ao leitor que o Irã será o próximo adversário de *La Selección* de forma sucinta, em meio às demais frases. No segundo caso, tem-se como exemplo a publicação que noticiou a suspensão do uruguaio Luis Suarez. Intitulada “Le cortaron los dientes” (Olé, 27.06.2014, p.14), o texto só informa que o jogador foi punido após descrição do cenário onde Martin Macchiavello estava:

[...] Cae la noche en Barra de Tijuca. Barrio bien. Muy bien. Un Nordelta con mar. La señora pasea el perro frente a la tienda de sushi esquivando runners e intrusos, periodistas. #Suárez, es el

hombre. Los ingleses buscaron lo pronuncian a su antojo, los españoles dudan de su pase al Barsa y de qué será de sus contratos publicitarios, los colombianos sonríen porque este sábado no lo padecerán. A las 20.33 llega la Celeste al Raddisson. La avenida Lucio Costa, motoqueros mediante, se corta para darle ingreso al micro con 22 jugadores. Silenzio Stampa. La procesión iba por dentro. Faltaba Luis, a quien el presidente Mujica esperaba en Carrasco para estrecharse en un abrazo. Cuestión de Estado. El bus mentía. "Tres millones de ilusiones", se leía de costado. Una ya no estaba: FIFA le había cortado los dientes.

Percebe-se que a pena exata conferida ao uruguaio – por morder o zagueiro Chiellini em partida contra a Itália – não está exposta no primeiro parágrafo. Insere-se tal informação na linha fina e no segundo parágrafo do texto. Outro ponto interessante é que Macchiavello informa a então possível ida de Suarez (à época, do Liverpool) para o Barcelona e sua ausência contra os colombianos de maneira implícita, por meio da nacionalidade dos jornalistas presentes no local.

A opção por materiais mais literários e sem formatações como lide e pirâmide invertida faz com que *Olé*, naturalmente, atente-se para os mínimos detalhes do que está acontecendo, não só dentro das quatro linhas, mas também nas arquibancadas, nas salas de imprensa, nas proximidades dos estádios, nos centros de treinamento. Com isso, a adoção de visão singular por parte dos profissionais do diário portenho se torna crucial para manter o estilo proposto.

Na crônica de jogo intitulada “¡Grecia a vos!” (*Olé*, 25.06.2014, p.28), tem-se um primeiro parágrafo que demonstra a visão singular do repórter. Em vez de retratar somente o fato principal – a Grécia conseguiu a classificação para as oitavas-de-final após pênalti convertido por Samaras, aos 47 minutos do segundo tempo, contra a Costa do Marfim –, Nicolas Montala explora os detalhes da cena: o comportamento dos jogadores envolvidos, o cenário e a trajetória da bola, além do suspense até o desfecho da cobrança:

Drama. El momento es dramático. Las cámaras de fotos se aprestan a apuntar hacia ese único sector de la cancha. No importa otro. Al partido no le queda nada. Berry, el arquero de Costa de

Marfil, abre los ojos bien grandes. Le clava la mirada a la humanidad de quien tiene enfrente. Se golpea el pecho desafiante, lo torea, busca amedrentarlo. Samaras, barba y pelo largo transpirados, le pone la cara interna de su pie derecho a esa pelota quieta. Ella viaja sin demasiada fuerza, pero con justeza sobre el palo izquierdo de un guardameta que adivina sin llegar a desviarla. ¡Goooool de Grecia! ¡Goooool de penal y sobre la hora! ¡Goooool de esos que valen lo que vale lo histórico! ¡Grecia a vos, Samaras, que participaste del primer tanto y empujaste al equipo a los octavos del Mundial por primera vez en su existencia!

Já na matéria “Cincola do Samba” (Olé, 15.06.2014, p.10), Marcelo Sottile demonstra que observou atentamente a alguns detalhes do cenário para reproduzir a ideia de que o técnico Alejandro Sabella estava escondendo a escalação dos onze que iriam enfrentar a Bósnia e Herzegovina: “Debajo de la gorra blanca. Dentro de los auriculares para la traducción simultánea. A la izquierda de Romero. Detrás de la pelota Brazuca. En todos esos lugares, Alejandro Sabella, se esconde. O esconde el equipo y el esquema”.

A tentativa de se fazer uma publicação diferente das demais e, conseqüentemente, a adoção de visão singular, é verificada também no que foi explanado pelos jornalistas entrevistados. De alguma forma, todos citaram a importância de se diferenciar dos demais diários. “Lo que sí sabemos es que acá hacemos un periodismo sobretodo distinto. No sé si peor o mejor, pero es distinto. Lo que se busca, más que nada, es marcar una diferencia con el resto. No dar al lector lo mismo que puede leer en otros cinco o seis diarios”⁴⁴. Além disso, há preocupação em se distinguir do conteúdo transmitido pelas demais mídias, como expressa Hernan Claus: “En un mundo donde las imágenes están accesibles a todos, por las páginas de la web o por Twitter y Facebook, el diario trata de buscar alguna opinión que satisfaga al lector. Lo que se busca es el impacto. Nosotros buscamos una tapa con impacto o quizá el diferente”⁴⁵.

⁴⁴ Leandro Contento, setorista do Boca Juniors. Entrevista realizada em 7 de abril de 2014.

⁴⁵ Entrevista realizada em 7 de abril de 2014.

Além da busca pela singularização do núcleo singular da notícia, *Olé* tem nas contracrônicas individualizantes outro meio para construir um conteúdo distinto dos outros jornais. Tais matérias são utilizadas antes e após as partidas, para complementar a prévia de algum confronto e a crônica de jogo, respectivamente. No segundo caso, redige-se uma contracrônica, geralmente sobre o principal nome do jogo. Em duelos de grande destaque, o número das publicações desse gênero aumenta. Em partidas da seleção argentina, houve edições que chegaram a destinar uma contracrônica individualizante para cada atleta de *La Selección*.

Quanto a sua formatação, as contracrônicas individualizantes publicadas por *Olé* não costumam seguir modelos como lide e pirâmide invertida, tampouco são objetivas. São, sim, mais inclinadas ao literário e centram suas atenções prioritariamente no comportamento do jogador, no que foi dito por este nas entrevistas e, quando possível, são inseridos alguns dados que possam servir de complemento. “Qué pasa es que nosotros intentamos contar lo que la gente no puede ver por televisión tampoco en la cancha. Quien está en la cancha puede ver quien jugó bien, quien jugó mal... pero no sabe cómo el jugador se sentía, si estaba lesionado o qué dije después del partido”⁴⁶.

Na contracrônica individualizante intitulada “Para el Cesar lo que es de Julio” (*Olé*, 29.06.2014, p.7), que retrata a bela atuação do goleiro brasileiro nas oitavas-de-final, tem-se um bom exemplo. Notemos que Antonio Serpa conduz os parágrafos por meio da mesma pergunta: “um monumento?”, e desenvolve a narrativa por meio de comparações com o desempenho de Julio no Mundial anterior. Além disso, o referido profissional evidencia mais nas ações e no semblante de Julio Cesar do que propriamente na descrição dos lances que o consagraram.

¿Un monumento?

"¡Eh, Julio César! ¡Eh, Julio César!". Gritan los hinchas en el Mineirao. Truenan. El arquero, héroe en los penales, camina hacia la mitad de la cancha. Si la Copa no se cayó al piso, si un país entero no se derrumbó, en crisis, fue porque él sostuvo todo con sus manos. Como no pudo en Sudáfrica 2010, adonde llegó con el título de "mejor arquero del mundo" y se fue casi casi entre

⁴⁶ Leandro Contento, em entrevista realizada em 7 de abril de 2014.

insultos, considerado uno de los grandes responsables del fracaso por su flojo nivel.

¿Un monumento?

Habría que ver qué pasaba con este Mundial de la discordia si él no les ponía sus manos a los penales de Pinilla y de Alexis. ¿Y cuánto influyó su imagen agigantada en que Jara quisiera ajustar tanto el remate que al final dio en el palo? En 2010, en cambio, no anduvo. Y por eso criticaron tanto a Scolari cuando lo convocó. Había dudas por su pasado y también por su presente [...] pero ayer Julio César puso las cosas en su lugar.

¿Un monumento?

Cuando llegó a la sala de prensa, elegido como "Man of the match", tenía una sonrisa amplia. "Fue muy duro todo lo que pasó en 2010. Cuando el técnico me convocó, el primer sentimiento fue de preocupación. Entonces me preparé mucho física y psíquicamente". La descarga emocional de tantas presiones se produjo en los instantes inmediatamente anteriores a los penales. El arquero lloró mucho. "Fue porque mis compañeros y el cuerpo técnico vinieron a darme su apoyo. Yo les dije que se concentraran en patear, que yo iba a encargarme de atajar. Les estoy muy agradecido", dice [...].

Outra característica importante que deve ser mencionada diz respeito à maneira como os jornalistas do diário portenho retratam os ídolos argentinos. Embora haja evidente mitificação dos principais jogadores, como se fossem ‘deuses do futebol’, o lado humano dos mesmos é simultaneamente enaltecido. Isso dá margem à interpretação de que os atletas, apesar de singulares, são iguais a eles (demais argentinos). Essa humanização pode ocorrer de inúmeras maneiras. No caso da contracrônica individualizante “Su Kunpadre” (Olé, 15.06.2014, p.9), sobre o atacante “Kun” Agüero, a humanização é executada por meio da sua origem pobre: “En Los Eucaliptos, la humilde villa que se clava hambrienta entre Quilmes y Bernal, en los suburbios del GBA, levantar la vista y mirar más allá, fue, es y será un desafío. [...] Apenas si se lo percibe a Agüero desde lo más alto de esta histórica mole carioca y universal donde la prensa lo disfruta por escasos 15”. Já em “Os papás están com vocês” (Olé, 23.06.2014, p.6), usa-se a relação de Lionel Messi com seu filho Thiago: “Messi es de otro planeta con la

Leandro Contento explica quais as atribuições do “analista de partida”: “Hay un redactor que hace una mirada global del partido, que nosotros llamamos de ‘analista del partido’. Él habla de cómo se desarrolló el juego, las características no tan individuales sino colectivas: por donde se atacó, por donde se defendió; donde estuvieron las falencias y las virtudes de cada equipo”⁴⁷.

Quanto à estrutura do texto, as crônicas de jogo publicadas por *Olé* são mais inclinadas à “crônica”. Isso porque as informações principais do fato estão distribuídas por toda a página. Em “Dioses” (*Olé*, 30.06.2014, p.24), crônica de jogo referente à classificação história da Costa Rica às quartas-de-final, após vencer a Grécia nos pênalti; destinou-se página dupla (pp.24,25), com a crônica de jogo mencionada e mais duas contracrônicas individualizantes – uma sobre Keylor Navas, destaque do duelo, e Michael Umaña, que converteu o pênalti que classificaram os Ticos. Como veremos abaixo, Demian Meltzer escreve um primeiro parágrafo totalmente literário, fazendo alusão à mitologia grega:

Correte un cachito, Zeus. Hey, Poseidón, parate unos metros más allá. Apolo, ¿le podés decir a Dionisio que haga lugar? Porque el Olimpo (del fútbol) tiene nuevos Dioses. Y hay que hacerlos entrar. No, no son los griegos que mandaste a jugar a Brasil. Es Costa Rica la que, en los penales, sacó a tu selección del Mundial y escribió la página deportiva más gloriosa de su historia. Lo merece Keylor Navas, Dios de los guantes, de lo más confiable que se ha visto en la Copa. Se lo ganó Michael Umaña, Caballero de la angustia, que responde en las paradas más difíciles. Se lo consiguió Bryan Ruiz, Capitán de los goles con historia, enemigo de los tanos y los helénicos. Se anota Jorge Luis Pinto, Señor de las estrategias que voltean candidatos: Uruguay, Italia, Inglaterra... Y ahora que se prepare Holanda.

Embora Meltzer não insira as principais informações do fato, que estão na ficha técnica (acima da crônica de jogo) e em *boxes* na página do lado, o jornalista argentino menciona que os costarriquenhos superaram os gregos somente após as cobranças de penalidades e irão

⁴⁷ Entrevista realizada em 7 de abril de 2014.

enfrentar os holandeses nas quartas. Contudo, sem objetividade. No segundo parágrafo, apresentam-se as virtudes dos Ticos, expondo as características dos jogadores. Observemos que Meltzer exalta a “identidade de luta e gana” da Costa Rica, em detrimento de qualquer análise tática. No entanto, assimila-se que Ruiz e Bolaños acrescentam tecnicamente quando se aproximam dentro de campo, que Campbell recua para dar opção de passe aos demais, que os dois volantes impõem marcação forte e que Navas vive grande fase.

Si los Ticos de Italia 90, eliminados en octavos de final, fueron héroes, ¿qué son éstos que ya están en cuartos? Pasaron de Cenicienta a sorpresa. Y de revelación a realidad. No juegan mejor que Chile, ya de regreso en Santiago. No tienen futbolistas de la calidad y el talento de la España, abdicada campeona del mundo. Pero el Grupo de la Muerte le dio a este equipo una identidad de lucha y garra, sobre todo, y algo de juego cuando Bolaños y Ruiz logran juntarse. Campbell es un 9 que se solidariza cuando la pelota no le llega. El doble 5, Borges-Tejeda muerde que te muerde. Y al fondo, cuando no se muestra firme como ayer, lo salva la humanidad (las manos, los pies, el pecho, todo vale para evitar un gol) de Navas.

É somente no último parágrafo que o jogo é relatado por Meltzer. No entanto, nota-se que as jogadas não são descritas. Novamente, o comportamento da Costa Rica e (dessa vez) da Grécia é priorizado. As duas situações citadas – mão de Torosidis e expulsão de um jogador costarriquenho – são para reforçar a percepção das equipas que está sendo passada. Na última frase, a ideia exposta no título e no primeiro parágrafo é retomada, prática que já foi abordada no início deste item.

Costa Rica pasó del 1-0 y la chance del 2-0 (mano de Torosidis que era penal) a quedarse con diez y a bancarse los pelotazos cruzados de una Grecia que recién ahí dejó de dormir el partido y se animó a buscar un gol. Lo logró en el minuto 90, pero en el alargue no canalizó la superioridad numérica -55 minutos con un jugador más- y anímica. Y en los penales, ejecutados de maravilla

por estos nuevos Dioses, el Olimpo fue para los Ticos.

Ainda tomando como exemplo o caso exposto acima, notamos que o diário portenho preza pela coerência das informações contidas no espaço destinado a um evento específico. As informações não são repetidas nos três textos (aqui não se inclui a coluna de opinião presente no conteúdo). Quando são, estas são citadas de maneira diferente. Com isso, a crônica de jogo e as contracrônicas individualizantes se dedicam a um relato mais literário do acontecimento. Ou, como explicou Leandro Contento, um relato diferente.

2.3 Espelho tático ou esquemas diferentes?

Ao longo deste capítulo, propusemos refletir acerca da estrutura do texto jornalístico esportivo, seus gêneros e especificidades. Mencionamos o fato de o mundo esportivo ser terreno amplo e fértil para o aparecimento e exaltação das grandes individualidades. Ressaltamos a importância da visão singular no relato do acontecimento esportivo. Por fim, buscamos identificar e investigar tais aspectos nos diários e nas entrevistas pertencentes ao corpus desta pesquisa. À vista do que foi proposto nos dois últimos itens, chegamos a algumas ponderações oriundas da comparação dos resultados obtidos.

Quanto à objetividade, verificamos que *Lance!* é objetivo na maioria dos seus relatos, mesmo que os títulos ou até mesmo as linhas finas projetem uma expectativa diferente. As publicações do diário brasileiro geralmente seguem normas jornalísticas como lide e pirâmide invertida, com exceção de crônicas e contracrônicas que trazem recursos mais inclinados aos referidos gêneros no primeiro e, sobretudo, no último parágrafo. Tais recursos podem ser frases exclamativas, interrogativas ou algum tipo de gancho criativo e elucidativo. Os materiais que fugiram a tais constantes, geralmente, foram escritos pelos colunistas Roberto Assaf e Mauro Betting, normalmente designados para escreverem crônicas de jogo. Tais observações podem ser explicadas pelo fato do *Lance!* nitidamente pender para o factual em detrimento do original, como se pôde averiguar nas respostas dos profissionais entrevistados. E o relato desses fatos predominante

factuais, na maioria das vezes, é feito por meio de estruturas mais próximas à notícia, embora salientemos que o *Lance!* possua materiais com diferenças evidentes dos diários ‘tradicionais’. Outro ponto que merece ser ressaltado é que o noticiário dos clubes brasileiros seguiu formatação similar ao verificado nas páginas destinadas à Copa, porém, em espaço menor.

No caso do *Olé*, a estrutura textual se aproxima aos conceitos de crônica e contracrônica explicitados por Rojas Torrijos, isto é, com maior liberdade e não se restringindo às informações primárias do acontecimento, pois estas já são informadas de outros modos dentro do veículo e em outras mídias, como rádio, televisão e internet. Na maioria das vezes, o primeiro parágrafo das publicações do diário argentino não condiz com o modelo do lide. Inclina-se ao literário e o resto do texto segue essa tônica. Com isso, as frases são menos diretas e as informações são espalhadas não só no decorrer das linhas, mas em toda a página, por meio de fichas técnicas – em caso de crônicas de jogo, como veremos adiante – e *boxes*. No espaço destinado aos clubes argentinos, as notas, menores e mais objetivas, ganharam espaço. No caso dos cinco grandes, estes receberam até duas páginas contendo uma matéria de destaque, seguindo a formatação das publicações referentes ao Mundial.

Dessa forma, podemos afirmar que *Lance!* opta por matérias mais objetivas que *Olé*, publicações mais diretas e que destacam os fatos principais do evento esportivo e seus desdobramentos. Mesmo nas “visões” trazidas pelo diário brasileiro, na maioria dos casos, os textos seguem o mesmo estilo adotado nos materiais mais informativos. Notamos, portanto, que há diferença entre os dois jornais. Tomemos como exemplo de comparação dois textos publicados na página 15 da edição do dia 2 de julho de 2014 do *Lance!*. O diário brasileiro traz as “visões” da Argentina e do “herói”, Ángel Di María, que marcou o gol que foi decisivo para a classificação do selecionado argentino às quartas-de-final, contra a Suíça. Interessante observar que o primeiro consiste em um texto traduzido do *Olé*, “O coração de Di María e a trave de Deus”, enquanto o segundo foi escrito por Bruno Andrade (“Um Ángel que caiu do céu e manteve vivo o sonho do tri”), do *Lance!*. Há clara diferença estilística nos dois textos, apesar de a “visão” produzida pelo profissional brasileiro ter sido menos objetiva do que o habitual. Sobre a jogada do gol, assim retratou o jornal portenho: “Importa dizer que a Argentina jogou mal? Já está dito. Mas temos de desfrutar a recuperada de bola de Palacio, o passe de Messi e o gol de Di

María, que gritou como todos os jornalistas argentinos na tribuna de imprensa (esquecendo que estavam com credenciais)”. Nesse caso, o repórter opta por enfatizar a vibração de Ángel e jornalistas, associando-as – e, obviamente, admitindo para os receptores que os profissionais do *Olé* e demais veículos argentinos não resistiram à emoção do balançar das redes nos últimos minutos da prorrogação. Quanto ao que foi escrito pelo *Lance!*, há um relato mais objetivo e direto do ocorrido: “Aos 12 minutos do segundo tempo da prorrogação, o lateral-direito perdeu a bola para Palacio, que tocou no meio para Messi. À espera de uma única bola, o camisa 10 dominou, avançou, deixou um marcado no chão e serviu Di María na direita. De primeira, sem pensar duas vezes, o “anjo argentino” bateu com estilo e fez o gol salvador”. Aqui, vemos claramente que Bruno Andrade se preocupa em descrever o lance como se o receptor não tivesse visto a jogada até o contato com o jornal. Quebra-se essa norma em dois únicos momentos: quando escreve que Di María finalizou de primeira, “sem pensar duas vezes” e “com estilo”, além de se referir ao jogador como “anjo argentino”.

No caso dos títulos, *Lance!* e *Olé* adotam o mesmo estilo: frases ou termos chamativos, com jogos de palavras. As linhas finas, como vimos nos dois últimos itens, possuem formatos iguais: primeira frase contendo as informações principais do acontecimento, enquanto a segunda traz algum comentário, exclamação ou pergunta para o leitor. Levando em conta tais constatações, concluímos que os títulos e as linhas finas do diário brasileiro não harmonizam com a maioria dos seus textos, ao contrário do jornal portenho.

Com relação à singularidade, observou-se que os profissionais do *Lance!* tentaram explorar perspectivas diferentes, seja por meio da observação dos principais atletas e seleções ou daqueles que ganharam projeção durante o Mundial, graças a ótimas atuações ou acontecimentos periféricos. Embora tenham sido encontrados bons exemplos de singularidade, sobretudo no espaço destinado à Copa do Mundo, acreditamos que a preferência por frases mais objetivas e diretas, sem tanto espaço para crônicas e contracrônicas, acaba por inibir a exposição de relatos originais. Paulo Victor Reis reforça tal pensamento ao afirmar que durante o Mundial o contingente foi reforçado:

[...] tinha mais gente, mais colunistas experientes para falar sobre o assunto. Tinha muita gente de várias áreas, como, por exemplo, que falava de marketing, falava de técnica, questão tática, de

diferentes assuntos. Agora, no dia-a-dia, a determinação aqui é caçar notícia fresca, caçar furo. É sempre assim. Às vezes você tem uma boa matéria, um bom texto e, além disso, tem o furo. Então, aquela notícia factual que caberia em um parágrafo, eles vão pedir para que você coloque em uma, duas páginas, e colocar coisas no meio para encher linguça. Porque aquilo é o que vende. A determinação é fazer o factual, coisas que vendam.⁴⁸

Levando em conta o que foi abordado a respeito da objetividade, podemos deduzir que foram encontrados mais exemplos de singularização do núcleo singular do fato esportivo em *Olé*. A preferência por textos mais subjetivos e literários resulta naturalmente na busca por peculiaridades do acontecimento para a construção de suas publicações. Percemos que, mesmo em uma entrevista coletiva do técnico Alejandro Sabella, ou seja, cenário idêntico a todos os veículos ali presentes, optou-se por esmiuçar o que estava se vendo para o desenvolvimento do texto.

Portanto, concluímos que *Olé* oferece ao leitor um maior número de publicações com visão singular, pois há o exercício constante da singularidade e a dedicação de amplo espaço para tal. Isso não quer dizer que *Lance!* não trabalhe a singularização. Contudo, sua estrutura textual e suas escolhas de enfoque restringem o campo de atuação dos seus profissionais que, como vimos na citação de Paulo Victor Reis, são orientados a priorizar o factual. Mesmo que o recorte utilizado para esta dissertação se limite ao período da Copa, há indícios para crer que tal quadro se acentue quando não há grandes eventos esportivos em andamento, pois, como visto acima, o quadro de jornalistas é menor.

No que tange à individualidade, averiguou-se inicialmente que *Lance!* dedicou espaço considerável a textos acerca aos destaques do Mundial, não só do Brasil e das principais seleções, mas também àqueles que obtiveram grande reconhecimento em um ou mais jogos. Mas, ao analisar a estrutura de tais publicações, pôde-se constatar que estas não condizem com o conceito de contracrônica individualizante, apesar de servirem de complemento para a matéria principal (crônica do jogo) e trazerem a “visão” de determinado personagem. Geralmente, os relatos seguem a estrutura dos demais textos, com algum tipo de

⁴⁸ Entrevista realizada em 1º de abril de 2015.

mudança no primeiro e no último parágrafo. Prova disso é que a maioria do conteúdo inserido em tais “visões” são estatísticas de desempenho que, geralmente, são incorporadas como justificativa de tal escolha, como “herói”, “vilão”, dentre outros. Além disso, foram encontrados vários exemplos nos quais outras informações eram destacadas, que não diziam respeito somente ao jogador analisado, como horários e datas de próximas partidas, por exemplo.

Assim como o diário brasileiro, *Olé* dá grande atenção às individualidades. Em jogos das demais seleções, o jornal portenho geralmente dedicou uma crônica de jogo e, no mínimo, uma contracrônica individualizante. Em confrontos de *La Selección*, esse número aumentou consideravelmente, chegando ao ponto de cada um dos onze titulares terem seu conteúdo próprio. Quanto à estrutura, esta se assemelha às ideias de Rojas Torrijos a respeito de contracrônicas, menos informativas e com maior leveza, centrando as atenções exclusivamente à individualidade em questão e procurando esclarecer ao leitor como este se sentiu, e não simplesmente números e posicionamento tático. Tais dados são explicitados, porém, não são enfatizados. Além disso, trechos das entrevistas pós-jogo são inseridos e, assim, servem de sustentação para o que foi escrito sobre o semblante e demais ações do personagem. Outro ponto importante é que *Olé* faz um registro dos *hinchas* usando os mesmos moldes, como será abordado no quarto capítulo. Se pensarmos na torcida argentina como um personagem, podemos afirmar que há contracrônicas individualizantes sobre o comportamento dos torcedores dentro dos estádios e fora deles.

Ao comparar os resultados, percebemos que ambos focam nas grandes individualidades e dedicam espaço a elas. No entanto, diferem-se no quesito estrutural, com o jornal portenho se aproximando mais das definições esboçadas por Rojas Torrijos. Durante as entrevistas, dois dos três profissionais do *Lance!* criticaram as assessorias de imprensa e as entrevistas coletivas e as citaram como empecilho na busca por publicações mais criativas no dia-a-dia. Embora concordemos com tal afirmação, não se pode esquecer que as coletivas não beneficiam nem prejudicam um veículo ou outro nesta pesquisa, pois há praticamente o mesmo material para ambos. Inclusive, tal equivalência nos serviu de base para constatar que *Olé* aproveitou melhor tais condições, vide o exemplo da coletiva de Sabella transcrito acima.

Por fim, com relação às crônicas de jogo, verificou-se que *Lance!* prima por relatos mais objetivos, embora tragam frases/parágrafos mais descontraídos, geralmente com pontuação

característica, no início e/ou no final do texto. Assim sendo, o diário brasileiro foca nas informações principais do fato, relatando de maneira objetiva os principais lances do jogo, o desempenho de cada equipe em momentos-chave do duelo e, assim como nas matérias inerentes a um personagem específico, dando amplo espaço às estatísticas. O interessante é que os fatos primários e tais dados são expostos em outras partes da página, ou nas páginas seguintes destinadas ao mesmo acontecimento, o que acaba por tornar o conteúdo repetitivo, como evidenciado no antepenúltimo item. Então, identificamos incoerência na montagem e distribuição das informações, o que também diminui o espaço para materiais que fujam do factual.

Quanto ao *Olé*, as crônicas de jogo são construídas com estilo mais próximo à crônica. Os profissionais do diário argentino não focam exclusivamente nos aspectos principais da partida, pois estes já estão na ficha técnica, em *boxes* distribuídos pela página e na linha fina. Assim, priorizam-se relatos mais literários, ressaltando os sentimentos despertados durante os noventa minutos, não só na torcida, mas também nos jogadores. Os principais lances não são apenas citados ou descritos objetivamente. Quando há algum lance crucial para o desenrolar dos fatos, este é esmiuçado ou recebe uma contracrônica própria em casos especiais. Tais características – aliadas com o que foi dito nas entrevistas realizadas – indicam que a *Olé* se preocupa em se diferenciar das outras mídias, que rapidamente veiculam resultados e principais aspectos dos jogos.

As crônicas de jogo produzidas para os dois diários, com isso, possuem diferenças evidentes, embora alguns dos textos publicados pelo *Lance!* contrariem tal regra, principalmente aqueles escritos por colunistas como Roberto Assaf e Mauro Betting. Enquanto o jornal brasileiro prioriza o factual e parágrafos mais objetivos, *Olé* se dedica a explorar outros fatores que envolvem as partidas, como abordamos ao longo deste capítulo. Tais diferenças remetem à filosofia de cada veículo, à maneira como cada um expõe os principais acontecimentos, mesmo que a estrutura física das páginas seja semelhante. Então, se considerarmos o título deste item, podemos afirmar que *Lance!* e *Olé* possuem esquemas táticos similares. No entanto, a mentalidade e a maneira como os ‘jogadores’ se portam dentro de campo são distintas.

CAPÍTULO 3 – A MANEIRA COMO SE JOGA (LINGUAGEM)

Sob uma perspectiva mais ampla, Lage (2003) discute a linguagem jornalística. Em um primeiro momento, debruçando-se sobre a adoção do tom coloquial ou do formal, o autor faz a seguinte ponderação:

Do ponto de vista da eficiência da comunicação, o registro coloquial seria sempre preferível. É mais acessível para as pessoas de pouca escolaridade e, mesmo para as que estudaram ou lidam constantemente com a linguagem formal, permite mais rápida fruição e maior expressividade. No entanto, o registro formal é uma imposição de ordem política, esteja ou não em lei. A pressão social valoriza seu emprego e qualifica de erro todo desvio (LAGE, 2003, p.37).

No que tange à narração do acontecimento, mais adiante (p.39), salienta que a voz narrativa, “salvo raras exceções”, deve estar na terceira pessoa. Outro ponto debatido por Lage e que será útil para esta discussão diz respeito aos adjetivos. O autor assinala que, no jornalismo, o emissor frequentemente transmite sua informação para um número elevado de pessoas, um “[...] conjunto disperso e não-identificado, cujo conhecimento só é possível por amostragem estatística”, o que torna as adjetivações relativas e incongruentes com os valores referenciais dos receptores (p.40).

Mas, como já foi exposto, o jornalismo esportivo possui suas especificidades. E tal pensamento é perceptível na referida obra de Lage, que aponta algumas particularidades nas notícias voltadas para o esporte. O autor elenca dois processos causados pelo conteúdo esportivo: a “disfunção narcotizante”, quando o receptor interpreta o que é recebido sem a necessidade da opinião dos profissionais envolvidos na cobertura; e a “atividade ativa”, quando o indivíduo se identifica com determinado clube ou atleta, transferindo-se para o recinto esportivo (p.45). De acordo com o autor, esses fenômenos acontecem graças à igualdade de leis e oportunidades no desporto, ao contrário do que acontece na sociedade.

Centrando nossos olhares, Rojas Torrijos elenca as principais características da linguagem esportiva:

Entre las características definitorias del lenguaje deportivo podemos enumerar su alto grado de especialización y su tendencia acusada a la utilización de extranjerismos y neologismos, de fórmulas sensacionalistas y expresiones belicistas, así como la adopción de formas coloquiales y determinadas modalidades semánticas o usos figurados [...] a la hora de definir situaciones y calificar a los protagonistas (ROJAS TORRIJOS, 2010, p.309).

Para que compreendamos melhor as peculiaridades da linguagem esportiva e esmiucemos os fatores apontados na citação transcrita acima, em um primeiro momento, é preciso verificar sua estrutura. Castañon Rodriguez explica:

[...] el lenguaje periodístico se convierte en una forma de redacción industrial que busca las emociones y crea una estrategia de la ilusión para transformar el énfasis y la pasión del campo deportivo en magia cultural y arte. Se ve sometido a sesiones de fantasía que ensanchan sus capacidades expresivas y generan imaginarios para ser vividos en el clamor. En él conviven, se entrecruzan y refuerzan tres niveles: el técnico con la terminología profesional del balompié, el de difusión con las transformaciones que realiza la comunicación para llegar con mayor eficacia a la sociedad y el literario con el uso de recursos especiales para crear mensajes con intención artística. (CASTAÑON RODRIGUEZ, 2005, p.4).

Divisão semelhante é proposta por Rodriguez Adrados (apud ROJAS TORRIJOS, 2010, p.333), que vê na “mesclada” linguagem esportiva o especializado, o comum e o metafórico. Por meio desses três níveis, de acordo com Rojas Torrijos, a linguagem esportiva se destaca por sua “criatividade e sua capacidade de explorar todas as possibilidades expressivas [...] ampliando seu campo de ação para novas palavras e acepções e as pondo a serviço da informação e o entretenimento em suas mensagens”⁴⁹. A validade e aplicabilidade do

⁴⁹ Tradução minha.

que foi explicitado acima é verificável no Manual de Redação da emissora espanhola *Canal Sur Televisión*, analisado por Rojas Torrijos (2010, p.6). De acordo com o manual, o público espera que o jornalista: “rememore o sucedido”, atualize os dados mais recentes – por meio da decodificação da linguagem especializada em linguagem comum/ de difusão – e os forneça “anedotas, diversão e distração” – através do literário/metafórico, tarefa que deve ser cumprida sem esquecer o “rigor” e a “seriedade” e, ao mesmo tempo, a “paixão” que envolve as modalidades esportivas.

A partir da última frase dita acima, podemos levantar a hipótese de que, se as propostas de Castañon Rodriguez e Rodriguez Adrados forem levadas em conta, o nível que gera maior tensão no jornalismo esportivo é a questão do literário/metafórico, ou seja, a adoção de determinadas expressões para o registro das emoções inseridas no esporte. Mas, antes de avançarmos especificamente nesse ponto, é preciso compreender as interações que ocorrem na linguagem esportiva, tanto na sua inserção em outras linguagens quanto na sua apropriação de expressões oriundas de outras áreas.

É notável que os neologismos, traduções e expressões que figuram o futebol e as demais modalidades permeiam outras áreas. Rojas Torrijos (2010, pp.305-308) explicita a relevância da linguagem esportiva, não só nos meios de comunicação especializados - ou qualquer outro veículo que englobe a editoria de esportes - mas também no uso da mesma para a transmissão de conteúdos não condizentes ao mundo esportivo. Castañon Rodriguez (apud ROJAS TORRIJOS, 2010, pp.307,308) acredita que o emprego de expressões próprias da linguagem esportiva "facilita uma associação emotiva, estética e retórica que permite criar analogias e modelos explicativos que sirvam de clarificação em distintos âmbitos"⁵⁰. O efeito de tal “clarificação” evidenciada por Rojas Torrijos e Castañon Rodriguez pode ser explicado pela incorporação de muitos clichês da linguagem esportiva no vocabulário coloquial, sendo associadas às mais variadas situações presentes no cotidiano, como demonstra Marques (2002, pp.17,18), que esboça uma tabela com alguns exemplos, como “chutar e correr para o abraço”, “dar bola” e “deu zebra”⁵¹.

⁵⁰ Tradução minha.

⁵¹ Apropriadas ao vocabulário do cotidiano, significam “Ato de fácil execução”, “dar atenção a alguém, no sentido de flerte ou galanteio” e “resultado inesperado”, respectivamente (MARQUES, 2002, p.18).

Sobre a influência de outros vocabulários na linguagem esportiva, talvez o caso mais evidente seja a apropriação de termos bélico-militares, tanto no vocabulário especializado das modalidades, principalmente por traduções de termos oriundos de línguas estrangeiras, quanto nas palavras utilizadas pela imprensa para retratar o fato. E é justamente o último aspecto que gera discussões acerca do sensacionalismo e até violência no esporte.

Rojas Torrijos⁵² propõe uma discussão acerca da influência negativa dos termos bélico-militares no mundo esportivo, especialmente no futebol. O autor dialoga com alguns pesquisadores que fazem contribuições importantes para a reflexão. Silva Hurtado, por exemplo, explica tal fenômeno pelo fato de o esporte ser um substituto moderno e civilizado para as guerras (p.322). Contextualizando para o âmbito jornalístico esportivo, García Candau assinala o uso de terminações bélicas e militares como um dos principais problemas da cobertura esportiva contemporânea, apesar de afirmar que a influência de tal prática no aumento da violência nas praças esportivas não possui uma porcentagem quantificada (p.334). Vivas Holgado enumera alguns exemplos de palavras que remetem o confronto esportivo a um conflito militar, como “bater”, “massacrar”, “esmagar”, “triturar”, dentre outros⁵³ (p.334). Já Grijelmo detecta os reverses do uso dos códigos bélico-militares, ao analisar o comportamento das nações durante uma Copa do Mundo, quando os países participantes vêm na competição uma maneira de “resolver o horror e as histórias nacionais”⁵⁴ (p.335). Por fim, Rojas Torrijos ressalta:

El protagonismo del periodismo como instigador más o menos voluntario de comportamientos violentos en acontecimientos deportivos a través del abuso de vocablos y metáforas bélico-militares conduce a una urgente reflexión académica, que tiene que ver con la gran responsabilidad social que tienen estos medios especializados a la hora de emitir sus informaciones. (ROJAS TORRIJOS, 2010, p.325).

⁵² Op.cit, pp.322-328.

⁵³ Tradução minha.

⁵⁴ Tradução minha.

O debate proposto pelo autor espanhol merece algumas ponderações, apesar da relevância das ideias para o estabelecimento de limites sobre o que deve ser considerado sensacionalismo na cobertura esportiva. Primeiramente, não se pode eliminar por completo o vocabulário bélico-militar da linguagem esportiva, pois, como já foi dito, existem expressões que dizem respeito à própria realização do jogo que, querendo ou não, em muitas modalidades, simboliza uma batalha, com conquistas, avanços, recuos, estratégias e cumprimento dos objetivos⁵⁵. Segundo, fica evidente que as preocupações de Rojas Torrijos se aplicam muito mais às partidas ou competições que possibilitem o embate entre nações ou localidades que possuam algum tipo de rivalidade histórica, seja em um envolvimento de clubes ou selecionados. Embora tal direcionamento pareça se adequar ao caso espanhol, por ser um país que engloba povos com diferenças culturais bastante evidentes, não se pode esquecer que a violência no mundo esportivo abriga inúmeras áreas e vários contextos que a alimentam. Assim sendo, defender um cuidado maior por parte da imprensa nas escolhas textuais, imagéticas e sonoras, para evitar possíveis animosidades, mesmo estritamente necessário, está longe de ser o suficiente para que os conflitos no esporte sejam resolvidos.

A partir das exemplificações expressas até aqui, percebemos que a linguagem esportiva é “própria” e, ao mesmo tempo, “híbrida” (KISHINHEVSKY, 2004, p.38). Tal panorama resulta, *a priori*, na aparente convicção de que se apropriar do vocabulário esportivo e construir um conteúdo jornalístico especializado em esporte esteja ao alcance de quem queira. Essa falácia resultou na tentativa da adoção de tom mais voltado ao ‘torcedor’ por parte de muitos veículos, esportivos ou de cunho geral, cenário que é identificado por Rojas Torrijos (2010, p.315):

[...] con el objetivo de conectar mejor con la audiencia, de captar su atención y fidelizar su consumo, una buena parte del periodismo deportivo ha optado decididamente por aproximarse a las formas más coloquiales del idioma y adaptar un estilo de narración que no solo informe sino que también sirva de entretenimiento

⁵⁵ Não esqueçamos, por exemplo, que a expressão ‘gol’ é uma tradução de ‘goal’ que, em inglês, significa “objetivo”.

Apesar de “a leveza e liberdade da linguagem, o coloquialismo, o tratamento estético e às vezes lírico dos acontecimentos” serem características inerentes à linguagem esportiva (SILVA, 1997, p.35), Rojas Torrijos acredita que o apelo demasiado para o coloquial é arriscado, além de acomodar o jornalista esportivo e induzi-lo ao erro (2010, p.9).

Nesse sentido, uma das grandes associações feitas à adoção da linguagem coloquial no jornalismo diz respeito ao sensacionalismo. No item intitulado “Trivialización de los contenidos”, Rojas Torrijos (2010, pp.320-322) avança nas discussões acerca das posturas sensacionalistas na cobertura esportiva e sua correlação com a linguagem. O autor espanhol parte do princípio que o excesso de coloquialismo nos textos é consequência da abordagem sensacionalista, que supervaloriza os fatos e está mais preocupada em entreter do que informar. No entanto, Rojas Torrijos constrói seu argumento mais baseado em elementos da apuração e do enfoque a ser usado do que propriamente a linguagem. Assim sendo, se o veículo busca uma abordagem sensacional, pode fazê-la sem o advento de coloquialismos. Seguindo tal raciocínio, a construção de um conteúdo voltado para o ‘torcedor’ e inclinado para o coloquial não resulta necessariamente em erros de enfoque e apuração dos fatos. Tal pensamento é partilhado por Alex Grijelmo, que adverte:

Un periódico puede seguir las normas del sensacionalismo y, sin embargo, ofrecer informaciones veraces y valiosas. Porque se trata fundamentalmente de una técnica, un estilo, una forma de presentar la realidad y de interpretarla.[...] se suele asimilar sensacionalismo y mentira. Y no ha de currir así necesariamente (apud ROJAS TORRIJOS, 2010, p.322).

Embora as investigações de Rojas Torrijos contribuam para a discussão acerca do sensacionalismo e da adoção de vocabulário mais coloquial, não se estipulam limites ou recomendações mais concretas para que se evite exageros. O autor faz recomendações sobre determinadas estratégias. Contudo, não quantifica o uso das mesmas, tampouco as exemplifica.

A partir do que já foi refletido neste capítulo, podemos tecer alguns apontamentos. Dado que o compromisso com a apuração rigorosa dos fatos e, conseqüentemente, com a veracidade são virtudes

apreciadas em todos os gêneros jornalísticos, a tentativa de se fazer um jornalismo esportivo que se aproxime do torcedor independe da linguagem que se use, seja ela coloquial ou formal, por exemplo. Porém, o reconhecimento de um produto jornalístico esportivo que se aproxime do torcedor, sem questionamentos que busquem associar a linguagem adotada às práticas sensacionalistas, depende fundamentalmente da sua eficácia, justamente pelo fato de não haver limites ou parâmetros pré-estabelecidos que não delimitam tal postura. Esse pensamento pode ser verificado na tese doutoral de Rojas Torrijos⁵⁶, que cita Pedro Paniagua para mostrar que, atualmente, o sucesso por parte dos meios esportivos espanhóis se dá justamente pelo fato de terem dosado de forma inteligente informação e entretenimento.

Apesar de não serem efetivamente produtos noticiosos, não há na história do jornalismo esportivo brasileiro textos mais próximos aos amantes do futebol do que os dos irmãos Rodrigues. Enquanto Mário Filho, como já foi visto, inovou na maneira de se fazer jornalismo esportivo, Nelson Rodrigues dava às suas crônicas futebolísticas um tom informal bastante característico, o que Silva (1997) entende por oralidade, isto é, a capacidade de se arquitetar a crônica de um jeito que faça o receptor ter a sensação de estar em uma conversa informal sobre futebol, em locais propensos como, por exemplo, em uma mesa de bar. Com expressões como “pois bem”, “vamos e venhamos”, “vejam vocês”, dentre outras⁵⁷, o dramaturgo narrava o desenrolar dos acontecimentos, fazendo associações inerentes ao mundo do futebol e, também, pontuando suas publicações de maneira ímpar.

Embora a oralidade seja uma das matrizes do estilo inconfundível dos irmãos Rodrigues, apontados até hoje como duas das principais referências da crônica esportiva brasileira, pouco se debate a respeito de tais aspectos. Ao analisar o gênero “mesa redonda” em sua tese doutoral, Toledo (2000, p.234) vê na oralidade um “instrumento retórico para alcançar o público”. Abordando a pontuação, sob ótica mais ampla, Lage (2003, pp.58,59) se debruça somente sobre os pontos e as vírgulas. As exclamações, interrogações e reticências – pontuações muito utilizadas por Nelson Rodrigues e Mário Filho – não são analisadas. Já Rojas Torrijos (2010, pp.432-438) estabelece a função de cada pontuação dentro de um texto jornalístico esportivo. No entanto, não especifica a necessidade do uso de cada um deles e a frequência

⁵⁶ Op.cit, p.5

⁵⁷ Ver Mello (2012, p.52)

com que podem ser usados. Outro ponto interessante, é que tanto Lage⁵⁸ quanto Rojas Torrijos⁵⁹ recomendam que não se use nenhuma pontuação nos títulos das matérias, o que, como veremos neste capítulo, não entra em sintonia com a prática dos dois diários aqui analisados.

À vista do que foi debatido até aqui, nota-se que o limite entre o bom e o mau jornalismo, quando se trata de veículos especializados em esporte – sobretudo aqueles que busquem constituir uma relação mais próxima com o torcedor –; é extremamente tênue. Portanto, ter êxito nas escolhas linguísticas para a construção de um produto jornalístico esportivo requer cuidados. Supomos que tal panorama é fruto da complexidade e instabilidade do termo ‘torcedor’, visto que existem inúmeras formas de se torcer, de pertencer a uma torcida, de pertencer a um clube. Não se pode cair no engano de que um jornal, programa de rádio, televisão ou qualquer outro conteúdo que se diz “voltado para o torcedor”, seja algo simples. A singela adoção de linguagem coloquial e repleta de verbetes condizentes ao mundo esportivo, com o objetivo de se autoproclamar a voz da torcida A ou nação B, ou até mesmo do ‘torcedor brasileiro’, pode resultar em estranhamento por parte dos receptores, que não se identificam com aquilo que é transmitido, ou não sentem naturalidade retórica elaborada. Com isso, o aparecimento de alguns conteúdos que visem construir um elo entre emissor e receptor que seja efetivamente ‘de torcedor para torcedor’, o que não os impede de informar seu público e contextualizar os acontecimentos⁶⁰.

⁵⁸ Op.cit.

⁵⁹ Op.cit.

⁶⁰ No caso gaúcho, por exemplo, o programa *Grenalizando TV*, inicialmente (desde abril de 2013) feito só para a web e, posteriormente, no canal *SBT* (desde outubro de 2014), reúne dois torcedores do Grêmio e dois do Internacional para repercutirem os fatos da semana. O sucesso do projeto foi tamanho que, além de ir para a televisão e servir de base para o *Rivalizando* (com atleticanos e cruzeirenses), o formato foi adotado para a criação do *ATLGrenal*, (desde março de 2015) na Rádio Atlântida FM, para todo o estado do Rio Grande do Sul. Outro marco importante foi o surgimento da *Grêmio Rádio Umbro*, neste ano. Na internet há oito anos, o sinal da rádio oficial do Grêmio passou a ser disponibilizado também em Frequência Modulada (FM), transmitindo os jogos do Tricolor para mais de noventa municípios gaúchos, de acordo com o site oficial do clube (<<http://gremio.net/news/view.aspx?id=18157&language=0>> Acessado em 11 de abril de 2015.)

3.1 A linguagem utilizada pelo *Lance!*

Ao passar pelo slogan do *Lance!* (“o diário da nossa Copa”) e pela análise das entrevistas realizadas, podemos afirmar que o diário brasileiro tem como público-alvo o indivíduo apaixonado pelo futebol, o ‘torcedor’. Dessa forma, alguns recursos são adotados para que haja familiaridade na relação entre emissor e receptor da informação. Dentre eles, a utilização de vocabulário coloquial/informal e pontuação bastante característica, como já foi abordado neste capítulo.

De um modo geral, *Lance!* constrói seus textos com um vocabulário mais solto, sobretudo nos títulos das matérias e na capa. São usadas algumas expressões do cotidiano, do linguajar daqueles que se interessam pelo futebol e, em casos extremos, palavrões. Flávio Garcia, editor do jornal, especifica que a linguagem adotada pelo *Lance!* é:

A mais informal possível. Ela procura falar a voz do torcedor, como o torcedor pensaria. Obviamente, se preservando às vezes de não usar palavrão, pois palavrão é muito usado por torcedor. Mas, a gente só usa mesmo quando não tem como... A gente usou muitas vezes, até como manchete do jornal. Mas, com critério. Não é um uso banal. Mas a gente procura sempre ser o mais informal possível; falar para os jovens, mais para o torcedor mesmo.⁶¹

Levando em conta o que foi expresso por Flávio Garcia, o “mais informal possível” se aplica muito mais aos títulos e linhas finas da publicação do que ao texto em si, o que ocasiona certa desarmonia. Na crônica intitulada “Nóis que tá” (*Lance!*, 17.06.2014, p.4), observa-se a adoção de uma frase presente no vocabulário jovem e escrita da forma como é falada. No corpo do texto, no entanto, adota-se linguajar similar ao utilizado nas demais matérias jornalísticas, sem qualquer tipo de contextualização ou explicação do porquê da escolha pela expressão “nóis que tá”. Situação semelhante ocorreu com a frase “É tóis”, frequentemente dita pelo jogador Neymar, que chegou a ser capa da edição do dia 8 de julho de 2014, data da semifinal entre Brasil e Alemanha. Apesar de as gírias citadas acima serem de fácil

⁶¹ Entrevista realizada em 20 de março de 2015.

entendimento, *Lance!* não explica os títulos que contenham trocadilhos, podendo causar algum tipo de estranhamento por parte do receptor.

Outro ponto importante também comentado por Flávio Garcia é a publicação de palavras. Embora o entrevistado afirme que tais expressões foram usadas “muitas vezes”, só um exemplo foi encontrado nas edições analisadas: em uma nota sobre a suspensão de Thiago Silva pelo terceiro cartão amarelo recebido contra a Colômbia, na edição do dia 5 de julho, o diário usa o palavrão “puto” para qualificar o descontentamento de David Luiz com o fato de seu companheiro de zaga ficar de fora do confronto que estava por vir, contra os alemães. A referida expressão está entre aspas simples, e não é repetida no texto. É, sim, substituída por “p...”. Portanto, apesar de os entrevistados não terem indicado qualquer tipo de restrição com o uso de tais palavras por parte do *Lance!*, verificamos que há cautela para com o uso de tais termos, inclusive censurando-os se utilizados mais de uma vez. Outro ponto que deve ser observado é que a palavra “puto” foi colocada no título e censurada em meio à nota, o que contribui para a ideia de que os títulos do diário brasileiro são mais coloquiais do que o texto em si.

No que tange à pontuação, talvez esta se constitua no aspecto mais evidente na busca por um produto que soe como coloquial em sintonia com o discurso dos receptores, principalmente na capa, nos títulos das matérias e nas respectivas linhas finas. Nos textos, apesar do uso regular de interrogações, exclamações e reticências, não se verifica a mesma intensidade. Para tanto, devemos analisar tais espaços separadamente.

Como já foi abordado neste capítulo, recomenda-se que não se use pontuação nos títulos/manchetes de um diário. Recomendação contrariada pelo *Lance!*. Ao invés, sugere que as chamadas sejam pontuadas, preferencialmente pelo ponto de exclamação, segundo Flávio Garcia, que estima o número de capas com exclamações e/ou outros símbolos de pontuação em torno de 90%. De fato, das 32 edições analisadas para esta pesquisa, somente oito não eram pontuadas, ou seja, 25% do total. Tal apreço por frases em tom exclamativo na capa do diário pode ser explicado pela expressão “jornal para cima”, evidenciada por Stycer (2009) e, também, pela afirmação de Flávio Garcia: “Muito se fala na imprensa que notícia negativa vende mais do que positiva. Mas, no caso do esporte, a gente procura sempre buscar o ângulo positivo da coisa, sempre jogando pra cima mesmo. Na hora de decidir o principal assunto do dia, geralmente, a notícia ‘pra cima’ se sobressai perante a negativa”.

Se os títulos do *Lance!* são constituídos por frases positivas e com exclamações na maioria das vezes, as linhas finas seguem estrutura similar. A princípio, a formatação das mesmas se assemelha ao que é verificado em jornais de âmbito geral. A diferença, geralmente, consiste no acréscimo de uma frase no final, esta, sim, em tom exclamativo ou interrogativo. Tal estrutura fica bastante evidente na linha fina da matéria intitulada “Estreia é decisiva para o... segundo lugar” (*Lance!*, 13.06.2014, p.22): “Com Brasil favorito no grupo A, equipes [Camarões e México] se enfrentam em duelo fundamental pela classificação. Haja fôlego para suportar o calor de Natal!”. Percebe-se que, na primeira parte, têm-se as informações necessárias para complementar o título e servir de introdução para a matéria. Já a frase “Haja fôlego para suportar o calor de Natal!”, em contrapartida, informa de maneira coloquial que a partida será disputada sob o forte calor que assola a capital potiguar. Tal informação, embora presente no primeiro parágrafo da publicação, foi elencada como fundamental para adequar o conteúdo ao formato habitual, e não por ser crucial para a compreensão e assimilação do conteúdo transmitido.

Nos textos, verifica-se que os profissionais do *Lance!* usam as exclamações com maior frequência no primeiro e no último parágrafo das publicações. São poucos os casos que fogem a essa regra. Quanto às interrogações, geralmente se localizam no meio ou no final do texto, por meio de indagações que logo adiante serão respondidas, talvez para passar a sensação de suspense e imprevisibilidade dos próximos acontecimentos, mesma função assumida pelas reticências, quando estas são usadas.

Na crônica de jogo “Messi como sempre” (*Lance!*, 26.06.2014, p.16), as frases exclamativas se localizam no começo e no fim do texto, seguindo a tendência exposta acima. No primeiro parágrafo, Valdomiro Neto utiliza o ponto de exclamação em duas oportunidades: primeiro, para enaltecer que as ótimas atuações de Messi são “a tônica deste Mundial”; depois, exalta o desempenho do meio-campista Angel Di María e sua onipresença em campo. Por sua vez, Neto encerra a matéria com a frase “veremos!”, após considerar que Lionel Messi vinha decidindo os jogos para o selecionado argentino. Aqui, portanto, verifica-se que o profissional utilizou o tom exclamativo para expressar certo ceticismo sobre a continuidade de tal cenário.

No caso da interrogação, a crônica de jogo “Ajuda divina!” (*Lance!*, 02.07.2014, p.14) se insere no contexto indicado acima. Rodrigo Vessoni adiciona algumas perguntas para fornecer ao texto

certo mistério, posteriormente desvendado com a explicação de que os argentinos dotavam de um torcedor especialíssimo:

Os principais jogadores em campo – das duas equipes –, não tinham conseguido brilhar até àquela hora... nem os astros sul-americanos nem os destaques europeus tinham arrancado suspiros dos torcedores? Como sair gol nessas condições? Como um dos times se classificará sem a necessidade dos pênaltis? Impossível? Não para aquela equipe que tem Papa Francisco como compatriota e torcedor.

Outro mecanismo que, apesar de se ter observado só em um texto, é importante para o sequência das análises diz respeito à matéria “Manda no 10” (Lance!, 03.07.2014, p.4), especificamente sobre Neymar. Nela, as citações são conduzidas por meio de perguntas, dando um ritmo singular ao texto, como se pode observar no trecho a seguir: “E a questão emocional tão batida nos últimos dias, por disputar uma Copa do Mundo em casa? – Eu tiro de letra [...] E as dores na perna direita? – Eu estou bem, estou recuperado, podem ficar tranquilos – disse.”.

Todos esses fatores analisados até aqui, nos quais alguns deles são particularidades do jornalismo esportivo, inserem-se na dinâmica de mecanismos para a construção de um produto jornalístico esportivo que seja familiar para os receptores. Tanto o vocabulário quanto a pontuação são indispensáveis na elaboração de um texto que institua uma relação de debate com seu leitor, que construa, portanto, a oralidade. Nesse aspecto, o diário brasileiro é bem sucedido de modo geral. Mas, ao longo da análise, observamos algumas incoerências.

Em primeiro lugar, identificaram-se momentos em que os repórteres narravam os acontecimentos na primeira pessoa do singular, o que atestava sua presença em meio ao fato, ao contrário do que recomendam as regras de produção noticiosa. Na crônica referente à estreia uruguaia contra os costarriquenhos (Castelazo – Lance! ed. 15.06.2014, p.18), nota-se a presença do locutor no texto na seguinte frase “Estou do lado de fora do Castelão”, para relatar a festa pré-jogo dos uruguaios. Já na crônica “O dia que o Maraca viu um pouco de Messi (Lance!, 16.06.2014, p.23), Daniel Bortoletto divide com os receptores a sua impressão durante o desenrolar dos noventa minutos: ““É dia de show”, pensei”.

Mas, o texto no qual a autoidentificação do repórter fica mais evidente é na crônica referente à atuação do craque português Cristiano Ronaldo, na partida entre Portugal e Alemanha, vencida por 4 a 0 pelos alemães. Leo Burlá (Cópia mal acabada do melhor do mundo – Lance! ed.17.06.2014, p.16) opta por iniciar o texto em primeira pessoa, para representar o lamento dele (e, supostamente, daqueles que viram a péssima atuação do atleta luso) com Cristiano.

Não queria iniciar meu texto desse jeito, mas sou obrigado a dizer que Cristiano Ronaldo foi uma cópia mal acabada de si mesmo na partida que a Alemanha arrasou Portugal. Eu adoraria dizer que a atuação do luso diante dos alemães foi digna do melhor jogador do mundo, mas a questão é que eu estaria sendo desonesto ao extremo.

A confissão de Burlá confere ao texto a sensação de uma conversa informal, como se o repórter estivesse contando a história pessoalmente, o que atesta a presença de oralidade no referido trecho.

Além da identificação do repórter em primeira pessoa, foram encontrados trechos nos quais o jornalista se insere entre os demais espectadores, relatando o fato esportivo na primeira pessoa do plural. O interessante de tal escolha é que, simultaneamente, o repórter atesta a sua presença e se mistura aos demais presentes no recinto esportivo que, majoritariamente, são ‘torcedores’, público-alvo do diário especializado em esportes. Podemos verificar tal recurso no seguinte trecho da crônica “Tudo azul na laranja” (Lance!, 19.06.2014, p.14): “Quando Robben, com sua velocidade de flecha, abriu o marcador, a sensação é que **veríamos** uma reprise do massacre do duelo contra a Espanha” (grifo meu).

Apesar dos exemplos expostos até aqui, construir a oralidade em um texto jornalístico esportivo requer mais do que propriamente narrar os acontecimentos em primeira pessoa (seja no singular ou no plural), recheiar a publicação de perguntas e frases exclamativas e/ou empregar termos inerentes ao dicionário daqueles que apreciam as mais variadas modalidades esportivas. Trata-se de uma linha tênue e que não possui dosagem quantificada, o que pode gerar insucessos. Durante a análise, foram encontrados dois exemplos nos quais as expressões adotadas causam certo estranhamento.

No texto intitulado “‘Somos firmes, trabalhamos muito’” (Lance!, 28.06.2014, p.34), usa-se de tom didático para explicar um

termo subentendido, ou que se imagina que um ‘torcedor’, apreciador do futebol, irá saber o significado: “No futebol, o termo paizão é designado para aquele gestor, na maioria das vezes o técnico, que tem um estilo de liderança natural, sem precisar se impor na base do grito ou da hierarquia”. Já na crônica intitulada “O nome dele é James Rodriguez” (Lance!, 25.06.2014, p.16), nota-se a tentativa de construção da oralidade em dois momentos: no primeiro, o repórter utiliza a expressão “mamão com açúcar” para descrever a facilidade com a qual os colombianos dominavam os japoneses em campo; no segundo, ele escreve: “Então, James Rodriguez chamou a bola e certamente bateu aquele papo, já que a trata com muito carinho.”. Nesse caso, entendemos que o repórter tentou construir uma relação forçada de oralidade, principalmente no segundo trecho. Como veremos nos próximos exemplos, um texto com oralidade não significa necessariamente a utilização de metáforas ou suposições na relação entre a bola e o atleta.

A crônica de jogo “Duro de matar” (Lance!, 21.06.2014, p.11), por exemplo, relaciona uma estatística aparentemente desnecessária para construção da oralidade. No entanto, a maneira como ela é posta, por meio de uma indagação ao receptor, torna o trecho escrito por Roberto Assaf mais informal: “A propósito: você sabia que a Costa Rica ocupa o 1º lugar no Índice do Planeta Feliz, que mede a capacidade que cada país tem de proporcionar bem sustentável aos seus cidadãos? Pois o futebol também está dando sua mãozinha para tal. Que venha o English Team!”.

Na crônica de jogo intitulada “Messi como sempre”⁶², por sua vez, o autor usa de uma figura emblemática na vida de muitos que jogaram futebol, as chuteiras *Kichute*, como elo de aproximação com o leitor. Outro ponto interessante – que será mais bem debatido no próximo capítulo - é a maneira como o repórter vê o técnico da seleção argentina, o técnico “deles”: “No gol de falta, ao ficar imóvel, deu munhão a quem viu falha no lance. Prefiro enaltecê-lo a qualidade do atacante quatro vezes melhor do mundo. De chuteira nova, multicolorida, ou de Kichute (lembram-se?) coloca onde quer. Ainda que a Argentina precise melhorar; como avalia o técnico deles, Messi parece estar disposto a resolver sempre”.

O trecho que talvez seja o mais bem elaborado em todo o recorte de análise, reunindo todos os fatores até aqui mencionados,

⁶² Op.cit.

pertence à contracrônica “Um apoio fiel a uma Seleção que foi infiel” (Lance!, 13.07.2014, p.10):

Ah, sim! Houve uma rusga. Uma não, duas. No momento em que a escalação apareceu no placar eletrônico, vaias para o técnico Luiz Felipe Scolari e o atacante Fred, do Fluminense. Mas isso, **cá entre nós**, era previsível e tolerável. Rolou a bola. Um minuto, pênalti para a Holanda e... gol! Pronto! Vieram as vaias? Não! Foram gritos de apoio! **Aí**, aos 15 minutos, novo gol da Holanda. **Agora vai**. Tem vaias? Novamente, não, os torcedores **pegaram a Seleção no colo e tome mais força**⁶³.

Observando as partes grifadas, percebe-se que estas dão ao texto um caráter informal. Tal sensação é catalisada pelas frases curtas, reticências, exclamações e perguntas, enfim, os fatores citados até aqui. Fatores que, como será abordado na próxima parte, também estão presentes nas páginas do *Olé*.

3.2 El lenguaje utilizado por *Olé*

A exemplo do que foi verificado no diário brasileiro, *Olé* é um jornal direcionado para os amantes do esporte mais popular do mundo. Assim sendo, o periódico adota características que tornem seus títulos e seus textos mais próximos de tal público. Como veremos, emprega-se linguagem coloquial, pontuação bastante singular e oralidade nas publicações.

A percepção de se buscar um vocabulário mais familiar ao ‘torcedor’ é identificada por Federico del Río, setorista do River Plate: “El lenguaje de *Olé* siempre se trató un lenguaje más coloquial, más cercano al lector, al público de *Olé*. El público de *Olé* es un público de cancha, joven...”⁶⁴. Apesar dessa maior proximidade evidenciada por del Río, Hernan Claus acredita que o diário portenho não usa o idioma do torcedor, mas sim está em um degrau abaixo do jornal tradicional⁶⁵. Embora se tenha observado essa pequena dissintonia, há consenso sobre

⁶³ Grifos meus.

⁶⁴ Entrevista realizada em 7 de abril de 2014.

⁶⁵ Entrevista realizada em 7 de abril de 2014.

o coloquialismo do *Olé*. Ademais, pelo que pôde se observar nas entrevistas realizadas há uma solidez na concepção do público do veículo que, apesar de ser focado nos amantes do futebol, destina-se mais às camadas jovens.

Tal coloquialismo é verificado por inúmeros aspectos. Primeiro, pela procura por publicações mais soltas e literárias, permitindo, assim, a possibilidade de inserção de termos menos formais. Segundo, pelo enaltecimento das emoções despertadas pelos eventos esportivos, como veremos no próximo capítulo. Terceiro, pela adoção de expressões de baixo calão, diminutivos, menção de muitos dos personagens por meio de seus apelidos, como *Pulga* (Messi), *Pipita/Pipa* (Higuaín) ou *Chiquito* (Romero). Por fim, pelos elementos que dão ao texto a capacidade de conversar com o leitor (oralidade).

No que diz respeito às palavras de baixo calão, foram encontradas algumas expressões mais de uma vez, como, por exemplo, “joda” e “carajo”, geralmente associadas para representar sentimentos de extremo êxtase. Na crônica de jogo intitulada “Sabella, decime que se siente...” (*Olé*, 16.06.2014, p.5), Leo Farinella opta pela expressão “cara de cu” em determinado momento, para retratar o semblante dos jogadores argentinos na estreia do Mundial, contra os bósnios. Devemos frisar que todas essas expressões não sofreram qualquer tipo de censura, tampouco foram ditas por entrevistados ou torcedores, o que indica que não há restrições por parte do diário portenho. Tal ideia é reforçada pela explicação de Leandro Contento:

Acá en la Argentina, no sé cómo es en Brasil, la enorme mayoría de los cantos de los hinchas siempre tienen algún insulto. Y por ejemplo... cuando vamos a la cancha y la hinchada grita a los jugadores “jugadores hijos de puta” ¿Qué otro término lo va a poner? O ponemos “la gente insultó los jugadores” o “la gente dijo ‘hijos de puta’“. Lo que no ponemos es “la gente dijo hijos de p...”. Bueno, hay palabras o expresiones que tienen su fuerza necesaria y no tiene un sinónimo que uno puede poner. Y con el tema ‘carajo’, por ejemplo, es un grito muy argentino... ‘¡vamos carajo!’. Carajo es una mala palabra, pero es como un modismo argentino. Entonces, lo que dice sobre acercarnos al lector con un título, es que se puede

sentirse más identificado con él con un ‘vamos carajo’⁶⁶.

Outro ponto que merece destaque refere-se aos estrangeirismos. *Olé* publica várias palavras estrangeiras em meio aos seus textos, sobretudo as provenientes do inglês. Termos como *foul* (falta), *crack* (craque), *runner* (corredor, no sentido de jogador veloz), *wing* (ponta) e *scratch* (escrete) são frequentemente utilizados. Tal cenário clarifica a preocupação explicitada por Rojas Torrijos⁶⁷ acerca do excesso de termos estrangeiros nos conteúdos jornalísticos esportivos, visto pelo autor como um problema a ser solucionado. Contudo, tais termos são muito habituais na linguagem falada pelos amantes do futebol na Argentina, além da forte influência britânica no cenário futebolístico do país vizinho, como abordado no primeiro capítulo. Outro ponto importante com relação aos estrangeirismos são as expressões utilizadas em português, sobretudo nos títulos. O fato de o Mundial ter sido realizado no Brasil fez com que, por diversas vezes, as chamadas dos textos fossem escritas na nossa língua, mesmo que às vezes a grafia não estivesse totalmente correta. Esse recurso era adotado não só nas matérias que envolviam o selecionado brasileiro, mas também em algumas inerentes a *La Selección*.

Outro ponto ressaltado por Rojas Torrijos e que estão presentes nos textos do *Olé* são os termos bélicos. Foram verificadas algumas expressões que remetem ao militar, como *búnker*, *tiro* (“chute” em espanhol, portanto, muito usado) ou verbos, como, por exemplo, massacrar e comer. No entanto, deve-se salientar que não há qualquer apelo à violência. *Olé*, inclusive, reserva espaço ao debate do tema, visto que atualmente o futebol argentino enfrenta problemas relacionados às torcidas organizadas (*barrabravas*) que transcende o âmbito futebolístico.

[...] ninguno de los diarios que cubren deportes en Argentina tiene una sesión fija que hable de violencia. Hay un especialista acá, Gustavo Grabia, que todos los días escribe media o una página sobre violencia. Hay muchas personas que critican eso porque dicen que está dando fama a los barras y que es mejor no hablar. De hecho,

⁶⁶ Entrevista realizada em 7 de abril de 2014.

⁶⁷ Op.cit.

muchos barras terminaron presos por notas que hacen nuestro compañero⁶⁸.

Quanto aos sinais de pontuação, *Olé* os tem como um dos principais recursos para construção das publicações, apesar de somente três das 32 edições terem exclamações, interrogações ou reticências na frase de capa. Nos títulos das matérias, no entanto, usa-se em abundância, assim como no decorrer do texto. As exclamações, geralmente, quando se referem a algum tipo de surpresa ou exaltação de algum sentimento, alegre ou triste. No caso das interrogações, na maioria das vezes, ocorre de o repórter inserir uma pergunta no começo do parágrafo para explicá-la em seguida ou, como será abordado, visa causar no receptor sensação de incerteza e/ou imprevisibilidade através de uma série de questionamentos em sequência. E as reticências, ocasionalmente, são usadas ou no final dos parágrafos (para dar sentido de continuidade), ou quando se projeta alguma situação que ainda não teve nenhum desfecho. Nesse caso, as reticências encerram o texto, em vez do ponto final. Além disso, as reticências também são usadas após alguma anedota, ou quando se explica o porquê de determinado trocadilho no título da publicação.

O texto intitulado “Lo que el golazo no debería tapar” (*Olé*, 22.06.2014, p.18) é um bom exemplo para que se compreenda a maneira como *Olé* pontua suas publicações. Já na linha fina, Leo Farinella faz uma série de indagações: “¿Qué le pasa a Messi? ¿Y al Kun? ¿Y a Higuaín? ¿Y a Di María? ¿Y a Sabella, que duda con los cambios? El equipo está lleno de preguntas”. No primeiro parágrafo, mais questionamentos são feitos:

Hay cosas que el golazo de Messi no debería tapar. Empezando por el rendimiento del propio Messi. ¿Por que juega caminando? ¿Por qué está fastidioso? Esta vez el técnico puso el equipo que quería él y queríamos todos, en realidad, así que por ese lado no se puede decir nada. Cansado, sin explosión, espera al adversario para gambetearlo hasta que la pierde, como desenchufado.

Nesse caso, Farinella reflete sobre as perguntas expostas, mas não as responde totalmente, justamente porque quer passar a impressão de que há confusão sobre elas e/ou estas não possuem uma conclusão

⁶⁸ Leandro Contento, em entrevista realizada em 7 de abril de 2014.

objetiva. A utilização de perguntas para causar imprevisibilidade fica ainda mais evidente na contracrônica intitulada “Maradona es más grande que Messi y Pelé... Y Messi es más grande que Neymar” (Olé, 26.06.2014, p.8), no qual Pablo Chiappetta especula acerca de quem será o melhor do Mundial: “Messi es todo. Es Argentina. O Argentina es él. ¿Y Brasil ? ¿Brasil es él? ¿Esta finalmente será la Copa de Messi? ¿O Neymar se lo impedirá? No es lo mismo ser el mejor del mundo que el mejor de un Mundial. Y ése es el torneo que paralelamente está jugando el crack argentino. Gol a gol con Neymar. Golazo a golazo”.

Tal adoção de pontuação característica e linguajar coloquial, obviamente, contribuem para que haja oralidade nas publicações do diário argentino. Levando em conta que ambos são bastante característicos e explorados por *Olé*, observamos claramente a tal recurso nos textos, tanto nas crônicas de jogo e nas respectivas contracrônicas complementares quanto nas análises ou publicações mais voltadas ao factual. Em outras palavras, a oralidade acaba por ser inevitável nas páginas do *Olé*.

Na matéria intitulada “Sabella como la tiene que jugar” (Olé, 17.06.2014, pp.4,5), referente a uma declaração de Lionel Messi sobre o esquema de jogo adotado pelo técnico Alejandro Sabella, a oralidade é constituída por Hernan Claus por meio de frases curtas e consecutivas: “Respeto a Alejandro Sabella, no está peleado con él, pero no quiere más que la Selección juegue como un equipo poco ambicioso. No le gusta. Lo deprime. Lo enoja. Y no tiene problemas en decirlo tantas veces como se lo pregunten en la paz de Cidade do Galo”.

Na contracrônica intitulada “Brasilerazo (Olé, 10.07.2014, p.33), sobre o comportamento dos argentinos durante a partida contra os holandeses tanto dentro da Arena Corinthians quanto fora, tem-se mais um trecho cuja oralidade é bem nítida:

De los más de 60.000 hinchas que hubo en el Arena Corinthians, 30.000 eran argentinos. Y fueron locales, claro, muy locales. Se hicieron oír antes, durante y, sobre todo, después de los penales que atajó Chiquito Romero y significaron el pase a la final. "Brasil, decime qué se siente...". Qué manera de cantar el hit, por favor. Una y mil veces.

No trecho acima, nota-se que a oralidade fica bem evidente em dois momentos principais: no primeiro, quando Hernan Claus afirma

que os torcedores “fueron locales, claro, muy locales”, no qual a palavra “claro” atribui uma pausa característica ao texto; no segundo, quando acrescenta “por favor” após a frase, para ressaltar a maneira como os argentinos cantavam o cântico. Outras expressões que puderam ser encontradas no diário argentino que consolidam a sensação de oralidade nos textos são “eh”, similar ao “né” utilizado por nós brasileiros e “je”, no sentido de demonstrar que o profissional ou entrevistado sorriu ou riu de maneira mais explícita.

Além de todas as características já citadas, a identificação dos repórteres nas narrativas também merece destaque. No caso do *Olé*, os jornalistas usam a primeira pessoa do plural em grande parte das publicações, tanto naquelas que envolvem o selecionado nacional quanto nas demais, seja para representar algum comportamento dos argentinos que cobriram a Copa, seja para se referir a um grupo não necessariamente argentino. Tal postura é bastante evidente não só nos exemplos que serão mostrados abaixo, mas em todos os demais ao longo da análise do jornal portenho.

Na crônica de jogo intitulada “Sabella, decime que se siente...”⁶⁹, nota-se claramente que Farinella se identifica como argentino e, conseqüentemente, torcedor de *La Selección*.

A los argentinos que **estábamos** viviendo una fiesta en el Maracaná **nos** cortaron la música. Los brasileños, definitivamente contras **nuestros** para los que dudan, se empezaron a envalentonar y a cantar por Bosnia sin reparos. Pero no hay peor cosa que tocarles el orgullo a los argentinos. **Reaccionamos**. Como reaccionó Sabella. Hay que ser muy humilde para hacer lo que hizo el DT. **Nos** dijo a todos, con su movida en el entretiempo, que había vivido equivocado. [...] A Messi le cambió la cara, el equipo de Sabella pasó a ser la Selección que **queremos**⁷⁰.

Por sua vez, na crônica de jogo intitulada “Tenía que sacar el Chavo de Ochoa” (Olé, 18.06.2014, p.18), Farinella utiliza do mesmo recurso: “Así que cuidado. Mucho cuidado con Brasil. No es que le estemos tirando toda la sal del mar a los morochos. No, muchachos. Es

⁶⁹ Op.cit.

⁷⁰ Grifos meus.

la realidad. Recuerden ustedes lo que México nos hace transpirar cada vez que lo enfrentamos, aunque ganemos, siempre nos complica”.

Nos dois exemplos acima, notamos que Farinella reforça sua identificação como argento não só por usar a primeira pessoa do plural, mas também pela maneira como se dirige aos leitores e como se refere ao(s) Brasil/brasileiros, especialmente no primeiro caso. Tais questões serão mais bem desenvolvidas no próximo capítulo, quando iremos abordar a maneira como o jornal portenho vê *La Selección* e o escrete brasileiro.

Por fim, expõe-se aqui trecho da contracrônica intitulada “¡De semi que se siente!” (Olé, 06.07.2014, p.4), que fala sobre o avanço argentino às semifinais depois de 24 anos. Nele, Leo Farinella engloba todos os elementos abordados neste item, transformando o fragmento a seguir naquele cujo a oralidade fica mais evidente:

“Olé, olé, olé, olé, olé, olé, olá, olé, olé, olé, olé, cada día te quiero más, oooooh, Argentina, es un sentimiento, no puedo parar”, cantan los jugadores, canta el cuerpo técnico, delira la gente en Brasilia y en cada rincón de la Argentina revoleamos la camiseta, gritamos mirando el cielo. ¡Lo hicimos, carajo! ¡Vamos a jugar los siete partidos de un Mundial! ¡Y encima es el Mundial de Brasil! ¡Vamos Argentina!

3.3 Escolas iguais ou prosa *versus* poesia?

No decorrer deste capítulo, discutimos questões referentes à linguagem jornalística esportiva. Expusemos os aspectos que a compõem, seu envolvimento com os termos bélico-militares e, também, com o sensacionalismo. Destacamos a questão do uso dos sinais de pontuação no conteúdo jornalístico esportivo. Em seguida, refletimos sobre a oralidade e seus desdobramentos. Por fim, visamos analisar tais fatores nas matérias dos dois diários *Lance!* e *Olé*.

Quanto ao vocabulário utilizado pelo diário brasileiro, pôde-se verificar que há preferência pelo coloquial, por expressões inerentes ao ‘torcedor’, o que o difere de veículos impressos de âmbito geral. Tal perspectiva é evidente no título e nas linhas finas das publicações, nos quais são incluídos jogos de palavras e frases que não condizem com o a

narração clara e objetiva dos acontecimentos. Não obstante, como expressado no antepenúltimo item, o coloquialismo das chamadas não é encontrado no texto em si, o que supomos poder causar estranhamento por parte do leitor. Tal panorama ficou ainda mais perceptível no texto em que o único palavrão identificado durante a análise estava inserido. Neste, “puto” é escrito no título e censurado no corpo da publicação, substituído por “p...”. Quanto aos termos bélicos, não foram encontradas expressões que fujam da normalidade ou que possam ter conotado qualquer tipo de incitação à violência.

No caso do *Olé*, notou-se que também há inclinação bastante clara ao coloquial, ou, como expressou Hernan Claus, a um linguajar que está em um degrau abaixo do tradicional, o que não resulta em desrespeito ao idioma, frase reforçada por dois dos três profissionais entrevistados. O apreço pelo coloquial não se restringe somente aos títulos e às linhas finas, ou seja, há continuidade de tal estilo no decorrer do texto que, aliás, engloba a explicação do título quando este é composto por trocadilhos. Publicar palavrões não parece ser algo suscetível a restrições por parte dos diretores do jornal portenho, já que palavras de baixo calão foram encontradas em algumas oportunidades, o que pode ser esclarecido pelo que foi exposto por Leandro Contento, que enxerga nas *malas palabras* um recurso de aproximação com os receptores. A utilização de palavras estrangeiras foi uma das características-chave do vocabulário do jornal portenho, fato que pode ser explicado pela forte influência britânica no futebol do país vizinho e pela disputa da Copa do Mundo no Brasil, visto que palavras em português foram adotadas, especialmente nos títulos. No que diz respeito aos termos próprios da linguagem militar, averiguou-se que *Olé* os utiliza com certa frequência. Porém, seria necessária uma série de pesquisas para, quem sabe, chegar a alguma constatação concreta sobre a influência de tais expressões na violência no futebol argentino. Ademais, deve-se ratificar que o diário possui uma coluna fixa que aborda esse tema, cujo responsável é uma das maiores referências no assunto.

De modo geral, podemos afirmar que *Lance!* e *Olé* possuem estratégias semelhantes no quesito vocabulário, pois ambos optam por palavras oriundas do coloquial e do ‘torcedor’ – lembremos, público alvo dos jornais. Mas, se levarmos em conta as divisões da linguagem esportiva explicitadas no início deste capítulo, podemos constatar que o diário brasileiro não explora o literário/metafórico com a mesma intensidade que o argentino, pois este se atenta mais às questões táticas e

estatísticas. Na contracrônica “Essa é de doer” (*Lance!*, 05.07.2014, p.15), referente ao lance que tirou Neymar do Mundial, nota-se que o vocabulário é mais inclinado ao que é comumente usado em uma matéria jornalística do que a utilização de palavras que simbolizem o trágico momento. Por sua vez, na contracrônica publicada por *Olé* para informar o mesmo acontecimento (Noaymar – *Olé*, 05.07.2014, p.20), são expressas palavras como “sofrimento”, “angústia” e “dramático” já no primeiro parágrafo, como será visto no fim deste item. Outro exemplo que dá respaldo às conclusões expostas acima é a “visão” que retratou o desempenho de Di María contra a Suíça (Um Ángel que caiu do céu e manteve vivo o sonho do tri – *Lance!*, 02.07.2014, p.15). Como já abordado no capítulo anterior, nota-se que há um primeiro parágrafo mais literário. Entretanto, as expressões que contribuem para tal constatação estão entre aspas, como se houvesse a necessidade de justificá-las e situá-las como metáforas.

Sobre os estrangeirismos, detectamos que tais palavras estão inseridas no vocabulário do *Olé*, enquanto nenhum exemplo foi encontrado no *Lance!*. Isso pode ser explicado por aspectos culturais e históricos evidenciados no decorrer desta dissertação. Entretanto, devemos mencionar que termos estrangeiros eram muito comuns nos conteúdos jornalísticos esportivos até o início da segunda metade do século passado, o que indica que as denominações de origem britânica perduraram por tempo considerável na linguagem futebolística brasileira. O uso de palavras também é mais acentuado e diversificado no *Olé* que, como foi salientado por Leandro Contento, não são censurados, simplesmente são publicadas ou não. A mesma tendência é verificada nos termos bélico-militares, identificados com maior assiduidade no jornal portenho.

No que tange à pontuação, no *Lance!*, observou-se que sinais como exclamação e interrogação são constantemente empregados, sobretudo nos títulos e nas linhas finas, contrariando as recomendações de Lage inseridas no início deste capítulo. Tal perspectiva é ainda mais nítida nas capas das edições analisadas. Nos textos, a periodicidade diminui consideravelmente, variando entre publicações sem qualquer tipo de pergunta ou frase exclamativa até “visões” que trabalham esse recurso. Geralmente, concentram-se no primeiro e no último parágrafo e, no caso das indagações, são prontamente respondidas. As reticências também são adotadas, mas com menor intensidade. Tais percepções contribuem para as evidências que situam o *Lance!* em patamar distinto

dos diários ‘tradicionais’. Apesar disso, verifica-se novamente que o estilo exposto nas chamadas não é seguido nas matérias.

Postura similar foi percebida no *Olé*. Embora as capas do jornal portenho não tenham abrigado de maneira incessante frases pontuadas, parcela considerável dos títulos e linhas finas no interior das edições carregava interrogações, exclamações ou reticências. A maioria dos textos acompanha tal prognóstico. No caso das exclamações, estas são geralmente inseridas para imprimir sensações como surpresa e, em especial, êxtase e felicidade. As perguntas servem para assimilar tom dramático ao que está sendo transmitido, ou – talvez uma das percepções mais intrigantes desta pesquisa – para causar impressão de imprevisibilidade dos acontecimentos, seja em um futuro próximo ou distante. Tal estilo é constituído por interrogativas curtas e em sequência que não são esclarecidas ao receptor, confrontando as premissas jornalísticas de transmissão de informações através de relatos claros e objetivos. A imprevisibilidade também pode ser ocasionada por uma indagação no final da publicação ou por reticências, que, além disso, são adotadas logo após anedotas ou trocadilhos estampados no título e/ou linha fina. Outro aspecto importante é a aplicação do ponto final em determinados momentos para ditar o ritmo da narrativa. A opção por frases curtas e rápidas, assim como nas perguntas que conferem caráter imprevisível, atribuem às publicações do *Olé* estrutura mais acercada ao literário do que ao jornalístico.

Nessas condições, entendemos que o emprego dos sinais de pontuação nos dois jornais tem certas semelhanças. Como vimos, os títulos e as linhas finas são pontuados tanto no *Lance!* quanto no *Olé*. Ademais, os propósitos pelos quais as frases exclamativas e interrogativas são englobadas nas edições são parecidos. As distinções, além das especificidades expressas acima, mais uma vez, condizem com o texto e a inconstância estilística do diário brasileiro.

Quanto à oralidade, averiguamos que há sucesso em grande parte das tentativas dos profissionais do *Lance!*. Estas são feitas por meio da identificação do repórter ao narrar o acontecimento na primeira pessoa do singular (ou, em algumas exceções, na primeira pessoa do plural); de perguntas direcionadas diretamente ao leitor (como, por exemplo, “você sabia...?”); ou através da associação do que está sendo relatado com circunstâncias familiares aos amantes do futebol. Mas, se pensarmos que as matérias do *Lance!* são mais inclinadas ao factual e prezam pelo relato objetivo, a oralidade acaba por se tornar um recurso complementar, que não faz parte das prioridades do diário brasileiro.

Considerando que os jornalistas do *Olé* vêm os recursos literários e os sinais de pontuação como alguns dos fatores para diferenciar o diário no qual trabalham dos demais, pôde-se deduzir que a oralidade acaba por se tornar presente na maioria dos textos do jornal portenho. A implementação se dá especialmente pela narração dos acontecimentos na primeira pessoa do plural, o que identifica o repórter e, simultaneamente, engloba-o no grupo daqueles que torcem por *La Selección*, autenticando-o, assim, como argentino, dando solidez à possibilidade de retratar e assimilar as emoções despertadas pelo espetáculo esportivo. Além disso, as frases curtas relatadas acima e a inclusão de palavras pertencentes ao linguajar falado contribuem para que o receptor se sinta em condição de diálogo informal com o emissor.

Portanto, podemos atestar que as páginas do *Olé* contêm maior número de publicações com oralidade do que se comparado com o *Lance!* – que, todavia, dispõe de exemplos nos quais tal artifício foi bem construído. Talvez a diferença mais evidente esteja na narração, visto que os textos do diário argentino preferem o “nós”, enquanto os brasileiros – quando há a identificação dos repórteres – optam pelo “eu”. Outra característica que distancia os dois veículos é a questão das frases curtas ou questionamentos com o intuito de atribuir dramaticidade. Se compararmos as contracrônicas “Essa é de doer” e “Noaymar”, exemplos já usados neste item, veremos que a primeira possui primeiro parágrafo mais adequado ao lide, enquanto a segunda demonstra traços de oralidade em seu início:

Minuto 41 del segundo tiempo. Brasil se prepara para otro sufrimiento Mundial. El desahogo de David Luiz duró entre poco y nada. El penal de James trajo nuevamente a la angustia, dramático destino verdeamarlo por estos días. En el Castelaio como en el Maracanã. En Fortaleza como en Río de Janeiro. El colegiado Carlos Velasco le da rienda suelta a la catimba, una locura, deja que todos se fajen, él se guarda las tarjetas y el Scratch muestra los dientes, corta con un foul tras otro, sin piedad. Colombia se está yendo de su Copa más bacana e intenta llevarse puesto al anfitrión. Lo empuja como puede, con tiros de esquina. A la salida de uno, Zúñiga atropella a Neymar. Y la jugada sigue. Siga, siga. Oscar conduce una contra que puede ser peligrosa, pero ya a nadie le incumbe. Nada más importa.

Neymar se retuerce sobre la grama, se parte en lágrimas, está quebrado. Marcelo lo atiende, se queda de cuclillas a su lado, llama desesperado a los médicos, lo inmoviliza. El lateral no necesitó pisar ninguna Facultad de Medicina para darse cuenta de que algo iba mal. Muy mal. Neymar tampoco. Su llanto no era el del Himno ni el de los penales con Chile. Su llanto era de puro dolor.

Na categoria abarcada neste capítulo, podemos apontar semelhanças entre *Lance!* e *Olé* – e talvez seja a com maior número de proximidades entre os dois jornais. Não obstante, a exemplo do que ponderamos no capítulo anterior, grande parte da similaridade está concentrada nas chamadas dos textos. Se tomarmos como parâmetro a dicotomia entre futebol em prosa e futebol em poesia, desenvolvida pelo italiano Pier Paolo Pasolini⁷¹, podemos aproximar o jornal brasileiro ao primeiro e o periódico argentino ao segundo, no sentido de *Olé* ser mais poético do que seu semelhante.

⁷¹ Ver Cornelsen (2006).

CAPÍTULO 4 – O COMPORTAMENTO DENTRO DE CAMPO (DISCURSO)

Como já foi exposto no decorrer da dissertação, um dos pontos-chave no debate acerca do jornalismo esportivo diz respeito à emoção e seus desdobramentos e consequências. Já refletimos sobre a influência de um tom emotivo na elaboração de textos jornalísticos voltados ao esporte. Discutimos, também, a vinculação das emoções a uma postura sensacionalista, visto por alguns como sinônimo de mau jornalismo. Os imbróglis citados acima existem, na verdade, devido à falta de consenso sobre a localização exata dos sentimentos despertados pelas modalidades esportivas no processo de transmissão informacional na cobertura esportiva. Isto é, há confusão em torno do relatar e do sentir as emoções, e de que maneira isso influencia no produto final. Desse modo, surge o dilema de se deixar contagiar ou não por aquilo que está sendo vivenciado pelos demais. Tal dicotomia é associada, basicamente, aos termos parcialidade e imparcialidade, sendo a última virtude almejada pelos profissionais da imprensa esportiva.

Entretanto, notamos que a presença da emoção não é ignorada completamente. Kfoury (in RIO DE JANEIRO, 2004, p.11) defende que o jornalista esportivo precisa “jogar luz sobre os fatos”, mas não desconsidera a emoção como elemento fundamental da cobertura esportiva. Além disso, sustenta que há um espaço enorme “entre a euforia e a depressão”, no qual se pode “exercer o bom jornalismo”, o que dá a entender que o mau jornalismo se aproxima mais dos dois sentimentos referidos pelo autor. Já Rojas Torrijos (2010, pp.391,392) crê que a informação deve estar acima do espetáculo e do sensacionalismo injustificado, o que não impede, contudo, que haja a emoção. Tal cenário é bem ilustrado por Bocage, que avança na reflexão:

Trabalhar com esporte [...] exige imparcialidade, mas também paixão. Aliás, é engraçado o leitor/ouvinte/telespectador que não aceita ser o cronista esportivo um torcedor de futebol. Ora, se o sujeito não gosta de futebol, certamente ele vai buscar outra profissão – que não é, também, a de árbitro, pois até eles têm seu clube de coração. O cronista deve ser imparcial em suas colocações, nas análises que faz. Mas, daí a não ser um torcedor, vai uma distância muito grande.

(BOCAGE in RIO DE JANEIRO, 2004, pp.68,69).

A contribuição de Bocage é extremamente importante para a discussão, pois evidencia um aspecto que nos ajuda a compreender onde a emoção se insere: a maioria esmagadora dos jornalistas esportivos torce para alguém. Portanto, eles convivem com esse fato dia a dia, independente da relação do profissional com esse sentimento – se escancarado ou guardado a sete chaves. À vista disso, no Brasil, usa-se o lado torcedor do jornalista esportivo como argumento de crítica, até para aqueles que não declaram abertamente o clube do coração. Concomitantemente, os próprios profissionais da imprensa veem necessidade em esconder ao máximo o time para o qual torcem, em busca do que se entende por ‘isenção’, o que fomenta ainda mais tal comportamento.

Sob perspectiva mais ampla, Bucci (apud LISBOA, 2014, p.11) expressa:

O pecado ético do jornalista não é trazer consigo convicções e talvez até preconceitos. Isso, todos temos. O pecado é não esclarecer para si e para os outros essas suas determinações íntimas, é escondê-las, posando de 'neutro'. O pecado ético do jornalista, em suma, é falsear a sua relação com os fatos, tomando parte na impostura da neutralidade.

Embora se refiram mais ao processo de apuração dos fatos, pode-se inserir nesse contexto o pensamento de Kovach e Rosenstiel, que também prezam pela “transparência”:

Se os jornalistas procuram a verdade, se entendem também que devem ser honestos e verazes com seu público - que apresentem a verdade. Além disso, essa responsabilidade exige que os jornalistas sejam, no limite de sua capacidade, abertos e honestos com o público [...]. Como pode um profissional de imprensa dizer que procura a verdade se não pode ser honesto com seu público acima de tudo? (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p.126).

A honestidade ressaltada pelas citações transcritas acima se tornam uma tarefa difícil no jornalismo esportivo, visto que se convencionou, ao longo dos anos, que o ato de ‘torcer’ está intimamente associado ao ato de ‘distorcer’. Convenção que foi consolidada tanto por emissores quanto por receptores. Contudo, felizmente, hoje em dia temos alguns exemplos de profissionais respeitados no meio da crônica esportiva que declaram abertamente seus times e, nem por isso, sofrem forte repressão⁷², sem contar os irmãos Nelson Rodrigues e Mário Filho, que são notáveis torcedores do Fluminense e do Flamengo, respectivamente.

Evidentemente, declarar ou não o clube para qual torce é uma questão de cada um. Dependendo da função que exerce, do contexto no qual está inserido, da localidade onde vive, o jornalista esportivo se sente mais confortável em pender para um, ou para outro lado. Porém, partimos da opinião que isso não qualifica ou desmerece um profissional da imprensa esportiva, muito pelo contrário. Se o mesmo privilegia determinado lado, determinada fonte, comete equívocos na apuração ou adota postura radical, sem estar suscetível a contrapontos, isso o transforma em mau jornalista, não em um torcedor apaixonado. Como já vimos nos capítulos segundo e terceiro, as questões éticas que envolvem a emoção no jornalismo esportivo dizem respeito muito mais ao processo de coleta das informações, e não propriamente à maneira como são relatadas. Aliás, se levarmos em conta a já constatada tentativa de aproximação com o público por parte da imprensa esportiva, acredita-se que o afloramento do lado torcedor dos jornalistas esportivos tornaria esse processo mais consistente.

Ademais, criar um elo entre emoção e distorção dos fatos é afirmar implicitamente que o receptor, por torcer, não tem a capacidade de conjecturar os fatos, sejam eles ligados ao seu time ou até mesmo ao maior rival. Paschoal, citado por Toledo (2000, pp.227,228) mostra, inclusive, que ouvir os espectadores acabou trazendo bons frutos às transmissões do canal televisivo *Bandeirantes*, do qual fazia parte à época:

(...) Quando terminávamos as transmissões e deixávamos o estádio, os torcedores vinham

⁷² Por exemplo: Paulo Vinícius Coelho e Mauro Betting, comentaristas do canal *FOX Sports*, são torcedores do Palmeiras. Juca Kfoury, dos canais *ESPN*, é corintiano. Adroaldo Guerra Filho (Guerrinha), da *Rádio Gaúcha*, não esconde sua identificação com o Internacional.

conversar conosco fazendo comentários lúcidos e apontando detalhes que às vezes tinham fugido à nossa observação. Assim, o Luciano [locutor Luciano do Valle] sugeriu que eu começasse a ouvir os torcedores, junto ao alambrado, durante os jogos. Essa inovação tem sido excelente porque o torcedor que vai ao estádio não é só paixão, mas na sua maioria entende de futebol. (apud TOLEDO, 2000, pp.227,228).

A discussão tangível à imparcialidade se torna ainda mais intrigante quando nos debruçamos sobre os selecionados nacionais. Pois, supõe-se, que todo brasileiro, por exemplo, torce para a sua seleção. Assim sendo, o esforço para que se mantenha a compostura nas páginas de jornal, nos microfones ou em frente às câmeras se torna muito mais perceptível. O curioso é que tal esforço não resulta necessariamente em bons textos, áudios ou vídeos. A procura por um relato contido e objetivo não é garantia de bom jornalismo. Tal panorama fica bem evidente nas pesquisas de Lisboa (2014) e Guerra e Paschoalino (2014). No primeiro estudo mencionado, o autor analisa a primeira entrevista do atacante Neymar após se lesionar e ficar fora da Copa⁷³. Na coletiva, realizada na Granja Comary, em Teresópolis (RJ), os jornalistas são passivos e se concentram mais no drama vivido pelo craque do que na derrota frente à Alemanha, por 7 a 1 – na qual, obviamente, Neymar não estava em campo. Além disso, os jornalistas brasileiros presentes na entrevista aplaudiram o atleta ao término da coletiva. No texto de Guerra e Paschoalino, averigua-se o discurso de alguns comentaristas no dia da trágica derrota para os alemães, antes, durante e após o jogo. Constatou-se que houve uma mudança considerável no discurso de alguns deles em questão de minutos, principalmente com relação à escalação do jovem Bernard, que substituíra Neymar no confronto. Com esses dois exemplos, pode-se notar que os equívocos aconteceram e aconteceriam, independente do tom que se usasse nos materiais; mais ou menos emotivo, formal ou coloquial, objetivo ou subjetivo.

Outro estudo que nos ajuda nesse aspecto é de Helal e Lovisolo (2010). Ao analisar a rivalidade futebolística entre Brasil e Argentina, os pesquisadores identificam a veiculação de alguns estereótipos negativos,

⁷³ Neymar se contundiu na partida contra Colômbia, válida pelas quartas de final, em lance com o lateral colombiano Zuñiga.

vinculados aos argentinos, nos jornais brasileiros, como, por exemplo, “empáfia”, “arrogância” e “reis da catimba” (p.2). Constatam, também, que jornais ditos como ‘sérios’ como *O Globo* retrucam provocações publicadas no *Olé*, especializado, o que não se verifica em publicações com linha editorial semelhante a de *O Globo* no país vizinho, como o *Clarín*. A partir disso, pode-se levantar a hipótese que, no caso de retratar o outro, a alteridade – no nosso caso, os argentinos, nossos grandes rivais – deve-se ter cuidado redobrado. A priori, nota-se que o tom emotivo é muito mais apropriado para exaltar ao semelhante do que ao diferente. Desqualificar o rival pode render situações embaraçosas e incitar à violência em confrontos futuros, sendo essa uma demonstração de mau jornalismo.

Outro fator que contribui para o imaginário de que torcer significa distorcer diz respeito ao embate entre os estilos diferentes dos comentaristas esportivos. Após separá-los em três categorias não excludentes; o que legitima discurso torcedor, ex-profissionais (preferencialmente, ex-jogadores) e os que se atentam às questões institucionais; Toledo (2000, pp.126,127) salienta que:

Estas dimensões, que expressam determinados saberes, conferem à prática dos cronistas esportivos uma visibilidade e prestígio ante o imaginário torcedor. Todavia, em que pese a grande audiência dos programas televisivos e radiofônicos, da popularidade dos diários, semanários e revistas esportivas, que alçam muitos desses profissionais as carreiras tão prestigiadas quanto aquelas conquistadas pelos próprios jogadores famosos, as representações observadas, de modo geral, entre as coletividades torcedoras, especialistas e profissionais, revelam pontos de vista menos consensuais do que supostamente se imaginam, colocando em disputa maneiras multifacetadas de conceber e vivenciar o futebol. (TOLEDO, 2000, p.174)

Os “pontos de vista menos consensuais” constatados por Toledo, geralmente, são postos em discussão nos programas conhecidos como ‘mesa redonda’, gênero fortemente usado em rádios e canais televisivos, no qual os comentaristas debatem as pautas mais importantes do dia/semana. Graças ao prestígio de tal formato, a sua repercussão e a notoriedade dos profissionais participantes – geralmente

jornalistas com ampla experiência –, as ‘mesas redondas’ consistem em um debate de ideias que, não esporadicamente, acaba se transformando em discussões acaloradas que, em alguns casos, chegam às vias de fato. Paulo Sant’Anna, um dos cronistas esportivos com maior experiência em ‘mesas redondas’ no país⁷⁴, foi protagonista de desavenças épicas com vários integrantes do *Sala de Redação*, como Ruy Carlos Osterman e David Coimbra. Dessa maneira, o referido gênero implica muitos riscos, pela audiência, pela multiplicidade de pensamentos presentes no debate e, não menos importante, por simbolizar uma conversa sobre esporte, prática comum entre os apreciadores das modalidades esportivas. As eventuais discussões entre os integrantes, portanto, não deixam de ser incitação à violência, e devem ser evitadas ao máximo. E, ressalta-se novamente, tal cenário não depende exclusivamente de questão parcial ou imparcial.

Se a adoção de um tom emotivo é mal interpretado e alcunhado como subjetividade/sensacionalismo/parcialidade, até mesmo nos gêneros que gozam de maior desprendimento das normas de produção jornalística, como lidar com a emoção? Para que se tente responder a tal indagação, precisamos compreender a origem de tais sentimentos.

Gastaldo (in GUEDES, 2006, pp.2,3) acredita que a paixão pelo futebol se inicia com a vinculação a um determinado clube. Dessa maneira, “os clubes de futebol simbolizam um pertencimento social com características específicas” e mediam “um sentimento coletivo compartilhado”, o que Antezama (2003) define como “identidade clubística”, ou “identidade *tifosi*”, que, no caso futebolístico, relaciona-se com a identidade nacional. Em seguida, Gastaldo afirma que “o pertencimento a uma torcida é muito mais uma questão afetiva (frequentemente mediada na infância por relações familiares) do que uma relação institucional entre clube e seus sócios”⁷⁵. Embora esse quadro tenha se modificado nos últimos anos⁷⁶, Gastaldo enxerga na afeição um dos principais elos de pertencimento a uma agremiação e,

⁷⁴ Sant’Anna estava na formação inicial do *Sala de Redação*, da Rádio Gaúcha, programa que teve seu início em 1971. Participou até novembro de 2014, quando foi afastado após discutir com outro ex-integrante, Kenny Braga.

⁷⁵ Gastaldo (op.cit)

⁷⁶ Os clubes de futebol no Brasil passaram a apostar em programas de sócio-torcedor para engordarem seu faturamento mensal. Atualmente, o número de sócio-torcedores no país beira um milhão de pessoas. Em nível mundial, Internacional (cerca de 130 mil) e Palmeiras (cerca de 110 mil) estão entre os dez primeiros. Fonte: <futebolmelhor.com.br> Acesso em 14 de abril de 2015.

obviamente, ao futebol. Levando em conta as especificidades clubísticas e a convivência entre elas, nota-se que o futebol provoca divisões e polarizações de âmbito emocional e ideológico, tornando-se quase impossível permanecer neutro ou indiferente (apud BOZZETO, 2012, p.4).

Direcionando nossos olhares para os meios de comunicação, Carvalho (apud CAMPOS, 2012, p.10) argumenta que “a característica fundamental do jornalismo esportivo, e que diferencie essa editoria de qualquer outra, é a **paixão que o esporte desperta no público**” (grifo meu). Já Lovisolo (2011, p.92) expressa que “antes do esporte ser mercadologicamente posto no mundo dos negócios, já era notícia, mídia, espetáculo e processo de mediação cultural e comunicacional”, refutando a ideia de que um material jornalístico esportivo que dá enfoque à emoção seja algo meramente comercial. Mais adiante, Lovisolo complementa:

O que se afirma é que não podemos entender os meios de comunicação sem levar em consideração que o objetivo de divertir, entreter, sacudir as emoções, enfim, agir contra o tédio foi e ainda é de fundamental importância na compreensão de seu desenvolvimento. Em segundo lugar, o jornalismo esportivo desempenhou um papel especialmente relevante nesse desenvolvimento. Por último, nossas atitudes e sentimentos em relação ao esporte seriam pouco compreensíveis se não levássemos em conta a formação de emoções, crenças e competências técnicas **geradas e difundidas** pelo jornalismo esportivo (LOVISOLO, 2011, p.94, grifo meu).

Sendo assim, é inevitável constatar que a emoção presente no futebol e nas demais modalidades esportivas sofre influência direta da imprensa. Entretanto, acredita-se que ela nasce, na grande maioria das vezes, do evento esportivo em si. Ou seja, crê-se que a mídia, salvo raras exceções, não cria as emoções presentes no esporte, ao contrário do que afirma Lovisolo. A mídia, assim, registra o emocional e, por meio da sua transmissão, auxilia no entendimento daquilo que foi sentido. Tenta transmitir ao receptor quais emoções foram despertadas nos que compareceram ao recinto esportivo, e o porquê de cada uma delas. Pode-se deduzir, então, que o jornalista esportivo registra a emoção

despertada pelo esporte e, posteriormente, seu produto final irá causar uma reação emotiva nos receptores. Enclausurar-se em meio às informações, desprezando aquilo que é sentido por jogadores, comissão técnica e demais presentes, significa não informar ao público as consequências imediatas do fato esportivo, tornando o material incompleto. Ao mesmo tempo, interpretar erroneamente a reação da torcida e/ou buscar superdimensionar alguma reação resulta em distorção do fato, isto é, mau jornalismo.

Dado que a emoção presente no fato esportivo é decodificada e transmitida pela cobertura esportiva, tais sentimentos acabam por se tornar um referencial na interpretação do evento esportivo e, conseqüentemente, das notícias referentes a ele. Tal panorama faz com que a emoção sirva para contextualizar as pautas esportivas. Antes de ampliarmos tal pensamento, devemos refletir sobre a contextualização no jornalismo esportivo sob uma perspectiva mais geral.

Voltando aos conceitos de Genro Filho (2010) sobre o singular, particular e universal, ao diferenciar a notícia da reportagem, o autor define que a reportagem tem a particularidade com certa autonomia, enquanto a notícia usa o particular somente para contextualizar a singularidade do fato (pp.198,199). Nota-se, então, que a contextualização do fato se refere ao particular. Quanto à particularidade nas reportagens, Genro Filho a divide em três categorias: estética, teórico-científica e informativa. Embora Genro Filho se refira ao gênero reportagem, pode-se aliar tal divisão ao proposto por Aguiar e Baroni (apud BOZZETTO, 2012, p.6). Os autores diferenciam fato de acontecimento. Enquanto o primeiro tem delimitações espaço-temporais, o acontecimento transborda esses limites e “excede-se na reconstituição do passado e do futuro”. Assim, a contextualização se torna muito mais necessária nos acontecimentos esportivos do que propriamente nos fatos, já que uma partida ou um campeonato englobam diversos fatos.

Baseado nessas premissas, podemos adaptar a categorização de Genro Filho às características do jornalismo esportivo. No caso da particularidade teórico-científica, o crescente uso de dados referentes ao desempenho físico e tático dos jogadores dentro das quatro linhas, bem como a investigação de aspectos sociais para a compreensão de determinada atitude do esportista, podem ser associados. Por sua vez, na categoria informativa – talvez a mais adotada – opta-se por focar nos fatos ocorridos nos últimos dias (treinos, lesões, coletivas...). Quanto à particularidade estética, na qual Genro Filho exemplifica com *À Sangue*

Frio, de Truman Capote, percebe-se que ela é adotada por meio de dois subgêneros na editoria de esportes: proximidade e emoção.

Lage (apud BORELLI, 2002) identifica a contextualização pelo emocional. No jornalismo esportivo, como já dito acima, a emoção é um ótimo meio de contextualizar o acontecimento esportivo. A angústia provocada pelas partidas, a felicidade de um título, a tristeza pela derrota, a indignação pelos recorrentes erros de arbitragem, o fascínio que determinado jogador provoca, a nostalgia de determinada época, dentre tantos outros. Se o esporte desperta as mais variadas sensações, jogo após jogo, título após título, perda após perda, tais sensações sempre são um gancho interessante para ligar passado e presente. No caso do Mundial de 2014, por exemplo, foi inevitável associar a dor da derrota para os alemães com o *Maracanazo*, sendo esta a tônica de vários veículos de comunicação.

Por fim, quanto à proximidade, Lage (2003, p.48) fala sobre a aproximação e a empatia como elementos da retórica jornalística. Nesse sentido, muitas das matérias referentes a acontecimentos esportivos longínquos são contextualizados de acordo com ‘proximidades’ ou ‘aproximações’ possíveis. No caso brasileiro, pode-se citar a presença de atletas tupiniquins, alguma característica inerente ao esporte brasileiro, enfim, aspectos que tornem o acontecimento mais familiar. E, como veremos nas análises, a contextualização por proximidade é uma das mais utilizadas nos diários *Lance!* e *Olé*.

4.1 O discurso adotado pelo *Lance!*

Como expressado neste capítulo, a emoção é uma das questões mais conflituosas na editoria de esportes, ao ponto de muitos profissionais da cobertura esportiva reprimi-las em nome de uma teórica ‘isenção’. No entanto, ter o desejo de que o selecionado do seu país vença e que o rival perca não é sinônimo de mau jornalismo. Tais sentimentos podem ser aliados a uma conjectura consistente sobre os acontecimentos.

No que diz respeito à (im) parcialidade para com o outro, observamos que *Lance!* adota posição madura na hora de analisar os adversários do Brasil no Mundial, inclusive no caso de nossos maiores rivais futebolísticos: os argentinos. Embora o jornal publique algumas sátiras – principalmente nas capas –, os textos são imparciais e, em alguns momentos, chegam a exaltar as qualidades das grandes individualidades de *La Selección*.

Durante as análises, pôde-se verificar que os textos acerca da maior estrela argentina, Lionel Messi, seriam um ótimo parâmetro para que se pudesse chegar a algumas constatações sobre o aspecto parcialidade. Isso porque *La Pulga* tinha quase sempre espaço reservado nas edições do diário brasileiro e, além disso, o camisa dez vinha sendo decisivo. Destaque que lhe rendeu muitos elogios por parte dos repórteres do *Lance!*. Na crônica de jogo intitulada “Messi como sempre” (*Lance!*, 26.06.2014, p.16), nota-se que Valdomiro Neto se identifica claramente como brasileiro, ao se referir a Alejandro Sabella como “o treinador deles”, trecho já exposto no capítulo anterior. Contudo, não se nota nenhum indício de menosprezo nos comentários, muito pelo contrário. O repórter se rende à genialidade de Messi, tecendo elogios pomposos. Curioso que, na referida edição, a capa mostra uma espécie de ranking no qual os jogadores argentinos Messi e Maradona estão atrás de Pelé, Garrincha, Romário e Ronaldo, o que contribui com a hipótese que o diário é menos provocativo e irônico do que a capa e os títulos sugerem. A contracrônica individualizante “Para os gênios, não existe injustiça” (*Lance!*, 22.06.2014, p.19) segue o mesmo caminho. Rodrigo Vessoni se refere a Messi como um gênio da bola e relata a reverência da torcida argentina após o gol de Lio, chegando a afirmar que “[...] não dá para negar mesmo que Messi seja um deus para os hermanos. Um deus da bola”.

Já na crônica de jogo intitulada “Corrida para o Tri!” (*Lance!*, 10.07.2014, p.10), há um relato imparcial sobre a classificação dos argentinos para a final da Copa, contra os alemães, após eliminarem a Holanda. Apesar de se referir ao fato como “trágico” para os brasileiros e para o país-sede, Márcio Porto tece elogios à conduta de nossos vizinhos em solo brasileiro, afirmando que: “Daqui 20, 40, 50 anos, os argentinos vão lembrar que vieram ao Brasil e fizeram do país vizinho sua casa, sua morada. E que, na Copa do Brasil, quem foi Brasil foram eles”. Porto também exalta a atitude dos argentinos dentro das quatro linhas, além de se referir a Javier Mascherano, decisivo na partida, como “monstro”.

Talvez o único exemplo no qual se entenda que *Lance!* tenha conferido peso desnecessário a um jogador argentino seja a contracrônica individualizante “O tri estava aos pés dele” (*Lance!*, 14.07.2014, p.12), sobre a atuação do atacante Gonzalo Higuaín na final da Copa do Mundo, contra a Alemanha. Daniel Bortoletto escreve mais uma das “visões” que o diário brasileiro publica. Embora não haja menosprezos por parte do repórter, a publicação foi classificada como

“visão do vilão”, alcunha que causa dúvidas sobre o porquê e para quem Higuaín é visto como ‘vilão’: para os argentinos, pois desperdiçou a principal chance de *La Selección*; para os brasileiros, pois quase balançou as redes em favor da Argentina que, àquela altura, estaria vencendo o confronto por um a zero. Mesmo que seja para nossos vizinhos, tachar um atleta como ‘vilão’ do insucesso é algo que pode afetar o jogador. Além disso, verificamos que o diário *Olé* não classificou Higuaín como vilão, apesar do tom de lamento para com o erro do centroavante.

Com relação ao comportamento dos profissionais do *Lance!* para com a escrete brasileiro, percebe-se que os elogios à Seleção são mais contidos do que se comparados aos que foram destinados às demais equipes, como se houvesse certa cautela na euforia ou expectativa, embora estas tenham sido registradas no período pós-jogo contra o Chile, pelas oitavas de final, e pré-jogo contra a Alemanha, nas semis. Após os 7 a 1, o diário passa a adotar postura menos neutra, chegando inclusive a explicitar certa conturbação com a goleada alemã e, também, com a derrota para os holandeses, assim como os demais brasileiros.

Na edição do dia 29 de junho de 2014, um dia após a vitória da Seleção sobre os chilenos, o diário se atentou muito mais à atuação de Julio Cesar nas cobranças da série de penalidades do que nas lágrimas do arqueiro – que chorou antes do término do jogo – e do zagueiro Thiago Silva. Tais fatos, associados à conversa de Felipão com alguns jornalistas dias antes, pedindo para que fossem mais brandos nas críticas ao elenco, visto que estavam abalados emocionalmente⁷⁷, indicava que o grupo passava por problemas emocionais. O diário, entretanto, preferiu dedicar espaço a uma nota que evidenciava a ‘premonição’ publicada pelo *Lance!* dias antes, de que David Luiz iria fazer seu primeiro gol em um momento decisivo (o zagueiro abriu o placar no duelo contra o Chile), além da transcrição de um trecho da coletiva de Scolari, que foi questionado sobre a possibilidade de enfartes nos torcedores até o final da Copa. As dúvidas sobre a fragilidade emocional dos jogadores brasileiros só foram repercutidas na edição do dia seguinte.

⁷⁷ Para melhor compreensão, ler a matéria “Conversa de Felipão com jornalistas incomoda estafes de jogadores”, disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/02/conversa-de-felipao-com-jornalistas-desagrada-estafes-de-jogadores.htm>> Acessado em 18 de maio de 2015.

Por sua vez, na edição do dia 4 de julho, usa-se muito da emoção para relatar o ambiente pré-jogo entre Brasil e Colômbia, válido pelas quartas-de-final, que foi disputado em Fortaleza. Nos títulos e nos textos, são encontradas palavras como “alegria” e “carinho” para descrever a relação dos cearenses com o selecionado nacional. Mas, em nenhum momento, percebe-se o envolvimento dos jornalistas em tal ambiente, ou seja, a inserção dos próprios no grupo daqueles que estavam demonstrando apoio ao selecionado nacional, o que indica a busca por certa neutralidade ou até distanciamento.

Porém, a perspectiva esboçada acima sofre mudanças após a classificação para as semifinais, eliminando a Colômbia. Na edição do dia 5 de julho de 2014, nota-se nitidamente a euforia pela boa atuação do selecionado brasileiro diante dos colombianos. Na crônica de jogo escrita por Mauro Betting, intitulada “A melhor defesa é o ataque” (p.5), o colunista chega a dizer que a atuação de David Luiz foi “espetacular”, sendo uma das maiores de um zagueiro brasileiro na história das Copas. Todavia, o atleta recebeu duas notas oito e um 7,5 na tabela de desempenho individual. Além disso, o herói escolhido pelo diário (p.8) foi Thiago Silva, seu companheiro de zaga.

Depois do fatídico jogo no Mineirão, frente aos alemães, *Lance!* muda sua postura: em vez da euforia, a tônica do discurso é a revolta e indignação. Na edição do dia 9 de julho, o jornal traz uma capa em branco, apenas com palavras como “dor” e “irritação” e convidando os leitores a fazer sua própria capa do diário – algumas delas, inclusive, foram publicadas pelo jornal no dia seguinte. A partir daí, começa a se criticar o selecionado brasileiro com maior veemência, cenário que perdurou até o dia 14, última edição analisada.

O panorama descrito acima se acentua nas matérias acerca da derrota para a Holanda, em partida válida pela disputa do terceiro lugar. Na crônica de jogo intitulada “Só o bagaço” (*Lance!*, 13.07.2014, p.4), apesar das críticas, nota-se claramente o distanciamento do repórter na hora de retratar o que os brasileiros sentiam. Isso fica bem evidente na frase final do texto: “**Para o brasileiro**, tristeza não tem fim. Mundial no Brasil, sim” (grifo meu).

Já na contracrônica intitulada “Seleção perdeu o rumo. E Felipão queria a Holanda nas oitavas...” (*Lance!*, 13.07.2014, p.9), tem-se, talvez, o melhor exemplo de uma postura mais incisiva com relação ao selecionado nacional. Apesar de repórter não se colocar explicitamente como ‘torcedor’, Thiago Salata tenta reproduzir a revolta dos brasileiros enquanto tece duras críticas à Seleção:

Felipão mudou cinco titulares do maior vexame da história do futebol brasileiro (é sempre bom destacar as palavras maior e vexame – para a comissão técnica não parece ainda que o Brasil levou 7 a 1 na terça). Mudou cinco, e não mudou nada. Três volantes escalados [...] na mesma disposição tática de sempre. Nada mudou. O ótimo David Luiz mais uma vez mostrou descontrole, saindo feito um louco ao ataque a todo momento. E tentou armar (sim, armar!) o time com ligações diretas [...] A “pane de dois minutos”, explicação barata e simplista para o baile contra a Alemanha, foi trocada pela “pane de dois”. [...] A crise técnica aumenta a crise tática que aumenta a crise emocional. Tudo isso explodiu nos 7 a 1, influenciou ontem [...] É gigantesca a diferença de organização tática para Alemanha, Holanda... E olha que até a brava Costa Rica ficou perto de eliminar os holandeses, que Felipão chegou a ironizar dizendo que queria enfrentá-los nas oitavas. Era melhor não, Felipão.

Podemos perceber que Salata utiliza inúmeros adjetivos que dão maior contundência às críticas, inclusive contestando as explicações de Scolari, o que pode ser visto como certo exagero por parte do jornalista. Situação semelhante foi verificada na contracrônica intitulada “Um apoio fiel a uma Seleção que foi infiel” (Lance!, 13.07.2014, p.10). No final do texto, Michel Castellar faz a seguinte afirmação: “O fim da história: 23 homens que ousaram vestir o manto do Brasil saíram do campo sob vaias”. Embora não se saiba exatamente o que Castellar quis dizer com o termo ‘ousaram’, entendemos que tal palavra atribuiu uma responsabilidade que não pertence somente aos 23 atletas convocados. Isso porque, em primeiro lugar, não foram todos que estavam em campo, por exemplo, contra a Alemanha. Além disso, os reveses do selecionado brasileiro foram causados por uma série de fatores que não podem ser resumidos com a afirmação de que houve ousadia por parte dos jogadores.

No que tange à maneira como *Lance!* contextualiza o fato principal abordado nos seus textos, pôde-se verificar exemplos referentes a todas as categorias explicitadas neste capítulo. Mas, sem dúvidas, é por meio de informações complementares e (principalmente)

estatísticas que a maioria das matérias é contextualizada. No caso do uso da emoção, nota-se que esta é acompanhada por algum indício de proximidade, quando utilizada, como será visto abaixo.

Na crônica de jogo referente à estreia uruguaia no Mundial, frente aos costarriquenhos, intitulada “Castelazo” (Lance!, 15.06.2014, p.18) nota-se uma contextualização emotiva, relatando o sentimento dos uruguaiois antes e depois do jogo, usando termos como “alegria” e “festa” (antes); “tensos”, “receosos” e “angústia” (durante) e “abatimento” (com a derrota por 3 a 1 já sacramentada). O curioso é que Caio Carrieri, como o título da publicação sugere, buscou associar o que foi sentido pelos uruguaiois ao *Maracanazo*, mencionando das provocações da “mística”, “assombração” e “fantasma”, portanto, aproximando o desenrolar emotivo do jogo com o que acontecera na final de 1950, algo próximo a nós brasileiros – embora a decisão daquele Mundial tenha acontecido há mais de seis décadas.

Quadro semelhante foi verificado na contracrônica individualizante “O dia foi de São Julio Cesar” (Lance!, 29.06.2014, p.8), referente à atuação de Julio Cesar na classificação brasileira às quartas, após eliminar o Chile nos pênaltis. Nela, rememora-se o episódio vivido pelo goleiro brasileiro na Copa anterior, quando falhou frente aos holandeses, o que ocasionou a eliminação do Brasil daquele Mundial. Expressões como “sentimento de culpa”, “confiança”, “pode chorar, São Julio Cesar”, “medo”, “desconfiança” e “receio” foram usadas para descrever o que se passava na partida. Sentimentos que, apesar de pertencentes ao atleta, também se aproximavam ao que era sentido pelo torcedor.

Antes de focarmos nossos olhares exclusivamente para a contextualização informativa/estatística dos acontecimentos informados por *Lance!*, deve-se registrar exemplos de quando se opta pela proximidade especificamente para contextualizar determinado fato. A matéria intitulada “40 anos mais tarde...” (Lance!, 12.07.2014, p.10), acerca do jogador alemão Thomas Müller, faz claramente uso da proximidade para contextualizar a importância do sobrenome Müller para o futebol alemão, estratégia que acaba por tornar a informação facilmente entendível: “Müller. É como surgir no futebol brasileiro se chamando Pelé, Zico, Romário...”. Outro exemplo interessante é o texto “Cavani e o seu lado brasileiro (Lance!, 13.06.2014, p.31). Aqui, Caio Carrieri comenta sobre o gosto musical do uruguaio Edinson Cavani, que aprendeu a ouvir pagode – gênero genuinamente brasileiro – durante sua convivência com o zagueiro Jadson Vieira, quando atuava

pelo Danubio. Nota-se que tal apreço de Cavani pelo pagode é visto como algo positivo, como uma virtude. Algo que, teoricamente, faria de Cavani um rival suscetível à nossa simpatia, pois, *a priori*, adota característica inerente a um número considerável de brasileiros. No final do texto, Carrieri pergunta: “Vai dar pagode a partir de amanhã, contra Costa Rica?”, reforçando o que foi exposto, afinal, os gols de Cavani e as vitórias uruguaias poderiam “dar” em inúmeros outros estilos musicais mais populares no país vizinho.

Por fim, a contextualização estatística/informativa é, como foi exposto, a categoria mais utilizada pelo diário brasileiro. Nesse contexto, verificou-se que tal artifício é adotado predominantemente para dois fins distintos, porém não excludentes: a) justificar o enfoque trazido pelo diário, seja na destinação de texto específico a determinado jogador ou para a atribuição de valores, como, por exemplo, o vilão e o herói; b) embasar determinadas afirmações, sobretudo aquelas que possam soar como surpreendentes ou fortes demais.

Sobre o primeiro caso, tem-se como exemplificação o texto “Sem aparecer” (Lance!, 20.06.2014, p.4).. Nota-se que são expostas constatações estatísticas que dão respaldo ao fato de Luiz Gustavo ter recebido o maior espaço para uma matéria da selecionado brasileiro na edição daquele dia, o que não deixa de projetar a figura do jogador que, como sugere a matéria, é um craque “invisível” do meio-campo do Brasil. “Ele é o jogador que mais sofre faltas na Seleção Brasileira, mas não é Neymar. É o que mais desarma e resgata bolas, mas não se trata dos zagueiros Thiago Silva e David Luiz. É o que mais corre em campo, Mas não estamos falando dos laterais e velocistas Daniel Alves e Marcelo”.

Com relação ao segundo, a crônica de jogo intitulada “Humilhação” (Lance!, 09.07.2014, p.5), referente ao trágico Brasil *versus* Alemanha, exemplifica o que foi afirmado. Embora o título remeta ao quão humilhante foi o resultado para os brasileiros, Mauro Betting estrutura seu texto priorizando as estatísticas, como se elas fossem fundamentais para atestar as palavras “humilhação” e “vexame” (esta citada no final da publicação). “Foi a maior derrota em cem anos de Seleção. Foi a maior derrota em um jogo eliminatório em fase decisiva desde 1930. Nenhum anfitrião da Copa levou sete gols”. Ademais, tais estatísticas já estavam presentes em *boxes* – em formato de uma mão, apontando o polegar para baixo, como sinal de negativo – distribuídos pela página. Nesse texto, não se menciona o que foi sentido pelos torcedores, tampouco alguma frase na qual Mauro Betting se

inserirse como parte da torcida brasileira. Na referida edição, *Lance!* dedicou espaço a uma matéria que registrou a “visão” da torcida, intitulada “Curvados diante do rival” (p.12). Eduardo Mendes relata o comportamento dos torcedores desde horas antes do apito inicial até o final da partida, mas com a mesma postura de Betting.

4.2 El discurso empleado por *Olé*

À vista do que foi exposto até aqui, nota-se que *Olé* cultiva estreita relação com o emocional graças a inúmeros fatores. Isso faz com que as categorias de análise abarcadas neste item sejam influenciadas diretamente pelas emoções proporcionadas pelos eventos esportivos. No caso da parcialidade, não é diferente. Contudo, as análises sobre as equipes adversárias e sobre nós, brasileiros, não é afetada. Os jornalistas argentinos claramente se identificam como tal, como ‘torcedores’, o que não impede que haja demonstrações de admiração por nosso futebol e nossos ídolos, além de lamento e compaixão quando a Seleção sofre reveses importantes.

Na crônica de jogo intitulada “Tenía que sacar el Chavo de Ochoa” (*Olé*, 18.06.2014, p.18), podemos ter uma ideia do comportamento dos profissionais do *Olé*. Ao analisar a atuação da Seleção ante os mexicanos, Leo Farinella se dirige aos torcedores em um primeiro momento, mas se identifica como tal logo em seguida. “No canten victoria por este empate de Brasil. [...] Bastante tenemos nosotros con lo nuestro, con las ideas de Sabella, las de Messi, la de los hinchas que somos todos técnicos como para andar sacando pecho porque ellos [„] no pudieron ganarle al siempre complicado México”.

A postura *hinchas* dos jornalistas do *Olé* se contrasta com elogios ao nosso futebol, seja ao histórico, aos jogadores ou ao escrete como um todo. Na crônica de jogo intitulada “Negroeamarelo” (*Olé*, 13.06.2014, p.4), a tônica do texto de Diego Macias é de admiração e de reconhecimento por parte do repórter perante a qualidade dos jogadores brasileiros, se referindo, por exemplo, a Daniel Alves como “imenso”, Julio César como “o grande goleiro brasileiro” e à zaga central (David Luiz e Thiago Silva) como “tão temidos, tão sólidos, tão perfeitos”⁷⁸. É importante ressaltar que não se verifica qualquer tipo de ironia nas expressões expostas acima. Por sua vez, na edição do dia 11 de julho de 2014, *Olé* estampa na capa a frase “Sabella: Neymar es argentino”, em

⁷⁸ Traduções minhas.

alusão ao fato de o jogador brasileiro ter declarado que iria torcer para seus companheiros de Barcelona, Messi e Mascherano. Usa-se um tom de exaltação pelo que foi dito e de reconhecimento do atleta brasileiro, sempre referido pelo diário portenho como “crack”.

No texto intitulado “Todo pum para Río” (Olé, 05.07.2014, p.24), nota-se que não há qualquer tipo de ‘parcialidade’ ao analisar a seleção brasileira. Embora Silvio Favale enxergue a Seleção como uma equipe pouco animadora, o jornalista compara a mesma com a rica história futebolística do Brasil:

Que es el peor de la historia, de su rica historia. Que dejó de lado la simpática inspiración de la Samba de Enredo y ahora juega a un ritmo de Bossa Nova. Que antes el ataque lo comandaba un tal Ronaldo y hoy se tiene que conformar con el apático de Fred. Que en su época dorada rompía caderas con las fintas de Romario, Ronaldinho y compañía, y que el presente lo encuentra rompiendo, pero de áspero nomás. [...] Sí, Brasil es eso. El anti Brasil. Pero también es este Brasil, el que pese a todos sus dolores de cabeza sigue de pie porque afronta sus limitaciones camuflado en ese espíritu ganador que le abre las puertas en los momentos más complejos.

Na lesão de Neymar e na derrota para os alemães, os dois piores episódios da Seleção no Mundial 2014, pôde-se perceber que o discurso dominante tendia muito mais para o lamento (no caso de Neymar) e perplexidade (nos 7 a 1) do que propriamente brincadeiras ou deboches por parte do diário argentino. Tal perspectiva fica bem evidente na crônica de jogo intitulada “Noaymar” (Olé, 05.07.2014, p.20), referente à vitória brasileira sobre os colombianos. Nota-se que não há qualquer tipo de comemoração pela lesão de Neymar – inclusive na capa dessa edição, na qual é estampada a frase “Queríamos ganarle”. Há, aliás, comoção pelo ocorrido:

Es curioso, o más bien injusto, o más bien demasiado cruel: el tipo que se cargó un país en su espalda se pierde la parte más linda del Mundial justo por una fractura en una vértebra. El rodillazo de Zúñiga hizo crac en la columna del crack. La imagen impacta. El llanto conmueve. El

diagnóstico estremece. La noticia duele amén de cualquier rivalidad futbolera: no habrá más Mundial para Neymar. No. Noaymar.

Na vitória alemã sobre o Brasil, apesar da capa com os dizeres “Hexa + 1”, as anedotas a respeito da eliminação brasileira não contagiam os textos que relatam o massacre da Alemanha, como se pode notar em trecho da crônica de jogo intitulada “Brasilencio atroz” (Olé, 09.07.2014, p.4), de Leo Farinella, referente aos 7 a 1:

En el palco del Mineirao los argentinos que tenemos la suerte de estar acá nos quedamos paralizados, perplejos. Jamás pensamos que Brasil podía perder así. Alemania es una máquina, un gran equipo pero ver a Brasil humillado, minimizado, ridiculizado, tan frágil, ver a un gigante descascararse hasta la nada impacta. Hay un silencio que aturde. Es un funeral. Es el fin de las ilusiones de un pueblo que durante 64 años estuvo soñando con la revancha del Mundial que perdió en su casa. Y lo vuelve a perder.

Após a derrota brasileira para a Alemanha, *Olé* publicou matérias com teor mais crítico, nas quais foram analisadas o cenário atual do futebol brasileiro e, também, a nossa preferência pela conquista alemã. No texto intitulado “”Messi se merece ser campeón”” (Olé, 11.07.2014, p.6), sobre o fato de Neymar ter afirmado que iria torcer por Messi e Macherano, observamos talvez o relato mais ‘imparcial’ por parte do diário argentino. Ao relatar a declaração do jogador brasileiro, Martin Macchiavello explica o porquê da preferência dos brasileiros pela Alemanha, fato que, como se pode ver na matéria, está além da rivalidade territorial. Os argentinos citam a forte colonização germânica, sobretudo no Sul, e as ações publicitárias feitas pelo *staff* alemão, principalmente com relação à camisa reserva, similar ao uniforme do Flamengo. Já na crônica de jogo intitulada “¿Hexa? Tetra” (Olé, 13.07.2014, pp.26,27), referente ao revés brasileiro contra a Holanda, novamente *Olé* não debocha do rival em meio ao texto, e até tece comentários bem interessantes sobre o nosso futebol. Luis Calvino cita a pressão sobre os atletas da Seleção, ponderando que estes não podem carregar todo um país nas costas, e a necessidade de se repensar não só

ao plantel canarinho, mas também os futebolistas como um todo, dirigentes e, também, o jornalismo.

Talvez o único texto que tenha trazido alguma visão pouco mais forte, na qual o jornalista é contagiado pelo desgosto de ver os brasileiros comemorando a vitória da Alemanha no Maracanã, diz respeito à crônica de jogo “De pie” (Olé, 14.07.2014, pp.6,7), referente à final, escrita por Leo Farinella:

Y los brasileños, que se van contentos, que gritan el gol de Götze, no deben olvidar que en este mismo Mundial se comieron la paliza más fea de la historia de los Mundiales, y que cumplieron el objetivo de salvar el honor de los responsables del Maracanazo pero no por ganar el Mundial en su casa sino porque lo perdieron peor, mucho peor. Se comieron siete y todavía tienen el coraje de festejar al equipo que se los hizo.

Embora Farinella tenha optado pela expressão “comer” para retratar os 7 a 1 e esta ter sido inserida no corpo do texto – algo que, como visto, não segue a normalidade, já que as provocações na maioria das vezes se restringem às chamadas –, o enfoque na rivalidade com o Brasil é um dos meios de legitimação da postura de um ‘torcedor’. O outro – e principal – é através do registro de *La Selección* e das emoções que a envolve: desde a euforia pelas vitórias, pelo ímpeto decisivo de Messi, pela festa da torcida argentina nas cidades-sede, até a frustração pelo vice-campeonato.

Se levarmos em conta alguns aspectos já elucidados, como a adoção de recursos mais voltados ao literário, tais sensações ficam ainda mais evidentes. Além disso, há a questão de o próprio repórter se inserir como torcedor ao escrever na primeira pessoa do plural, como já foi pincelado no capítulo anterior. Isso fica bem nítido no trecho da crônica de jogo “Tenía que ser el Chavo de Ochoa”,⁷⁹ transcrito no início deste item. Farinella escreve que os argentinos deveriam se preocupar com as ideias de Sabella, de Messi e dos torcedores, pois todos eram técnicos, incluindo-se como tal. Outro exemplo é o texto “Ojos abiertos” (Olé, ed.13.07.2014, p.7). Nele, o jornalista faz uma análise sobre a Alemanha, que enfrentaria *La Selección* no dia seguinte. Em um dos parágrafos, o texto começa indicando que “Debemos tener una gran

⁷⁹ Op.cit

concentración, ocupar los espacios muy rápido, no arriesgar el balón en zonas donde no se debe arriesgar...”.

Aliado a essa inserção do profissional como ‘torcedor’, *Olé* explora outro método para registrar o que foi sentido pelos argentinos e, com isso, aproximar-se de seus leitores. Durante o Mundial, o diário publicou regularmente matérias específicas sobre o comportamento de seus compatriotas, seja dentro dos estádios ou fora deles. As matérias se encaixam no gênero contracrônica. Se considerarmos a torcida como um personagem à parte, podemos afirmar que se trata de contracrônicas individualizantes.

Na edição do dia 15 de junho, *Olé* repercute amplamente o *bandeirazo* feito pelos torcedores argentinos na praia de Copacabana. Uma das matérias (pp.4-6) foi intitulada como “Copócabana”, dando a entender que os *hinchas* dominaram a praia carioca. Apesar da exaltação e o amplo destaque a tal feito, devemos levar em conta a importância do referido acontecimento; isto é, ocupar um dos símbolos de uma das cidades mais importantes do país rival, por meio de cânticos, bandeiras e muita festa.

Na contracrônica intitulada “Brasilerazo” (*Olé*, 10.07.2014, p.33), sobre o comportamento da torcida argentina durante a partida contra os holandeses tanto dentro da Arena Corinthians quanto fora, são expostas algumas das canções que eram cantadas para os brasileiros, depois do resultado contra a Alemanha. Apesar disso, a matéria diz respeito muito mais ao fato de os argentinos terem se reunido em grande número – exaltando, assim, a sua própria torcida – do que uma provocação aos rivais.

Na edição do dia 13 de julho, data da final entre Argentina e Alemanha, *Olé* publica a crônica intitulada “El paso más difícil” (*Olé*, 05.07.2014, p.6). Nela, há uma mescla interessante dos dois últimos pontos citados: ao invés de retratar o comportamento da torcida argentina, Leo Farinella expõe, em um primeiro momento, o sentimento de ansiedade pré-jogo, incluindo-se naqueles que estão compartilhando tais sentimentos:

Estamos a un paso. Sólo uno. A sólo un paso pero es el más difícil. Es un paso que hace 24 años queremos dar y no podemos, no nos sale, nos tropezamos, caemos. Es un paso que esperamos como ese primer paso de un hijo, lo buscamos, lo deseamos y a veces puede pasar que demore más de la cuenta y pase a ser una presión. Nunca en los

últimos 24 años pudimos dar ese paso pese a todos los esfuerzos, todas las ilusiones, toda la voluntad, todo el apoyo de un pueblo, de un país, que se pone la camiseta argentina cada vez con más sentimiento. Estamos exactamente en el lugar que dijimos que íbamos a estar.

Ainda no mesmo texto, Farinella indica como os demais devem se portar diante da partida, enfatizando a necessidade de apoiar *La Selección* e deixar de lado qualquer discordância com as escolhas de Alejandro Sabella. Cabe frisar que a proposta de Farinella foi verificada em outras oportunidades, especialmente nas fases decisivas. Dessa forma, *Olé* não só expõe as ações da torcida argentina dentro e fora de campo, mas também explicita as sensações vividas no pré e no pós-jogo. Em outras palavras, o diário argentino não se restringe somente ao relato objetivo dos torcedores. Há nítido envolvimento por parte do veículo.

Em 14 de julho, *Olé* demonstra tristeza e frustração pela derrota frente os alemães, no Maracanã. No entanto, busca-se dar evidência à bela campanha do selecionado argentino. Tal perspectiva fica bem evidente pela frase de capa da publicação: “Gracias mundiales”. Essa postura indica que há a preferência pelo ângulo positivo dos acontecimentos, embora não tenha sido identificada claramente pelos entrevistados. Outro ponto que merece ser salientado é a visão do jornal portenho sobre um choque entre o atacante Gonzalo Higuaín e o goleiro Manuel Neuer. Em várias matérias da referida edição, cobra-se a arbitragem pela não marcação de pênalti na jogada. Apesar da contestação veemente nas páginas do *Olé*, não se pode considerar tal atitude como demonstração de parcialidade, visto que o lance envolvendo os dois jogadores pode ser interpretado e analisado de maneiras diferentes.

Como é possível observar nos trechos transcritos do diário argentino, a emoção é um dos pilares de grande parte das publicações do *Olé*. Portanto, o emotivo é um dos aspectos cruciais na contextualização dos fatos. Outro aspecto bastante explorado pelo jornal portenho é a proximidade, como será evidenciado abaixo.

Em “El paso más difícil”⁸⁰, Farinella contextualiza e explica os sentimentos que serão aflorados no decorrer da grande final por meio do que foi sentido nas fases anteriores: “[...] ahora es momento de sufrir y sufrir. ¿Te acordás cómo sufrimos contra Suiza? Bueno, parecido. Que

⁸⁰ Op.cit

vamos a sufrir, ya lo sabemos, el tema es ver qué hacemos con ese sufrimiento, si podemos canalizar esa energía en concentración, ayuda al compañero, personalidad, decisión, confianza, vamos a sumar”. O mesmo estilo é verificado na contracrônica “¡De semi que se siente!” (Olé, 06.07.2014, p.4), referente a classificação argentina ante os holandeses: “¡Cómo se sufre! Este Mundial es sufrir y sufrir. Un parto atrás de otro. Pero así son los mundiales cuando vas pasando instancias. Lo que pasa es que teníamos un poquito desactualizado ese GPS”.

Na crônica de jogo referente ao confronto Brasil e Alemanha⁸¹, há caso semelhante: “Schurle mete el séptimo, se consuma que no habrá hexa y los brasileños aplauden. Es un aplauso que nosotros conocemos bien. Es el mismo aplauso argentino a Colombia el día del 5-0. Es un aplauso que más que premio al adversario es un castigo a los propios”. No entanto, pôde-se verificar por meio desse exemplo que, simultaneamente, há uma contextualização por proximidade. Em vez de retratar *o que se sentiu*, Farinella relata *o que sentimos*, tornando a rememoração ainda mais familiar para o receptor, pois se o público-alvo do diário é o argentino que se interessa pelo futebol, que, conseqüentemente, torce para *La Selección*, e se supõe que estes (com exceção daqueles que não eram nascidos ou eram crianças) aplaudiram os colombianos no dia 5 de setembro de 1993.

A propósito, a contextualização por proximidade foi um recurso bastante utilizado por *Olé*, não só na formatação mostrada acima. O diário portenho associa o fato ao futebol argentino sempre quando possível. Durante o Mundial, quando se falava da Colômbia e do Chile, focava-se em José Pékerman e Jorge Sampaoli, argentinos, respectivamente. No caso da Itália, abordava-se o desempenho do zagueiro Gabriel Paletta, naturalizado. O mesmo correu com Fernando Muslera, goleiro do Uruguai nascido em Buenos Aires. Dedicava-se àqueles atletas sul-americanos que atuavam na Argentina como, por exemplo, o atacante colombiano Teófilo Gutiérrez, do River Plate. Ou, ainda usando a Colômbia como exemplo, referia-se a determinado jogador que havia atuado em clubes do país vizinho como “ex-...”, como James Rodríguez (ex-Banfield). Além disso, havia a correlação com atletas argentos por meio do clube no qual determinado futebolista atua. A seleção italiana, por exemplo, tinha a base da “Juventus de Tévez”. Neymar foi mencionado algumas vezes como “companheiro de Messi”, dentre outros.

⁸¹ “Brasilencio atroz”, op.cit.

Além dos personagens argentinos, as virtudes do futebol praticado no país vizinho também são evidenciadas, isto é, compara-se determinado atleta com a maneira como se joga. Na crônica de jogo intitulada “Arentino” (Olé, 30.06.2014, p.20), referente ao jogo México e Holanda, o estilo de jogo de Robben é associado ao argentino. A publicação afirma que Robben possui *viveza criolla* e elogia seu repertório de *gambetas*, daí o jogo de palavras com o seu primeiro nome, Arjen.

Outro ponto que é bastante adotado por *Olé* para contextualizar ou complementar as informações, sobretudo nos títulos, é a música. Sem contar a canção mais entoada por nossos vizinhos durante o Mundial, “decime qué se siente”, que foi objeto de vários trocadilhos nos títulos e em meio aos textos, sucessos locais ou até mesmo do país a ser retratado servem de referência. Na edição do dia 6 de julho de 2014, já na capa, estampa-se a frase “Alegria nao tem semifim”, remetendo à canção “A Felicidade”, de Vinícius de Mores. Já na página 34, tem-se uma matéria com o título “No llores por mí”, que remete tanto à clássica canção presente no filme “Evita”, quanto na música de uma das maiores bandas da história do rock argentino, Serú Girán. Durante a pesquisa monográfica do autor, pôde-se verificar títulos remetentes às canções “Rezo por vos” e “Cerca de la revolución”, ambas de Charly García, sendo a primeira em co-autoria com Luis Alberto Spinetta⁸². Na crônica de jogo intitulada “Que suenen las maracanás” (Olé, 25.06.2014, p.24), tal cenário fica bem evidente. Agustín Iuele relaciona o jogar da seleção da Colômbia com a cumbia, gênero musical originalmente colombiano, mas com enorme adesão na Argentina:

Baila Colombia. Se mueve, quiebra las caderas. Lo hace con estilo, con naturalidad, casi con displicencia. Bailan los 11 que están dentro del campo y los 12 que lo miran de afuera. La cumbia colombiana que encabeza James Rodríguez es tan intensa que hasta hace menear un poco a José Pekerman, el DJ de esta banda que hace estragos en el campo. También bailan los hinchas que se ilusionan y deliran en las tribunas. Desean que la fiesta nunca termine y quieren seguir de joda pese a que ahora se venga Uruguay. El ritmo no para, todos es alegría, la música sigue al palo y los

⁸² Ver Mello (2012).

cuatro goles a Japón (4-1) son apenas un tema más de este conjunto que vive su mejor momento.

A tentativa de *Olé* de contextualizar através de elementos próximos aos seus leitores foi citado por um dos entrevistados. Questionado sobre os títulos e os trocadilhos propostos, Leandro Contento respondeu: “[...] sí, lo que más se busca en el título son juegos de palabras con una complicidad con el lector, como puede ser el nombre de una película o una frase de una canción... Por ahí andan las cosas”. Ademais, Contento expressou que tais títulos, se bem sucedidos, acabam por se tornar marcas registradas de seus criadores, fazendo com que os profissionais do *Olé* sejam reconhecidos/associados pelos/aos títulos que escreveram tanto quanto pelas funções que exercem.

4.3 ‘Profissionalismo’ ou amor à camisa?

No decorrer deste capítulo, intentamos refletir acerca de um dos principais paradigmas do jornalismo esportivo: a emoção. Ademais, expusemos algumas formas de contextualizar os acontecimentos esportivos. À vista disso, visamos analisar de que forma *Lance!* e *Olé* lidam com o seu semelhante (patriotismo) e com seus adversários (parcialidade), com ênfase na rivalidade entre Brasil e Argentina. Além disso, buscamos verificar quais são as características da contextualização nos dois diários mencionados.

No quesito parcialidade, observou-se que *Lance!* demonstra ‘isenção’ nos relatos referentes aos oponentes, incluindo aqui *La Selección*. Tal conclusão é respaldada pelos bons relatos sobre Lionel Messi, nitidamente admirado pelos repórteres que o retrataram nas “visões” trazidas pelo jornal. Outro aspecto elogiado pelos profissionais brasileiros foi a festa dos *hinchas* nas cidades-sede e dentro dos estádios, chegando a afirmar que “eles” foram o Brasil. Isso não impediu, porém, que capas provocativas ao rival fossem elaboradas, como abordado no antepenúltimo item. Devemos salientar o fato de essa ser uma das propostas do veículo e não descredencia tampouco desqualifica os materiais apresentados. Somente em um exemplo – a definição de Higuaín como “vilão” da final entre alemães e argentinos – foi identificado algum resquício de ‘parcialidade’ que, contudo, é cabível a interpretações.

Mesmo panorama foi encontrado no *Olé*, que, apesar de seu estilo mais voltado ao literário e aos recursos que imprimem

dramaticidade, imprevisibilidade e outras sensações em seu leitor, retratou seus rivais de forma predominantemente isenta. Quanto ao escrete brasileiro, o jornal portenho exaltou a rica história da Seleção e os bons jogadores do plantel que defenderam o Brasil na Copa do Mundo de 2014. Registrou-se, também, o tom de lamento e até de compaixão com as tragédias que nosso futebol sofreu durante o Mundial, embora as chamadas dos textos trouxessem provocações. A única vez em que se identificou uma possível demonstração de parcialidade foi em uma crônica de Leo Farinella, na qual o jornalista empregou termos fortes para informar que os brasileiros comemoraram o gol que deu o quarto título mundial aos alemães. Todavia, assim como no caso do *Lance!*, não se pode ser taxativo.

Nessas condições, podemos concluir que os dois diários possuem posturas iguais: por serem especializados, procuram explorar a rivalidade nas chamadas, o que não contamina as análises e informações transmitidas por ambos. O que podemos supor é que *Olé* lida e, conseqüentemente, explora melhor suas rivalidades. Tecemos tal suposição por dois motivos: primeiro, porque o jornal portenho dá amplo enfoque às emoções ocasionadas pelos acontecimentos esportivos; segundo, porque tal convivência diária com esses sentimentos pode resultar em maior discernimento sobre os tênues limites da emoção no jornalismo esportivo. A última premissa pode ser respaldada por uma coluna escrita por Antonio Serpa durante o Mundial. Nela (localizada na contracapa), o jornalista adotava tom extremamente crítico a *La Selección* e brincava com uma provável ‘vida curta’ do referido escrete no torneio, enquanto exaltava as qualidades do selecionado brasileiro, quase que em tom profético. O título desta coluna era “O contra”. Na foto do autor, Serpa usava óculos escuros e sua cabeça estava levemente inclinada para cima, o que causava a impressão de arrogância ou descaso. Além disso, vestia camisa da Seleção e segurava uma réplica do troféu da Copa. Logo após a classificação da Argentina à final contra a Alemanha, na edição do dia 11 de julho, a coluna mudou de nome para “Der contren” e, logo abaixo, os dizeres “Ario de pura cepa”. Na foto, mesmo estilo de antes, porém com a camisa do selecionado alemão. No texto da referida edição, Serpa inicia com os seguintes dizeres, que elucidam o tom humorístico de tais publicações: “Algunos se sorprenderán por este atuendo, pero Alemania es la única patria que honramos desde siempre en esta columna. Desayunamos con chucrut y cerveza. De chicos no leíamos El gato con botas sino a Nietzsche”.

Acerca do patriotismo, constatou-se que *Lance!* se refere à Seleção de maneira neutra, com a mesma ‘isenção’ identificada nas matérias sobre os argentinos. Tal panorama, assim como no quesito parcialidade, não se adequa completamente às chamadas das matérias, estas mais voltadas às frases exclamativas. O período em que essa constante sofreu algumas mudanças foi das quartas-de-final até a edição pós conquista alemã. Até o exemplar pós-jogo contra a Colômbia, o tom predominante era de euforia e expectativa. A partir da lesão de Neymar, começa-se a demonstrar preocupação. Por fim, após os 7 a 1, a tônica muda definitivamente, enfatizando sentimentos como revolta e indignação, o que acarretou em discurso crítico por parte dos repórteres e colunistas.

Nesse quesito, *Olé* nitidamente se envolve muito mais com os sentimentos despertados pelo escrete de seu país. Os recursos literários, a narração dos acontecimentos em primeira pessoa do plural e o enfoque no emotivo fazem com que o diário portenho torça abertamente por *La Selección*. Entretanto, pelo que se pôde observar, tal postura não interfere na transmissão de informações, nem na conjectura das sete partidas disputadas pela Argentina no Mundial. Na edição após a decisão do torneio, o conteúdo condizente à final evidencia a não marcação de um pênalti ‘legítimo’ em Gonzalo Higuaín. Com isso, considerar esse caso como demonstração de equívoco resultante do patriotismo irá depender da interpretação que o indivíduo tiver do choque de *Pipita* com Manuel Neuer.

Sendo assim, podemos afirmar que *Olé* constrói relação muito mais estreita com seu selecionado nacional do que o *Lance!*. Apesar de antagônicos, os estilos parecem lograr seus objetivos de manter os receptores informados. O que presumimos é que a relação entre o jornal portenho e *La Selección* parece ser declarada, isto é, há uma ‘confissão’ de que, além de jornalistas, estes são torcedores. Na contracrônica “O coração de Di María e a trave de Deus” (*Lance!*, 02.07.2014, p.15), escrita por *Olé* e traduzida pelo *Lance!*, o autor do texto já deixa claro no começo o quão difícil para ele foi escrever tal publicação, referente à partida entre Argentina e Suíça: “É difícil analisar uma partida quando a emoção e a tensão supera a razão, quando se sofre a cada finalização, quando o que define a vaga é uma grande jogada e esta nos põe no Top8”.

Por fim, sobre a contextualização, verificou-se que *Lance!* tem preferência por contextualizar o fato principal por meio de estatísticas e/ou informações complementares. As escolhas e as opiniões emitidas

também são argumentadas por dados que dêem respaldo ao que está sendo feito/dito. Se levarmos em conta a diferenciação feita por Felipe Rocha, acerca do factual e do original, podemos afirmar que as pautas de cunho factual são predominantemente contextualizadas pelo informativo/estatístico, enquanto as originais dão espaço para as outras categorias – embora as estatísticas dificilmente sejam ignoradas completamente. No texto intitulado “Sem razão para chorar” (Lance!, 04.07.2014, p.4), abordou-se o choro dos zagueiros Thiago Silva e David Luiz, mas se utiliza de estatísticas e retrospectos para afirmar que eles “não têm razão para chorar”. Mas, na página seguinte, tem-se uma matéria que se diferencia das demais. Intitulada “É hora de dar risada!”, o texto conta a história de Raimundo Ramos de Freitas, um exemplo entre os milhões de brasileiros que trabalham diariamente para conseguir sobreviver. Na publicação, associou-se a dor e os diversos motivos para chorar que Raimundo tem com o pranto dos jogadores brasileiros e a necessidade de serem alegres dentro de campo. Tem-se aqui, portanto, uma matéria que contextualiza com o emocional (a dor e a alegria) e com a proximidade: Raimundo, como milhões de brasileiros, não deixa de sorrir por causa da vida sofrida.

Já *Olé* centra suas atenções no emotivo ou no que é familiar/próximo ao seu leitor – aliando tais fatores em algumas oportunidades –, compactuando com todas as características evidenciadas até aqui. As estatísticas são informadas, mas não servem para contextualizar os acontecimentos, salvo raras exceções. A preferência de *Olé* pela emoção fica ainda mais evidente na contracrônica “O coração de Di María e a trave de Deus”, já citada anteriormente. Nesse texto, expôs-se uma frase que ilustra o que foi notado na análise do diário argentino: “O sentimento supera a realidade”.

Comparando tais resultados, apontamos que *Lance!* prioriza as estatísticas, sejam elas de desempenho tático ou técnico, individual ou coletivo. Por sua vez, *Olé* opta pela explicitação, correlação e contextualização das emoções despertadas pelo acontecimento esportivo. Tais preferências, obviamente, não significam que outros fatores não sejam utilizados para contextualizar os fatos. Concluímos, assim, que há diferença clara entre os dois diários. Não obstante, de acordo com Flávio Garcia, o jornal brasileiro já viveu momentos nos quais se dava maior ênfase ao emotivo: “O Lance! já teve momentos em que foi mais emotivo do que hoje em dia. Mas acho que parte muito da linha editorial do momento. Não descarto a possibilidade de, daqui a

alguns anos, a gente ir mais para o lado emotivo e ‘abandonar’ o lado de tática”⁸³. O interessante é observar que a emoção é elencada pelos profissionais do diário brasileiro como uma das principais características do jornalismo esportivo, mesmo que o diário não a priorize. Tal constatação pode ser ilustrada pelo que foi assinalado por Felipe Rocha:

Não só no jornalismo esportivo, mas no jornalismo de entretenimento, e eu vejo o futebol como entretenimento, você precisa da emoção para captar o feeling da coisa. Futebol não é só número. Futebol não é só a estrutura dos clubes que precisa melhorar, não é só a roubaheira. Futebol é muito sentimento também. É uma paixão nacional. É um dos principais aspectos da nossa cultura. E tudo que é cultural, é subjetivo. E, no caso do futebol, o subjetivo é ligado à emoção⁸⁴.

Notemos que, apesar de produções diferentes, Hernan Claus segue linha de raciocínio similar, inclusive sendo mais cauteloso do que Rocha: “Me parece que no hay que alejarse de qué lo hincha siente. Hay espacio para todos. Se puede hablar de táctica, se puede hablar de sentimiento, de pasión, se puede. Nadie tiene la verdad en el periodismo. Entonces, debe se encontrar la mejor manera de llegar al lector”.

Na última categoria de análise desta dissertação, pudemos chegar à conclusão de que os diários aqui analisados enxergam o outro de maneira parecida, enquanto veem a si mesmos de forma distinta, fato que resulta na diferença da contextualização do noticiário esportivo. Com isso, metaforicamente, pressupomos que os jornalistas do *Olé* prezam pelo amor à camisa, enquanto no *Lance!* há uma preocupação maior com o ‘profissionalismo’. Independentemente dos vícios e das virtudes de cada corrente, são maneiras opostas de se pensar o esporte mais popular do mundo.

⁸³ Entrevista realizada em 20 de março de 2015.

⁸⁴ Entrevista realizada em 1º de abril de 2015.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer desta dissertação, buscamos expor os principais aspectos do jornalismo esportivo brasileiro e argentino, não só do texto em si, mas também da rica história de ambos e os fatores sociais, políticos e econômicos que influenciaram a cobertura esportiva nos dois países. Tomamos como base os dois principais diários de Brasil e Argentina, *Lance!* e *Olé*, para compará-los e, com isso, podermos apontar as semelhanças e diferenças entre o panorama jornalístico esportivo dos rivais futebolísticos mencionados.

No primeiro capítulo, verificamos o protagonismo de nossos vizinhos na cobertura esportiva, bem como na consolidação do futebol e na organização de clubes e ligas. Além disso, abordamos a notoriedade alcançada pela revista *El Gráfico* e sua relevância para o jornalismo esportivo argentino, servindo de inspiração para diversas outras publicações, como, por exemplo, o *Olé*, que se aproveitou da hegemonia do *Grupo Clarín* – adquirida entre o Governo Militar e o mandato de Carlos Menem – para conseguir fulminante projeção e, conseqüentemente, a consolidação de sua linha editorial. Posteriormente, evidenciamos a importância de nomes como Thomaz Mazzoni, Cásper Líbero, Mário Filho e Nelson Rodrigues para o jornalismo esportivo praticado no Brasil. Apresentamos, também, as mudanças sofridas a partir da segunda metade do século passado em solo brasileiro. Por fim, discutimos brevemente a rivalidade entre Brasil e Argentina, quando esboçamos que ela cresceu consideravelmente com o surgimento dos diários *Lance!* e *Olé*.

Já no segundo capítulo, explicitamos algumas das especificidades do texto voltado ao esporte, além dos imbróglis que circundam a objetividade, a fertilidade do terreno futebolístico para a aparição das grandes individualidades e a questão da necessidade de se dotar olhar singular para relatar acontecimentos esportivos. No terceiro, refletimos acerca das expressões usadas nos materiais jornalísticos esportivos, a maneira como tais são pontuados e a influência dos dois itens na construção de um conteúdo que estabeleça a sensação de diálogo informal entre emissor e receptor. Por fim, no quarto capítulo, intentamos compreender de que forma a emoção se insere na cobertura esportiva e a sua associação aos termos ‘parcialidade’, ‘imparcialidade’ e ‘isenção’, sendo estas virtudes e/ou vícios para o exercício do ‘bom’ ou ‘mau’ jornalismo. Ademais, caracterizamos algumas das maneiras de contextualizar o fato esportivo.

No que diz respeito às análises, optamos por desenvolvê-las investigando *Lance!* e *Olé* separadamente, para que depois pudéssemos comparar os resultados obtidos. Antes de prosseguirmos e explicitarmos nossas constatações e conjecturas, é necessário ponderar alguns aspectos. Primeiro, frisamos que esta pesquisa não tem o objetivo de apontar qual veículo é melhor ou pior, tampouco considerá-los antagônicos. Segundo, a posição de destaque de ambos nos respectivos países não significa, obviamente, que os resultados provenientes desta investigação se adequam fielmente aos demais veículos. Isso porque cada diário tem suas particularidades e estratégias, tanto no Brasil quanto na Argentina. O que podemos, sim, é compreender nossos resultados e reflexões como parte de um todo que, ratificamos, necessita de maior dedicação por parte da pesquisa acadêmica em Jornalismo.

À vista do que foi mostrado nas análises e nas comparações, concluímos que *Lance!* e *Olé* possuem proximidades na diagramação, na proposta editorial e, sobretudo, nas chamadas das publicações. Porém, contraditoriamente, tal perspectiva se modifica consideravelmente nos textos, seja com relação à maneira como são construídos, à capacidade de diálogo com o leitor, aos fatores que servem para contextualização e ao envolvimento com o selecionado nacional e seus semelhantes. Talvez a única exceção seja referente à maturidade ao retratar o outro, seja ele adversário momentâneo ou arquirrival.

Tais diferenças são ocasionadas por dois motivos principais, que acabam por influenciar diretamente os dez itens analisados: a) objetividade/singularidade. O diário brasileiro demonstra preferência pelos relatos objetivos e por transmitir ao receptor os principais dados do acontecimento (fato primário), enquanto o jornal portenho visa se diferenciar das demais publicações e mídias, trazendo materiais mais subjetivos e explorando aspectos (fatos secundários) que, *a priori*, nenhum outro veículo optou por explorar; b) isenção/parcialidade. A relação que *Lance!* e *Olé* cultivam com a emoção despertada pelos acontecimentos esportivos, que se mostra muito mais escancarada e natural no último citado.

Curiosamente, como vimos acima, *Lance!* e *Olé* possuem estruturas parecidas. Os slogans dos dois veículos durante o Mundial, por exemplo, transmitem mensagens similares. Enquanto *Lance!* diz ser

“o diário da nossa Copa”⁸⁵, *Olé* estampa “compartilhamos a paixão”. Em contrapartida, observamos que, diferentemente dos profissionais do país vizinho, os jornalistas do diário brasileiro não narram os acontecimentos na primeira pessoa do plural, tampouco se envolvem explicitamente com a Seleção. Há, portanto, certa incoerência na frase adotada. A partir de tal afirmativa, supomos que, então, o panorama averiguado é alimentado por questões condizentes às características do contingente profissional de cada veículo. Tal percepção se torna mais sólida ao nos depararmos com o que Flávio Garcia expressa:

O *Lance!*, por exemplo, já foi um jornal muito melhor do que é hoje em dia, sobretudo nos primeiros anos dele. Acho que é uma queda de qualidade... a gente não entrega o que poderia entregar ou já entregou um dia. [...] Mas assim, eu acho que passa muito pelo mercado editorial brasileiro, passa muito pelo material humano que a gente recebe, digamos, a cada seis meses... que é o pessoal que sai de faculdade, sabe? Eu posso te dizer que, a cada ano que passa, a qualidade dos estudantes cai. E acho que isso também influencia na linha editorial do jornal. [...] E a queda é gritante mesmo, a cada ano que passa. Se você comparar uma equipe e outra [equipe do *Olé* e do *Lance!*], a equipe do *Olé* é muito mais sênior, são caras que estão lá há dez anos, caras que têm uma média de idade muito maior do que, por exemplo, a equipe daqui. Aqui tem muita gente jovem, muita rotatividade...⁸⁶

Garcia nos fornece um ponto de vista instigante: os profissionais do *Lance!* são mais jovens e mais inexperientes, se comparados aos do *Olé*. Além disso, há a questão da rotatividade, que pode ser explicada pelo fato de o diário brasileiro remunerar “abaixo da média”, de acordo com Felipe Rocha⁸⁷. Aliado à constatação de que os materiais de Roberto Assaf e Mauro Betting – profissionais de notável experiência e reconhecimento que escreveram crônicas de jogo durante

⁸⁵ O slogan original é “o diário dos esportes”. Ao que tudo indica, “o diário da nossa Copa” foi utilizado somente para o Mundial.

⁸⁶ Entrevista realizada em 20 de março de 2015.

⁸⁷ Entrevista realizada em 1º de abril de 2015.

o Mundial – foram os que mais se aproximaram ao estilo proposto por *Olé*, podemos considerar a hipótese de que a jovialidade dos jornalistas do diário brasileiro afasta os dois diários.

Assim sendo, podemos identificar a experiência como virtude dentro do jornalismo esportivo, não como sinônimo de ‘bom’ ou ‘mau’ exercício da profissão, mas, sim, como elemento fundamental na concretização de um estilo próprio, inerente ao repórter, ou no gradual aumento da familiaridade entre profissional e proposta editorial do veículo que, no caso dos diários esportivos aqui analisados, são repletas de especificidades que inclusive conflitam com algumas das premissas de difusão noticiosa. Toledo (2000, pp.209-210) comenta sobre a interferência do estilo do repórter no produto final e de que maneira tal estilo é consolidado:

Pode-se constatar, portanto, que a marca de uma determinada cobertura esportiva remete-se aos estilos de reportagens aí veiculadas e que, por sua vez, resvalam nos estilos dos próprios repórteres, que possuem uma relativa autonomia para desenvolvê-los. [...] Estilo, neste caso, consiste numa sobreposição de aspectos que informam a construção da pessoa do especialista. Um primeiro diz respeito à dimensão de sua personalidade, se extrovertido ou intimista, o que deve se amoldar ao segundo aspecto, ou seja, as obrigatoriedades no uso de certas expressões e técnicas corporais concernentes ao campo jornalístico, adequando toda a performance ao terceiro, ou seja, ao meio e a linha editorial da empresa a qual está vinculado.

No entanto, ao esmiuçarmos a contribuição de Toledo, deparamo-nos com um dilema: se os profissionais do *Lance!*, apesar de inexperientes, cursaram ou cursam graduação em Jornalismo, por qual motivo estes necessitam tanto da vivência dentro do veículo para se adequar às propostas editoriais/particularidades do veículo? Lovisoló (2011, p.97) talvez tenha a resposta, ao evidenciar o caráter generalista do ensino do Jornalismo:

No caso da comunicação social, no qual se destaca a formação em jornalismo, ainda se opera com uma matriz geral ou ideal da profissão do jornalista. Ocorre um efeito similar ao da

formação do pedagogo generalista, que ignora os conhecimentos específicos, de ensino e aprendizado, da física ou da história, por exemplo. De fato, na inserção ocupacional o formado deve optar por alguma área de desempenho, sendo notório o papel relevante que lhe cabe ao “ocupar-se dos esportes”, embora não exista formação específica para esse papel. Fazendo uma analogia, diria que nossa formação em medicina não opera apenas formando o médico clínico generalista, necessário, porém não suficiente, indo na direção da formação do especialista.

Partilhando de tal pensamento, podemos supor que muitos dos profissionais recém chegados não só ao *Lance!*, mas também aos demais veículos especializados em esporte que sejam muito diferentes do que é praticado naqueles que englobam outras editorias, veem na experiência uma das únicas – ou, talvez, a única – possibilidade de um aprendizado específico e mais plausível ao jornalismo esportivo, que não pode ser encarado apenas como jornalismo especializado, mas, sim, como uma editoria com características especiais (ROJAS TORRIJOS, 2010, p.22).

Partimos da ideia de que as peculiaridades da cobertura esportiva, que podem variar do âmbito investigativo até a exposição de amenidades, do objetivo ao subjetivo, da ‘isenção’ à emoção; precisam ser evidenciadas. Para que isso ocorra, defendemos a necessidade de enxergar a cobertura da área de esportes com olhares menos generalistas, para que não haja equívocos, como, por exemplo, a associação de declarações emotivas ou o envolvimento declarado do repórter com determinado time/seleção com o ‘mau jornalismo’, ou o enaltecimento da objetividade como virtude indispensável, relegando o aspecto subjetivo de jogos, treinos, coletivas e demais acontecimentos.

A partir da ampliação das discussões das especificidades jornalísticas esportivas, poderá ser possível enriquecer debates que, por razões diversas ainda não chegaram a um consenso. Tomando como exemplo a falta de espaço para outras modalidades nos noticiários esportivos que, atualmente, são quase predominantemente futebolísticos, Maluly (2010) acredita que um primeiro passo a ser dado para a maior visibilidade e, conseqüentemente, o crescimento de modalidades periféricas no Brasil, é a ampliação do tempo reservado a elas nos noticiários esportivos, independentemente do veículo. Em contrapartida, acreditamos que, primeiramente, é necessária a busca por estruturas que

saciam a demanda emotiva e subjetiva gerada pelos esportes. Em outras palavras, a resposta aos anseios da mídia esportiva pode estar na originalidade da formatação, seja a pauta “factual” ou “original”.

Os pensamentos de Kovach e Rosenstiel (2004) podem sustentar a afirmação feita acima. No capítulo intitulado "Os elementos do jornalismo", os autores refletem sobre as estratégias para se aproximar do público e os métodos para identificar as preferências do mesmo. Em determinado momento (p.266), apresentam exemplo bastante interessante sobre o noticiário político. Enquanto outras pesquisas mostravam que o público indicava desinteresse sobre tal assunto, percebeu-se que, na verdade, tal panorama condizia muito mais ao enfoque dado do que propriamente com a política.

Se levarmos em conta a proximidade entre o jornalismo esportivo brasileiro e argentino na metade do século passado, e que o distanciamento entre a cobertura praticada nos dois países se deu nas últimas décadas graças à instabilidade da editoria em solo brasileiro – diferentemente da Argentina, que presenciou o poder de *El Gráfico* – poderemos concluir que a reaproximação entre os grandes rivais, praticantes do futebol-arte, dependerá da ampliação das discussões acerca do jornalismo esportivo nos âmbitos teórico e prático, para que, assim, veículos como *Lance!* possam contar com profissionais que tenham a possibilidade de se aproximar de suas ideias originais, de suas inspirações internacionais, como o *Olé*.

BIBLIOGRAFIA

ABRAHÃO, Bruno Otávio de Lacerda; SOARES, Antonio Jorge. Uma análise sobre o caso ‘Grafite x Desábato’ à luz do ‘racismo à brasileira’. **Esporte e Sociedade**, Rio de Janeiro, n.5, 2007.

AGUIAR, Leonel Azevedo de. PROCHNIK, Luísa. **Práticas Profissionais e Estratégias Narrativas no Jornalismo Esportivo**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., Fortaleza, CE, 2012.

ALABARCES, Pablo. ¿De qué hablamos cuando hablamos de deporte?. **Nueva Sociedad**, Buenos Aires, n.15, pp.74-86, 1998.

ALABARCES, Pablo. Fútbol, violencia y política em la Argentina: ética, estética y retórica del aguante. **Esporte e Sociedade**, Rio de Janeiro, n.2, 2006.

ALCOBA LÓPEZ, Antonio. **Periodismo Deportivo**. Madri: Síntesis, 2005.

ALMEIDA, Edney Mota. **Ataque e contra-ataque: o jornalismo esportivo televisivo sob a perspectiva de duas trajetórias profissionais**. Dissertação (Mestrado). 117f. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, São Paulo, 2009.

ALVARENGA, João Paulo Pimentel. **A produção midiática do corpo esportivo**. Dissertação (Mestrado). 95f. Universidade Federal do Rio de Janeiro – Escola de Comunicação, Rio de Janeiro, 2004.

ANTEZAMA, Luís H. J.. Fútbol: espetáculo e identidad.. In: ALABARCES, Pablo (Org.). **Futbolologías: Fútbol, Identidad e Violencia en América Latina**. Buenos Aires: CLACSO, 2003.

ARANGO FORERO, Germán. Siglo XXI: hacia una nueva deontología del periodismo deportivo. **Realidades Comunicativas**, Bogotá, n.?, 2005.

ARCHETTI, Eduardo P.. Estilo y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino. **Desarrollo Económico – Rev. De Ciencias Sociales**, Buenos Aires, v.35, n.139, 1995.

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

BARROS, José D’Assunção. História comparada – da contribuição de Marc Bloch à construção de um moderno campo historiográfico. **História Social**, Campinas, n.13, pp. 07-21, 2007.

BEDENDO, Ricardo. **Arquiteturas do olhar e da experiência: os estádios plurisensoriais, o football como hiperespetáculo e alguns desafios do jornalismo esportivo**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34. , Recife, PE, 2011.

BIRD, Elizabeth S.; DARDENNE, Robert W. Mito, registro e ‘estórias’: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Veja, 1993.

BORELLI, Viviane; FAUSTO NETO, Antonio. Jornalismo Esportivo como Construção. **Cadernos da Comunicação**, Santa Maria, v.7, 2002.

BORELLI, Viviane. **O esporte como uma construção específica no campo do jornalismo**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., Salvador, BA, 2002.

BOZZETTO, Laís Prestes. **Os mega eventos esportivos e midiáticos: a Copa do Mundo de 2014 como acontecimento jornalístico**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., Fortaleza, CE, 2012.

BRINATI, Francisco Ângelo. Seleção Brasileira, identificação nacional e imprensa: A representação do “Mineiraten” na *Folha de S. Paulo* e em *O Globo*. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v.11, n.02, pp. 402-414, 2014.

BUENO, Wilson da Costa. Os grupos de pesquisa em comunicação e esporte no Brasil: perfil, produção e focos de interesse. **Organicom**, São Paulo, v.8, n.15, 2011.

CAMARGO, Vera Regina Toledo. **O pensamento de Antonio Alcoba e sua importância na trajetória dos estudos e pesquisas sobre o jornalismo esportivo no Brasil**. ENCONTRO DE NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM, 5., , Rio de Janeiro, RJ, 2005.

CAMPOS, Anderson Gurgel. **O Papel da Comunicação na Década de Ouro do Esporte Brasileiro**. Portal Comunique-se. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.unisa.br/files/2009-10-05-portal-comuniquese.pdf>> Acessado em 15 de fevereiro de 2013.

CAMPOS, Anderson Gurgel. **O Papel do Jornalismo nos Megaeventos Esportivos**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., Fortaleza, CE, 2012.

CANDEAS, Alessandro Warley. Relações Brasil-Argentina: uma análise dos avanços e recuos. **Rev. Brasileira de Política Internacional**, Rio de Janeiro, v.48, 2005.

CANETTIERI, Thiago. A importância do futebol como instrumento da geopolítica internacional. **Revista de Geopolítica**, 2, junho-dezembro/2010.

CAPRARO, André Mendes. **Identidades imaginadas: futebol e nação na crônica esportiva brasileira no século XX**. 361f. Tese (Doutorado). Universidade Federal do Paraná –Programa de Doutorado em História, Curitiba, 2007.

CAPRARO, André Mendes. Mário Filho e a “invenção” do jornalismo esportivo profissional. **Movimento**, Porto Alegre, v.17, n.2, pp.213-224, 2011.

CARVALHO, Mayra Moreyra. **Além das linhas do campo e dos versos do poema: investigações sobre o futebol-arte**. Dissertação (Mestrado). 91f. Universidade de Brasília – Programa de Pós-Graduação em Literatura, Brasília, 2006.

CASAGRANDE, Magnos Cassiano; PERUZZOLO, Adair Caetano; MAGGIONI, Fabiano. Do embate físico para o discursivo: enunciação de valores sobre a violência no futebol por *Folha de S. Paulo* e *Zero Hora*. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v.11. n.02, pp. 447-458, 2014.

CASTAÑÓN RODRIGUEZ, Jesús. Universidad, Comunicación y Lenguaje Periodístico del fútbol en América y España. **Revista Digital Universitaria**, Cidade do México, v.6, n.6, 2005.

CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex (orgs.). **Jornalismo e Literatura: A sedução da palavra**. São Paulo: Ediora Escrituras, 2002.

CECCONI, Eduardo. **Análise tática de futebol no jornalismo esportivo** (ebook). Disponível em:
<<http://pt.scribd.com/doc/157490286/Analise-tatica-de-futebol-no-jornalismo-esportivo>> Acesso em 13 de agosto de 2014.

CINTRA SOBRINHO. David. **Alma do espetáculo ou público pagante?** Uma análise culturoológica sobre as representações do torcedor de futebol na mídia esportiva impressa. Dissertação (Mestrado). 234f. Universidade Estadual Paulista – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2005.

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

CORNELSEN, Elcio Louretto. A "linguagem do futebol" segundo Pasolini: o "futebol de prosa e o "futebol de poesia". **Revista Caligrama**, Belo Horizonte, v.11, 2006. Disponível em:
<<http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/caligrama/article/view/202/155>> Acesso em 15 de fevereiro de 2013.

COSTA, Francisco. O futebol na ponta da caneta. **Revista USP**, São Paulo, v.22, 1994.

COSTA, Leda Maria da. **Os vilões da derrota da seleção brasileira: A importância do resultado nas narrativas jornalísticas sobre futebol no Brasil**. ENCONTRO DE HISTÓRIA, 12., Rio de Janeiro, RJ, 2008.

DI GIANO, Roberto. **El fenómeno integratorio y el fútbol**. 1999. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd13/rdg.htm>> Acesso em 30 de agosto de 2014.

DI GIANO, Roberto. **El Gráfico y sus distintas miradas sobre el fútbol**. 1998. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd10/rdg10.htm>> Acesso em 30 de agosto de 2014.

EMERIM, Cárlica. **Análise de Telejornalismo**: uma proposta metodológica. ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 8., São Luís, MA, 2010.

EMERIM, Cárlica; BRASIL, Antônio. **Cobertura em Telejornalismo**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., Recife, PE, 2011.

FAVERO, Paulo Miranda. **Os donos do campo e os donos da bola: alguns aspectos da globalização do futebol**. Dissertação (Mestrado). 117f. Universidade de São Paulo – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo, 2009.

FERRAZ, Rafael Prieto. Futebol e comunicação, um processo de consumo chamado paixão. **Organicom**, São Paulo, v.8, n.15, 2011.

FERREIRA, Fernanda Vasques; VARÃO, Rafiza. Copa do Mundo FIFA 2014, seleção alemã e agendamento: uma análise das notícias do portal UOL como resultado das redes sociais. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v.11, n.02, pp. 424-434, 2014.

FERREIRO, Juan Pablo. Ni la muerte nos va a separar, desde el cielo te voy a te alentar: apuntes sobre identidad y fútbol en Jujuy. In: ALABARCES, Pablo (Org.). **Futbologías**: fútbol, identidad y violencia en América Latina. Buenos Aires: CLACSO, 2003.

FIGUEIREDO, Diego. Comunicação no futebol: de reserva no banco a titular no ataque. **Organicom**, São Paulo, v;8, n.15, 2011.

FINGER, Cristiane; OSELAME, Mariana; Futebolização do esporte na televisão: compromisso com o jornalismo ou com os números da audiência?. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v.11, n.02, Florianópolis, 2014.

FONTCUBERTA, Mar de; BORRAT, Hector. **Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción**. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

FORTES, Rafael. Estudos de esporte na área de comunicação: um panorama e algumas propostas. **Rev. Famecos**, Porto Alegre, v.18, 2011.

FRANÇA, Rodrigo. **Ayrton Senna e a mídia esportiva**. São Paulo. Dissertação (Mestrado). 135f. Universidade de São Paulo – Faculdade de Comunicação e Artes, São Paulo, 2006).

FRYDENBERG, Julio David. La crisis de la tradición y el modelo asociacionista en los clubes de fútbol argentinos. Algunas reflexiones. In: AISENSTEIN, Angela; DI GIANO, Roberto; _____; GUTERMAN, Tulio (orgs.). **Estudios sobre Deporte**. Buenos Aires: Librosdel Rojas, 2001.

GARAY, Pedro Emilio. **“La Nuestra”**: El sentido social del gusto por el fútbol espectáculo. CONGRESO DE PERIODISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN, 1., La Plata, Arg, 2012.

GASTALDO, Édison Luis. Comunicação e Esporte: explorando encruzilhadas, saltando cercas. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v.8, 2011.

GASTALDO, Édison Luis. Estudos Sociais do esporte: vicissitudes e possibilidades de um campo em formação. **Logos**, Rio de Janeiro, v.17, n.2, 2010.

_____. A Pátria na 'imprensa de chuteiras': futebol, mídia e identidades brasileiras. In: _____; GUEDES, Simoni Lahud. (Orgs.). **Nações em Campo: Copa do Mundo e identidade nacional**. Niterói: Intertexto, 2006.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del Periodismo**: cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1991.

GUEDES, Simoni Lahud. De criollos e capoeiras: notas sobre futebol e identidade nacional na Argentina e no Brasil. In: GASTALDO, Édison Luis; _____. (Orgs.). **Nações em Campo**: Copa do Mundo e identidade nacional. Niterói: Intertexto, 2006.

GUEDES, Simoni Lahud. Que “povo brasileiro” no campo de futebol?. **Razón y Palabra**, n.69, 2009

GUERRA, Márcio de Oliveira; PASCHOALINO, Christiane Bara. **A derrota inesperada e o ressurgimento do “complexo de vira-latas”**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., Foz do Iguaçu, PR, 2014.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Rádio x TV**: O jogo da narração. A imaginação entra em campo e seduz o torcedor. Tese (Doutorado). 148f. Universidade Federal do Rio de Janeiro – Escola de Comunicação, Rio de Janeiro, 2006.

GUIOT, Florencia. **Entre la lógica del mercado y los modos de pensar el deporte**. Artigo produzido para a disciplina Periodismo Deportivo I (Licenciatura em Jornalismo Esportivo). Universidad Nacional de La Plata, La Plata, (s/a).

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

HELAL, Ronaldo George; LOVISOLO, Hugo. Jornalismo esportivo: futebol e rivalidade entre vizinhos. **Rev. Polêmica**, Rio de Janeiro, v.19, 2007.

HELAL, Ronaldo George; LOVISOLO, Hugo. Jornalismo e Futebol: argentinos e brasileiros ou do “odiar amar” e do “amar odiar”. In:

MARQUES, José Carlos (Org.). **Comunicação e Esporte**: diálogos possíveis. São Paulo: Intercom, 2007.

_____; _____. Pelé e Maradona: núcleos da retórica jornalística. **Revista Brasileira de Futebol**, Viçosa, v.2, 2009.

_____. Como “eles” nos vêem: futebol brasileiro e imprensa argentina. **Contemporânea**, Rio de Janeiro, v.5, 2005.

_____ et al. A construção de um ídolo futebolístico na imprensa: estudo de caso. **Organicom**, São Paulo, v.8, n.15, 2011.

_____; CABO, Álvaro do. De la magia a la merde: mirada de la prensa argentina sobre la selección brasileña en el Mundial 2006. **Razón y Palabra**, n.68, pp. 1-16, 2009.

_____. Futebol e Comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v.8, n.21, 2011.

_____. Mídia, construção da derrota e o mito do herói. **MotusCorporis**, Rio de Janeiro, v. 5, n.2, pp.141-155. 1998. Disponível em:
<<http://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/10/mc3addia-construc3a7c3a3o-da-derrota-e-o-mito-do-herc3b3i1.pdf>> Acesso em 15 de junho de 2014.

_____. Mídia e Esporte: a construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 7, pp.19-36, 2003.

_____. Os Hermanos nos amam. **Revista de História**, Rio de Janeiro, v.68, 2011.

JACKS, Nilda (coor.); MACHADO, Márcia Benetti; MÜLLER, Karla. **Hermanos, pero no mucho**: el periodismo narra laparadoja de la fraternidad y rivalidad entre Brasil y Argentina. Buenos Aires: La Crujía, 2004.

KFOURI, Juca. Um olhar muito além do Lance (entrevista). **Organicom**, São Paulo, v.8, n.15, 2011.

KISHINHEVSKY, Marcelo. **Do lábaro que ostentas estrelado**: mídia, futebol e identidade. Tese (Doutorado). 225f. Universidade Federal do Rio de Janeiro – Escola de Comunicação, Rio de Janeiro, 2004.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público deve exigir. 3ª ed.. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LEVINSKY, Sergio. **El deporte de informar**. Barcelona: Paidós, 2003.

LINHARES, Marcos. **Nos bastidores do jornalismo esportivo**: a magia da cobertura esportiva mundial. São Paulo: Rideel, 2006.

LISBOA, Fábio Aguiar. **Reflexões sobre o compromisso público da imprensa a partir de uma coletiva de Neymar no período da Copa do Mundo**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., Foz do Iguaçu, PR, 2014.

LÓPEZ, Andrés. **La enseñanza del periodismo deportivo en la universidad**: trayectoria y desafíos. CONGRESO DE PERIODISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN, 1., La Plata, Arg, 2012.

LÓPEZ, Mariano Hernán. **Revista Um Caño**: una forma diferente de pensar el Periodismo Deportivo. La Plata, 2010. Trabalho de Conclusão de Curdo. 198f. Universidad Nacional de La Plata.

LÓPEZ, Mariano Hernán; LÓPEZ, Andres. **Primeros apuntes de la historia del Periodismo Deportivo en Argentina**. La Plata: Universidad Nacional de La Plata, 2011.

LÓPEZ MAGALLÓN, Enrique Adolfo. Una mirada global del periodismo deportivo. **Razón y Palabra**, v.68, 2009.

LOVISOLO, Hugo. Jornalismo e esporte: linguagem e emoções. **Corpus et Scientia**, Rio de Janeiro, v.7, n.6, 2011.

MALULY, Luciano Victor Barroa. **A tática e técnica da reportagem esportiva no Brasil**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., Porto Alegre, RS, 2004.

MALULY, Luciano Victor Barros. **Jornalismo esportivo – desafios e propostas**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., Caxias do Sul, RS, 2010.

MALULY, Luciano Victor Barros. **O futuro do Jornalismo Esportivo no Brasil**: as lições dos Jogos do Rio e de Pequim. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., Curitiba, PR, 2009.

MARQUES, José Carlos. **A falação esportiva**: o discurso da imprensa esportiva e o aspecto mítico do futebol. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., Salvador, BA, 2002.

MARQUES, José Carlos. A função autor e a crônica esportiva no Brasil: representações da Copa do Mundo em alguns jornais paulistas e cariocas. **Logos**, Rio de Janeiro, v.17, n.02, pp. 39-50, 2010.

_____. Entre a ficção e a objetividade: breve estudo sobre a crônica no jornalismo brasileiro durante a Copa do Mundo de Futebol de 2002. **Aletria**, Belo Horizonte, v.22, n.02, pp. 121-135, 2012.

_____. **Futebol de celebridades**: o jornalismo de referência no Brasil e a cobertura das últimas Copas do Mundo. ANUÁRIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO LUSÓFONA, São Paulo, SP, 2004.

_____. **O estigma de ser jornalista esportivo**: a discriminação do profissional de esporte na imprensa brasileira. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., Belo Horizonte, MG, 2003.

_____. **Teoria ou prática?** O movimento pendular dos cursos de comunicação no Brasil e a abordagem do esporte. **Atos de Pesquisa em Educação**, Blumenau, v.8, n.1, pp.165-181, 2013.

MATOS, Raquel Neves. Caras do Brasil: questões políticas para a reflexão da brasilidade. **Cadernos da Fucamp**, Campinas, v. 5, n. 5, 2006. Disponível em <<http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/cadernos/article/view/79/71>> Acesso em 14 de junho de 2014.

MELLO, Matheus Simões. **As duas faces do Jornalismo Literário no esporte**: uma comparação entre as crônicas esportivas de Nelson Rodrigues e o Jornalismo Esportivo argentino. 106 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Associação Educacional Luterana Bom Jesus/Ielusc. Joinville (SC), 2012.

MELLO, Matheus Simões. **Em busca do equilíbrio tático**: reflexões sobre a construção textual no jornalismo esportivo. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., Foz do Iguaçu, PR, 2014.

_____. **Futebol moderno versus futebol romântico**: o esporte como instrumento de materialização do Estado Nacional. CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUL, Joinville, SC, 2015.

_____; MORAES, Marília Crispi de. **Olé e Nelson Rodrigues**: as duas faces do Jornalismo Literário esportivo da América Latina. ENCONTRO NACIONAL DE JOVENS PESQUISADORES EM JORNALISMO, 3., Brasília, DF, 2013.

MENOTTI, Cesar Luis. **Fútbol**: Juego, deporte y profesión. Buenos Aires: El Gráfico, 1980.

MESSA, Fábio de Carvalho. **Jornalismo esportivo não é só entretenimento**. FÓRUM NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO, 8., Maceió, AL, 2005.

MORALES OJEDA, Diego Mauricio. **La influencia del discurso del periodismo deportivo en los aficionados al fútbol**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo). Universidad Sergio Arboleda – Escuela de Comunicación Social y Periodismo, Bogotá, 2010.

MOSTARO, Filipe Fernandes Ribeiro. O futebol-arte na imprensa nacional: a construção de um estilo de jogo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v.11, n.02, pp.354-366, 2014.

MOTTA, Luiz Gonzaga Figueiredo. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora da UnB, 2013.

MOURIM, Roberta; LOVISOLO, Hugo Rodolfo. **A formação do jornalista esportivo: diploma ou talento. Contemporânea**, Rio de Janeiro, v.2, n.3, 2004.

MUÑOZ COBEÑAS, Leticia. **El fútbol en la Argentina actual: perspectivas desde el análisis del discurso**. ENCUENTRO DE DEPORTES Y CIENCIAS SOCIALES, 2., Buenos Aires, Arg, 1999.

PALMA, Sebastian; ANNUASI, Gonzalo. **Hacia la construcción del mapa del periodismo deportivo en la Argentina**. CONGRESO DE PERIODISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN, 1., La Plata, Arg, 2012.

PALOMINO, Héctor. **¿Los clubes de fútbol en Argentina: Asociaciones Civiles o Sociedades Anónimas?**. CONFERENCIA UBA, Buenos Aires, Arg, 1999.

PENA, Felipe. **O Jornalismo Literário como gênero e conceito**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., Brasília, DF, 2006.

PIRES, Giovani de Lorenzi (Org.). **Observatório da Mídia Esportiva: a cobertura dos Jogos Abertos de Santa Catarina**. Florianópolis: Nova Letra, 2008.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico**. Florianópolis: Insular, 2005.

RINKE, Stefan; ETTE, Ottmar. Después del Mundial = Antes del Mundial: fútbol, la(s) historia(s) y sus construcciones identitarias en América Latina. **Iberoamericana**, Madri, v.2, n.27, 2007.

RINKE, Stefan. ¿La última pasión verdadera? Historia del fútbol en América Latina em el contexto global. **Iberoamericana**, Madri, v.2, n.27, 2007.

RIO DE JANEIRO (cidade). Secretaria Especial de Comunicação Social. **Jornalismo Esportivo: os craques da emoção**. Rio de Janeiro: A Secretaria, 2004.116 p.: Cadernos de Comunicação. Série Estudos, v.11.

RIVERA, Luis Alberto. **Periodistas platenses y barras bravas: la visión de los profesionales de los medios de La Plata sobre estos protagonistas del complejo fútbol**. 108f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social). Facultad de Periodismo y Comunicación Social – Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 2009.

ROCCO JUNIOR, Ary José. As relações públicas no meio-campo da gestão de marcas nos negócios relacionados ao esporte. **Organicom**, São Paulo, v.8, n.15, 2011.

ROCHA, Nilton José dos Reis et al. **O gol, o jornalismo e os preceitos da academia: um casamento regido pela emoção e o incompreensível**. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., Campo Grande, MS, 2001.

RODRIGUES FILHO, Mário. **O negro no futebol brasileiro**. 4ª ed.. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

RODRIGUEZ, María Graciela. **Pensar la Nación desde el deporte**. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd1/1mgr1.htm>> Acesso em 30 de agosto de 2014.

ROJAS TORRIJOS, Jose Luis. **Bases para la formulación de un libro de estilo de última generación**. Construcción de un modelo teórico válido para los médios deportivos escritos y digitales en lengua española. Tese (Doutorado). 501f. Universidad de Sevilla – Facultad de Comunicación, Sevilla, 2010.

ROJAS TORRIJOS, Jose Luis. La responsabilidad social del informador en el uso del lenguaje ante la proliferación de hechos violentos en el mundo del deporte. **Vivat Academia**, Madri, n.111, 2010.

_____. **Del fútbol por exceso a la espectacularización de la información en el periodismo deportivo.** Propuestas para una mayor diversificación temática de los contenidos. CONGRESO INTERNACIONAL LATINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, 4., San Cristóbal de la Laguna, Esp, 2012.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 63, outubro/2002.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Os processos da globalização.** 2002. Disponível em: <<http://www.eurozine.com/pdf/2002-08-22-santos-pt.pdf>> (Acessado em 25 de novembro de 2013).

_____. **Para além do Pensamento Abissal:** das linhas globais a uma ecologia de saberes. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 78, Outubro/2007.

SETTENPUS, Ricardo. Metamorfoses argentinas: do prata ao caos. **Estudos avançados**, São Paulo, v.16, 2002.

SILVA, Fernanda Mauricio da. **Dos telejornais aos programas esportivos:** gêneros televisivos e modos de endereçamento. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal da Bahia. Universidade Federal da Bahia – Faculdade de Comunicação, Salvador, 2005.

SILVA, Marcelino Rodrigues da. **Acaso e desperdício no discurso esportivo.** CONGRESSO DE LETRAS DA UERJ, 3., São Gonçalo, RJ, 2006.

SILVA, Marcelino Rodrigues da. **O mundo do futebol nas crônicas de Nelson Rodrigues.** Dissertação (Mestrado). 120f. – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Faculdade de Letras da UFMG. Belo Horizonte, 1997.

SILVA, Verônica Lima Nogueira da. **Jornalismo esportivo ou de entretenimento:** discussão sobre a possibilidade de uma cobertura crítica. Dissertação (Mestrado). 90f. Universidade de Brasília – Faculdade de Comunicação, Brasília, 2009.

SILVEIRA, Márcio Telles da. SILVA, Alexandre Rocha da. **Lendo o jogo**: o futebol enquanto linguagem. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., Caxias do Sul, RS, 2010.

SILVEIRA, Márcio Telles da; SILVEIRA, Fabrício. **O espetáculo do futebol**: experiência estética e experiência midiática. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., Recife, PE, 2011.

SILVEIRA, Mauro César. Em busca de uma visão mais abrangente do jornalismo e o exemplo argentino do grupo *Clarín*. **Faces da História**, Assis, SP, v.1, pp.6-27, 2014.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**: função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1989.

SOUZA, Rogério Martins de. **Dos canapés à política**: a reinvenção permanente do colunismo como gênero jornalístico. Tese (Doutorado). 225f. Universidade Federal do Rio de Janeiro – Escola de Comunicação, Rio de Janeiro, 2009.

STYCER, Maurício. **História do Lance!**. São Paulo: Alameda Editorial, 2009.

STYCER, Maurício. **Jornalismo Esportivo**: 110 anos sob pressão. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., Santos, SP, 2007.

TELES, Luiz Caraciolo. **Uma caixinha de surpresas**: um estudo do discurso nas transmissões televisivas de futebol. Dissertação (Mestrado). 161 f. Universidade Federal da Bahia – Faculdade de Comunicação, Salvador, 2005.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **Lógicas no Futebol**: dimensões simbólicas de um esporte nacional. Tese (Doutorado). 322f. Universidade de São Paulo – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo, 2000.

UNZELTE, Celso. **Jornalismo Esportivo**: relatos de uma paixão. São Paulo: Saraiva, 200

VAZ, José Adolfo Gonçalves. FERNANDES, Márcio. **Três diários esportivos**: aspectos dos discursos gráfico e textual das capas de Lance!, Marca e Olé. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., Curitiba, PR, 2009.

VIANA, Rodrigo Silva. **Crônica de futebol**: o drible entre a literatura e o jornalismo. Dissertação (Mestrado). 78f. Universidade Estadual Paulista – Faculdade de Ciências e Letras, Araraquara, 2008.

VIGNONE, Pablo. **Se acabó El Gráfico**. 2002. Disponível em: <<http://www.pagina12.com.ar/diario/deportes/8-2962-2002-03-17.html>>Acessado em 20 de setembro de 2012.

VILLENA FIENGO, Sergio. Gol-balización: identidades nacionales y fútbol. In: ALABARCES, Pablo. **Futbologías**: Fútbol, Identidad y Violencia en América Latina. Buenos Aires: CLACSO, 2003.

VOGEL, Daisi Irmgard. **Fábulas do gol**: a crônica esportiva de Nelson Rodrigues. ENCONTRO BRASILEIRO DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 4., Porto Alegre, RS, 2006.

VOGEL, Daisi. **Fábulas do gol**: As crônicas esportivas de Nelson Rodrigues em Manchete Esportiva. Florianópolis: Insular, 2012.

APÊNDICE A – Roteiro de perguntas para os entrevistados do Lance!

Editor:

- 1) Como funciona a reunião de pauta do Lance!? Que critérios são definidos como prioritários nas coberturas diárias? Esses critérios mudaram durante a Copa do Mundo?
- 2) Nas crônicas de jogo, como se pensa a cobertura? Foco dos textos, individualidades, linguagem adotada...
- 3) Como você classifica a linguagem utilizada pelo Lance!?
- 4) Que classe social e que faixa etária mais consome o Lance!?
- 5) No livro do Maurício Stycer sobre a história do Lance!, ele afirma que o jornal adota uma filosofia de “jornal para cima”. Isso realmente acontece?
- 6) O diário argentino Olé, vez ou outra, publica palavrões em suas páginas, sem qualquer tipo de censura. O Lance! censura os palavrões? Qual sua opinião sobre esse tema?
- 7) O que se fala a respeito do uso de um discurso emotivo nas páginas do Lance!? Há alguma recomendação, alguma norma com relação a isso? O que você pensa a respeito?
- 8) Como surgem os títulos do Lance!?! O que vocês priorizam na formação deles?
- 9) Já vi alguns jornalistas esportivos afirmarem que o jornalismo esportivo argentino e espanhol são modelos a não serem seguidos. Você concorda com isso?
- 10) O que você conhece do Jornalismo Esportivo argentino?

11) Como se sabe, o Olé serviu de inspiração para a formulação do Lance!. Mas, de acordo com Antonio Serpa, editor do Olé, parece que o Lance! não cumpre 100% do que é proposto. Você concorda?

12) Os jornalistas do Lance! declaram abertamente para quais times torcem? Se sim, sofrem algum tipo de retaliação por isso?

13) Noto que, frequentemente, o Lance! utiliza interrogações, exclamações e reticências nos títulos. Mas, ao contrário do Olé, os referidos sinais de pontuação pouco aparecem nos textos. Por quê?

14) Você acredita que as matérias dos diários esportivos que enaltecem as grandes individualidades ajudam a consolidar a imagem de ídolo de um determinado jogador/atleta? Isso ajuda nas vendas do diário?

15) Os pesquisadores que investigam o jornalismo esportivo defendem que a editoria deve ser mais investigativa, objetiva, imparcial e que deve acolher mais modalidades. Você concorda? As características citadas acima são as únicas que classificam algum conteúdo jornalístico esportivo como bom ou ruim?

16) Em entrevista, o jornalista do Olé, Diego Macias, me disse que o diário argentino não tem o intuito exclusivo de informar. Você acha que o Lance! partilha do mesmo pensamento?

17) Notei que várias reportagens ‘mais sérias’ e investigativas foram incluídas nas edições, buscando fomentar a discussão sobre a realização da Copa do Mundo. Isso ocorreu porque a Copa foi realizada por aqui? Ou é a postura do jornal em Megaeventos Esportivos?

18) Qual a tiragem do Lance! hoje?

19) Vocês têm um Manual de Redação? Se sim, como posso ter acesso a ele?

Setorista:

- 1) Enquanto o jornalismo esportivo argentino busca um relato mais emotivo, o jornalismo esportivo brasileiro se baseia mais em estatística e um relato mais objetivo. Você prefere o nosso estilo de fazer jornalismo esportivo ou o deles?
- 2) Nas crônicas de jogo, como se pensa a cobertura? Foco dos textos, individualidades, linguagem adotada...
- 3) Segundo Heródoto Barbeiro, um jornalista esportivo não pode se levar pela emoção nem uma título de Copa sobre a Argentina. O que tens a dizer a respeito de tal afirmação?
- 4) Para você que faz a cobertura diária de uma equipe, como é a estrutura dos estádios brasileiros, com relação à internet e demais condições de trabalho? Caso deixe a desejar, de que modo isso interfere no produto final?
- 5) Diferentemente de uma Copa, na qual o jornalista esportivo tem mais conteúdo para produzir um material mais qualificado e criativo, o setorista de clube não dota da mesma sorte. Como fazer para manter a qualidade diariamente, sobretudo em um diário especializado como o Lance!?
- 6) Um jornalista respeitadíssimo no Brasil – Paulo Vinícius Coelho – afirma que um dos grandes problemas do Jornalismo Esportivo brasileiro é a baixa remuneração e a falta de experiência dos profissionais. Você concorda com tal afirmação?
- 7) Alguns jornalistas brasileiros veem o Jornalismo Esportivo argentino e espanhol como modelos a não serem seguidos, pois são parciais demais. Você concorda com isso?
- 8) O que tu conheces sobre o Jornalismo Esportivo argentino?
- 9) No Lance!, os profissionais declaram abertamente para qual clube torcem? E sofrem algum tipo de retaliação por isso?
- 10) Muitos jornalistas e teóricos se preocupam com a parcialidade no texto jornalístico esportivo. Mas, às vezes, nota-se que isso atrapalha muito mais no foco utilizado, na pauta ou até mesmo na interpretação do que foi coletado. Você acha que torcer por algum time atrapalha o jornalista?

11) Atualmente, o principal meio de acesso às fontes para um jornalista esportivo é por meio da entrevista coletiva. Tal método atrapalha ou dificulta o profissional?

12) Você acredita que as matérias dos diários esportivos que enaltecem as grandes individualidades ajudam a consolidar a imagem de ídolo de um determinado jogador/atleta? No caso do Lance!, só os goleadores tem prestígio? Isso ajuda nas vendas do diário?

13) Os pesquisadores que investigam o jornalismo esportivo defendem que a editoria deve ser mais investigativa, objetiva, imparcial e que deve acolher mais modalidades. Você concorda? As características citadas acima são as únicas que classificam algum conteúdo jornalístico esportivo como bom ou ruim?

14) Em entrevista, o jornalista do Olé, Diego Macias, me disse que o diário argentino não tem o intuito exclusivo de informar. Você acha que o Lance! partilha do mesmo pensamento?

15) Notei que várias reportagens ‘mais sérias’ e investigativas foram incluídas nas edições, buscando fomentar a discussão sobre a realização da Copa do Mundo. Isso ocorreu porque a Copa foi realizada por aqui? Ou é a postura do jornal em Megaeventos Esportivos?

16) Vocês têm um Manual de Redação? Se sim, como posso ter acesso a ele?

APÊNDICE B – Entrevista com o setorista do Botafogo de Futebol e Regatas, Paulo Victor Reis

1) Atualmente, o principal meio de acesso às fontes para um jornalista esportivo é por meio da entrevista coletiva. Tal método atrapalha ou dificulta o profissional?

R: É importante. Às vezes, por exemplo, com um jogador que todo mundo quer falar, todo mundo quer ouvir, é importante. Mas, quando você quer fazer algum material exclusivo, você quer fazer uma pergunta especial... como as assessorias estão muito, digamos assim, quadradas, inibe o trabalho. Aí fica todo mundo com o mesmo material, sabe? Se você já viu na tevê, você não quer ler o jornal. Se você viu na internet, já não vai querer ver na televisão. Então, o material de uma coletiva é muito raso. Não adianta muito. A não ser que haja uma declaração bombástica, que vez ou outra acontece. Mas, fora isso, não ajuda muito. Eu não peguei a época, por exemplo, que todo mundo entrevistava os jogadores no campo. Eu tenho só vinte e oito anos. Mas, o pessoal gostava mais dessa liberdade, de fazer matérias mais separadas.

2) Para você que faz a cobertura diária de uma equipe, como é a estrutura dos estádios brasileiros, com relação à internet e demais condições de trabalho? Caso deixe a desejar, de que modo isso interfere no produto final?

R: Nisso aí, a empresa tem que se virar. Se você for depender da Federação do Rio e dos clubes, você está ferrado. Vamos supor, no Botafogo não tem Wi-Fi há anos. Se você não tiver internet lá, não vai mandar nada. A empresa realmente tem que te fornecer tudo, se não... Têm alguns estádios aqui no Rio que são caóticos. Esses dias, a gente foi no De los Larios, estádio do Tigres, e é dramático. Lá não pega nem telefone, para você ter uma ideia. Além de não ter internet oferecida pela federação, não tem como você levar a sua internet. Os caras só fazem

jogo de TV por satélite, porque não tem outra opção. É inacreditável. Quando a gente conta, ninguém acredita. Aí o pessoal da redação fica tentando entrar em contato, pedindo informação e a gente não tem como passar. Só se eu for para o centro da cidade [Duque de Caxias, baixada fluminense], mandar a informação e voltar para o estádio de novo. Essa situação é grave nesse estádio e é ruim em vários outros. No Moça Bonita [estádio do Bangu Atlético Clube], não há espaço para o pessoal da imprensa escrita. O pessoal da rádio e da tevê tem cabine. O da imprensa escrita, que se vire. Fica sentado onde puder. Se for na arquibancada, vai ter que ficar. Realmente é complicado. E creio que a gente peca muito nessa questão da cobrança. Nada se resolve e a federação vai empurrando com a barriga. A Acerj [Associação dos Cronistas Esportivos do Rio de Janeiro] deveria tomar partido da situação, mas não faz absolutamente nada. Então, a gente já tem que sair da redação pronto. Com o computador carregado 100%, porque tem estádio que não tem nem tomada. É bizarro. É patético.

3) Nas crônicas de jogo, como se pensa a cobertura? Foco dos textos, individualidades, linguagem adotada...

R: Tudo depende do jogo e dos acontecimentos no entorno. Se tiver confusão na parte de fora, tumulto, filas para comprar ingresso, a gente vai dar destaque pra isso. Nós fazemos umas ‘pecinhas’, que nós chamamos de ‘giros’, que é o pré-jogo: o que aconteceu fora do estádio, algumas curiosidades... e isso a gente também sobe para o site. Agora a crônica, ela também tem um espaço determinado no jornal. A gente envia direto do estádio, via internet, e o pessoal da redação faz os ajustes que precisam ser feitos. Não necessariamente o repórter que está cobrindo o jogo será o responsável pela crônica que irá para o site. A crônica do repórter que foi ao estádio estará no jornal, com certeza. Mas não é sempre que essa crônica escrita para o jornal irá para o site. Isso vai depender do número de pessoas que vai para a redação. É uma questão mais técnica. Durante a Copa, eu fiz algumas crônicas de jogo da redação, aquelas de menor apelo, como, por exemplo, Equador versus Suíça.

4) Diferentemente de uma Copa, na qual o jornalista esportivo tem mais conteúdo para produzir um material mais qualificado e criativo, o setorista de clube não dota da mesma sorte. Como fazer para manter a qualidade diariamente, sobretudo em um diário especializado como o Lance!?

R: Isso realmente é muito complicado. Esse trabalho de criar pauta todo dia, porque nem sempre tem o factual. Vou te dar um exemplo: ontem, no Botafogo, teve uma confusão no vestiário. A gente vai noticiar isso, repercutir no jornal. Mas, quando não é esse o caso, quando o time joga no domingo, digamos, e o último jogo foi no último domingo, a gente tem que ficar uma semana bolando pauta, e isso é muito difícil. É um trabalho criativo. Quase um publicitário. Temos que ficar fazendo análise de números, que sempre geram pautas, análise do time, trabalho do treinador, quem está se destacando... aí entra a assessoria de imprensa também, oferecendo um monte de entrevista com os caras já que, hoje em dia, os caras ganham dinheiro assim. Como a gente tem uma boa relação com eles, eles oferecem as entrevistas e é bom para os dois lados. É bom para eles, que projetam o nome, é bom para nós, porque a torcida gosta de ouvir o jogador.

5) Segundo Heródoto Barbeiro, um jornalista esportivo não pode se levar pela emoção nem uma título de Copa sobre a Argentina. O que tens a dizer a respeito de tal afirmação?

R: Cada vez mais, os jornalistas que trabalham em redação estão menos preocupados em esconder emoção, clube do coração, essas coisas. Todo mundo está abrindo o coração, dizendo que torce para beltrano ou ciclano. Com essa coisa de termos ex-jogadores como comentaristas, eu acredito que abriu um pouco esse leque. O Júnior, um cara muito identificado com o Flamengo, comenta os jogos de todos os times pela Globo, aqui no Rio. Lá no Botafogo, pelo menos no que eu acompanho, a gente sabe o time de todo mundo. Mas, ninguém declara abertamente, assim, no ar. Mas, se você pesquisar só um pouquinho, você já encontra essa informação. Às vezes, na tribuna de imprensa, a gente se deixa

levar pela emoção e comemora mesmo. Não tem problema e o pessoal entende perfeitamente isso. Mas quando você tem muita coisa para fazer, muito material para mandar, você fica tão concentrado no trabalho que se esquece de torcer. Perde a emoção de comemorar um gol.

6) No Lance!, os profissionais declaram abertamente para qual clube torcem? E sofrem algum tipo de retaliação por isso? Para qual time você torce?

R: Eu sou Botafogo. Não tenho problema em dizer, o pessoal sabe. Durante um breve período, cobri o Flamengo e todo mundo sabia. Não os leitores, por que daí já é mais complicado. Aí entre um outro lado... aí eu concordo com aquela afirmação que você trouxe. Se você cobre um time e torce para aquele time, você pode declarar isso, mas tem que tomar cuidado para não criar muita identificação com o clube, porque você pode mudar de função no futuro. Aqui, a gente usa a expressão 'Flapress', fazemos essa brincadeira aqui, porque dizem que o pessoal puxa muito o saco do Flamengo. Então, se você começa a privilegiar um clube, seja por identificação ou por boa relação com a diretoria, o pessoal te marca.

7) Você acredita que as matérias dos diários esportivos que enaltecem as grandes individualidades ajudam a consolidar a imagem de ídolo de um determinado jogador/atleta? No caso do Lance!, só os goleadores tem prestígio? Isso ajuda nas vendas do diário?

R: Eu acho que o jornal, ou todo veículo, tem um papel importante sim. O torcedor se deixa levar pelas declarações de amor ao clube de Fulano. Independentemente de estar certo ou não, o torcedor se deixa levar por matérias que falam sobre paixão, sobre amor. A gente vê pela repercussão que isso toma. Os torcedores vêm falar com a gente sobre isso. Os comentários no site e nas redes sociais são bem inflamados

quando mexe com paixão. Quando o torcedor sente que determinado jogador pode defender seu clube com amor, com unhas e dentes, e aquilo soa verdadeiro para ele, aí esse torcedor começa a comprar o barulho do jogador. Aí, quando fazemos uma matéria um pouco crítica, questionando atuações do jogador, alguns leitores encaram isso como perseguição. Acho que é muito fácil você criar uma imagem positiva. Aqui no Rio, por exemplo, tínhamos o Dedé [ex-zagueiro do Vasco da Gama]. Eu, sinceramente, acho ele um jogador limitado. Mas, por causa de matérias, ele virou um mito. Ele realmente fez boas atuações. Mas virou mito, conforme a mídia o vendia. Mas isso acontece. Às vezes o cara não é um grande jogador. Mas, pelo que ele fala, acaba ganhando o status de ídolo. Hoje em dia, o torcedor, a sociedade em geral, está com uma bronca muito grande com o jornalista esportivo, com ideia de manipulação... algo que parece meio enraizado, de que todo jornalista quer fazer o mal...

8) Alguns jornalistas brasileiros veem o Jornalismo Esportivo argentino e espanhol como modelos a não serem seguidos, pois são parciais demais. Você concorda com isso?

R: Cara, eu não tenho uma opinião formada sobre isso. Posso falar pelo meu lado torcedor mesmo. Eu sempre ficava meio indignado com aquela coisa de, por exemplo, “ah, time tal é o Brasil na Libertadores”. Eu não estava nem aí pra isso. A verdade é que eu estava torcendo era contra. Mas, como jornalista, a gente entende um pouco isso. Acho que esse ‘patriotismo’ está meio enraizado. Se você for contra isso, pode ser visto como errado. Principalmente com relação à Seleção.

9) Um jornalista respeitadíssimo no Brasil – Paulo Vinícius Coelho – afirma que um dos grandes problemas do Jornalismo Esportivo brasileiro é a baixa remuneração e a falta de experiência dos profissionais. Você concorda com tal afirmação?

R: Sim, sim. Com certeza. Com a baixa remuneração, você tira a qualidade, obviamente. Eu vejo aqui pelo Lance!. Antigamente, a redação tinha pessoas mais velhas. Não que o jovem não deva ter o seu espaço, é claro que tem que ter. Mas, começando de baixo, como estagiário, passando pelo dia-a-dia do clube... Hoje em dia, eu vejo muito no jornalismo esportivo todo mundo querendo dar o furo. Ninguém quer saber de fazer uma boa matéria, ninguém quer saber de fazer uma boa entrevista, só querem dar o furo, porque o furo é o que vende. Então, é isso que realmente importa na cabeça das pessoas que estão entrando agora no jornalismo esportivo. Muito do pessoal mais velho, que estava nas redações, acabou indo para outros lugares, para a assessoria esportiva, por exemplo. Isso porque o salário é maior. Enquanto isso, tem muita gente jovem saindo da faculdade e querendo ganhar qualquer coisa...

10) Como se sabe, o Olé serviu de inspiração para a formulação do Lance!. Mas, de acordo com Antonio Serpa, editor do Olé, parece que o Lance! não cumpre 100% do que é proposto. Você concorda?

R: Olha, a avaliação que eu posso fazer, pelo que vejo, é que o pessoal gosta do Lance!, por causa dos textos menores, que são mais informativos... Lembro de ter tido acesso a uma pesquisa que constatava que grande parte dos leitores se concentrava muito mais nos textos menores do que naquelas pautas que a gente quebra a cabeça para bolar. Agora, se o Lance! preenche ou não o que ele se propõe a fazer, eu não saberia te responder. Eu acho que isso varia de cada leitor. Vejo muita gente satisfeita, assim como vejo muita gente reclamando também. Eu acho que o Lance! é um jornal que pauta muita gente, mas poderia melhorar também. As pessoas que estão aqui sabem disso. Mas, às vezes, por falta de gente, tempo e investimento, o resultado não é o esperado.

11) Notei que várias reportagens ‘mais sérias’ e investigativas foram incluídas nas edições, buscando fomentar a discussão sobre a realização da Copa do Mundo. Isso ocorreu porque a Copa foi

realizada por aqui? Ou é a postura do jornal em Megaeventos Esportivos?

R: Eu acho que foi só para a Copa do Mundo. Porque tinha mais gente, mais colunistas experientes para falar sobre o assunto. Tinha muita gente de várias áreas, como, por exemplo, que falava de marketing, falava de técnica, questão tática, de diferentes assuntos. Agora, no dia-a-dia, a determinação aqui é caçar notícia fresca, caçar furo. É sempre assim. Às vezes você tem uma boa matéria, um bom texto e, além disso, tem o furo. Então, aquela notícia factual que caberia em um parágrafo, eles vão pedir para que você coloque em uma, duas páginas, e colocar coisas no meio para encher lingüiça. Porque aquilo é o que vende. A determinação é fazer o factual, coisas que vendam. Na verdade, a visão ampla fica mais para o colunista. A determinação para a gente é caçar coisa fresca.

APÊNDICE C – Entrevista com o setorista do Clube de Regatas Vasco da Gama, Felipe Rocha

1) Para você que faz a cobertura diária de uma equipe, como é a estrutura dos estádios brasileiros, com relação à internet e demais condições de trabalho? Caso deixe a desejar, de que modo isso interfere no produto final?

R: Cara, meu tempo de jornal ainda é muito curto. Mas a gente ouviu muito dos companheiros do jornal, de outras empresas... De tudo que eu ouvi falar, pouca coisa evoluiu. O Vasco, por exemplo, tem algumas sedes no Rio. De um modo geral, é uma condição precária. E nisso eu falo para os jogadores. Em São Januário, o Vasco disponibiliza algumas redes de internet para usarmos. Não tem uma área específica para acompanharmos os treinos, mas sempre há um espaço. Geralmente, na arquibancada. Agora, com o Eurico [Miranda, que voltou a ser presidente do Vasco], a gente não acompanha o jogo mais da social. Isso nos treinos. No jogo, assistimos do camarote que é destinado à imprensa. Lá não tem muita tomada e, às vezes, a internet fica sobrecarregada. Mas, sinceramente, não sei até que ponto isso é atribuição dos clubes. Acho que eles dão o mínimo.

2) Diferentemente de uma Copa, na qual o jornalista esportivo tem mais conteúdo para produzir um material mais qualificado e criativo, o setorista de clube não dota da mesma sorte. Como fazer para manter a qualidade diariamente, sobretudo em um diário especializado como o Lance!?

R: Primeiro, deixa eu te explicar como funciona uma cobertura de Copa do Mundo. Aqui no Lance!, e eu imagino que em outros veículos não deva ser muito diferente, não têm muitos repórteres destinados somente à Seleção. Aliás, no Lance! temos os setoristas de clube, os setoristas poliesportivos, repórteres de futebol internacional, repórteres do futebol

brasileiro, que cobrem todos os times que não são do eixo Rio-São Paulo e os repórteres especiais. O jornal sofreu uma redução no efetivo, mas ainda têm alguns. E são esses caras que vão fazer algo diferente, cobrir seleção e tal. Mas eu entendi sua pergunta. Realmente, nós temos uma obrigação diária de fugir da mesmice. Nós temos dois tipos de pauta a se pensar: as originais e as factuais. Factual é o que cai no dia, o que está quicando para você. O original é quando não temos um factual forte. O factual é sempre mais forte que o original. Quando o treinador cai, por exemplo, isso é factual. O original é mais para sair da rotina mesmo. Tipo, uma matéria sobre os acertos de passe do Vasco, o cara que é o artilheiro... às vezes fazemos uma brincadeira... os dois tipos são bem úteis.

3) Atualmente, o principal meio de acesso às fontes para um jornalista esportivo é por meio da entrevista coletiva. Tal método atrapalha ou dificulta o profissional?

R: Para o jornalista esportivo, quanto mais assessoria, pior. Porque a função da assessoria é trabalhar para o clube. Então, eles disponibilizam um ou dois jogadores para falar e, muitas vezes, os atletas são orientados sobre o que falar. Portanto, quanto mais discurso pronto e em prol do clube, melhor. Antigamente, e eu não peguei essa época, havia sim mais proximidade, intimidade, dos jornalistas com os jogadores. Ao longo dos anos, isso foi se distanciando. Como eu te disse, temos a obrigação da pauta factual. Então, quando há o factual, não há muito para aonde a gente fugir. Então, independentemente do que o cara falar, as aspas dele serão usadas na produção do texto. Normalmente, não influencia tanto. Mas deixa o trabalho mais sem graça, digamos assim.

4) Segundo Heródoto Barbeiro, um jornalista esportivo não pode se levar pela emoção nem uma título de Copa sobre a Argentina. O que tens a dizer a respeito de tal afirmação?

R: Entendo o que ele quis dizer, mas discordo ferozmente. Quando eu falo que entendo o que ele quis dizer, é que eu sei que a informação precisa ser passada com qualidade e isenção. Não só no jornalismo esportivo, mas no jornalismo de entretenimento, e eu vejo o futebol como entretenimento, você precisa da emoção para captar o feeling da coisa. Futebol não é só número. Futebol não é só a estrutura dos clubes que precisa melhorar, não é só a roubalheira. Futebol é muito sentimento também. É uma paixão nacional. É um dos principais aspectos da nossa cultura. E tudo que é cultural, é subjetivo. E, no caso do futebol, o subjetivo é ligado à emoção. ***O torcedor tem a paixão dele.*** Se fosse assim, a narração do Galvão Bueno na final da Copa do Mundo de 1994 não valeria nada. Aliás, ele mesmo disse que foi a pior narração da vida dele. Mas isso é história: o Brasil estava há vinte e quatro anos sem um título mundial. Se a emoção não contasse, não existiria colunista, você concorda? Têm alguns colunistas que falam sobre a questão estatística sobre o futebol. Mas o maior colunista, ou cronista, do Brasil até hoje foi o Nelson Rodrigues. E ele era puramente emoção.

5) No Lance!, os profissionais declaram abertamente para qual clube torcem? E sofrem algum tipo de retaliação por isso?

R: Eu sou botafoguense. Não tenho nenhum problema em admitir para quem quer que seja. É claro que, em determinadas circunstâncias, é melhor você não responder. Mas, de maneira nenhuma, isso vai atrapalhar meu desempenho profissional. E creio que nem o dos meus colegas. É o nosso ganha pão. A gente não pode colocar nossa paixão na frente do nosso ganha pão. Não é isso que vai me impedir de ser crítico, de ser incisivo, de por o dedo na ferida quando é necessário. Se o jornalista cobre o clube para qual torce, ele irá querer tanto o bem do clube quanto os demais torcedores... Eu sempre penso que o meu trabalho existe porque existe uma legião de torcedores. Então, o que eu faço é interesse público. Eu faço uma provocação: o que é pior atualmente? Ser botafoguense ou ser de um veículo que, historicamente, tem problemas com o Eurico Miranda? É muito pior cobrir o Vasco pelo Lance! do que ser botafoguense. Se eu trabalhasse no Globoesporte.com, teria muito mais liberdade. Enfim, acho que não tem muito problema com isso. E quando há uma identificação com o clube,

isso surge de maneira natural, justamente porque o sentimento por determinado time não interferiu na função jornalística. Como é o caso Juca Kfourri, do PVC, do Mauro Betting...

6) Notei que várias reportagens ‘mais sérias’ e investigativas foram incluídas nas edições, buscando fomentar a discussão sobre a realização da Copa do Mundo. Isso ocorreu porque a Copa foi realizada por aqui? Ou é a postura do jornal em Megaeventos Esportivos?

R: Sinceramente, não lembro de um enfoque investigativo. Mas o bastidor é sempre relevante, dependendo o que for, mais que o campo. No Vasco, temos uma experiência bem interessante com isso, porque o clube mistura personagens da política pública e da política do próprio clube. O bastidor é sempre muito importante sim. A gente valoriza muito a política dos clubes.

7) Nas crônicas de jogo, como se pensa a cobertura? Foco dos textos, individualidades, linguagem adotada...

R: No jornal, você vai ter a crônica do jogo, que é a “visão do jogo”, assinada. Tem a “visão do time”, que é assinada pelo setorista do time, que vai ao estádio. Além disso, esse setorista precisa passar ‘giros’, que, geralmente, são cerca de seis notas. Que é o que acontece no entorno do estádio, enfim, notas pequenas. Depois do jogo, têm as coletivas, e a gente manda as aspas. Na medida do possível, elas são usadas num espaço que chamamos de “vestiário”, que é a página da repercussão da partida por parte dos personagens da própria: técnicos, jogadores, dirigentes... Então é sempre a crônica e a foto em uma página. Na página do lado, tem o que chamamos de “altinhos”, não sei o porquê desse nome (risos). As notas, o lance-à-lance, a ficha técnica do jogo... acho que é isso. Além disso, têm uma palhaçada outra, peças para preencher.

8) Mas, só uma dúvida: vocês publicam o lance-à-lance, a ficha técnica... no caso da crônica de jogo, o que vocês priorizam na construção da matéria? Porque as informações principais já estão localizadas na página do lado...

R: É o básico. O jornalístico mesmo. Como é assinado, o jornalista tem liberdade de dar o ‘molho’ dele no texto. Mas é o tradicional mesmo: o lide, os principais fatos... E aí, não deixa de ser uma repetição. Eu entendi o que você quis dizer. Mas não deixa de ser algo sintético, um geral mesmo. No lance-à-lance, geralmente o número de detalhes é maior.

9) Um jornalista respeitadíssimo no Brasil – Paulo Vinícius Coelho – afirma que um dos grandes problemas do Jornalismo Esportivo brasileiro é a baixa remuneração e a falta de experiência dos profissionais. Você concorda com tal afirmação?

R: Vamos por partes. Com relação à falta de experiência, com certeza. Se eu não me engano, é no livro do Noblat, “A arte de fazer um jornal diário”, que ele diz que os jornalistas deveriam ser mais velhos. E isso é um fato. A experiência só vem com o tempo. Quanto mais jovem você é, é humanamente impossível você ter o feeling de como agir, de como se comportar, de não ser ‘pego de calça arriada’. Tudo isso que eu te falei, por exemplo, vem acontecendo comigo direto. Não que eu esteja cru. Já estive muito mais. Quantos jogadores do Vasco são mais novos do que eu? Eu não sei. Às vezes é complicado fazer a pergunta de um jeito que o jogador irá falar exatamente o que eu quero. Falta a malícia ainda. Às vezes você não tem tempo de clube para bater o seu concorrente. Por ser mais velho, o cara tenta se sobressair em cima de você. E olha que eu tenho vinte e três anos... tem um companheiro do meu núcleo que tem vinte. Tem um repórter do Flamengo que tem dezenove. Aqui no Lance!, temos uma peculiaridade. O jornal paga abaixo da média, se comparado aos outros veículos. Pagando abaixo da

média, atraí os profissionais inexperientes, que entram muito jovens e crescem com o tempo. Historicamente o Lance! é assim, mas é uma puta escola. No atual quadro do jornal, não tem nenhum setorista com mais de vinte e cinco anos. Não, tem um. Com relação à remuneração, eu me sinto muito desestimulado por ver que o que eu ganho é muito pouco, se comparado ao tempo que eu trabalho. E isso eu falo muito tranqüilo, porque acredito que isso não é só na minha profissão. Enfim, não que prejudique o trabalho, porque acho que todo mundo tenta fazer da melhor maneira possível. Nisso eu discordo do PVC. Acho que não interfere no trabalho em si.

10) Já vi alguns jornalistas esportivos afirmarem que o jornalismo esportivo argentino e espanhol são modelos a não serem seguidos. Você concorda com isso?

R: Eu vejo duas críticas diferentes. E concordo com ambas. Mas, cabe a análise. Do pouco que eu conheço do Olé, eu sei que ele é o diário mais conhecido da Argentina. Mas, pelo que percebo, ele tem um tom meio bonachão, às vezes faz questão de brincar com a notícia, como aqui no Rio faz o Meia Hora. E a gente aqui dá muita confiança para o Olé. Quem comanda o jornal e até as Organizações Globo. E eles adoram isso. Confesso que nunca li o impresso deles, mas a palhaçada, a brincadeira, faz parte do jogo. E aqui se dá muita atenção para isso, o que é desnecessário. Em relação aos jornais espanhóis, lá eu já estive. Não nos jornais, obviamente (risos). Mas já estive em Madri e em Barcelona. E, sinceramente, não vejo muito sentimento prejudicando o trabalho deles. O que eu vejo, ou o que lembro, é que eles têm análises melhores que as nossas. Talvez eles penem mais na questão das entrevistas coletivas e acesso aos treinos. E aí tem que elogiar as assessorias de imprensa daqui. Eles têm muita dificuldade de ter pauta porque eles têm dificuldade de conseguir as aspás. Acho que é por isso que as especulações ganham muita repercussão por lá.

APÊNDICE D – Entrevista com o editor de capa, Flávio Garcia

1) Como funciona a reunião de pauta do Lance!?! Que critérios são definidos como prioritários nas coberturas diárias? Esses critérios mudaram durante a Copa do Mundo?

R: Os critérios são os mesmos. Acho que a matéria precisa ser original; precisa, acima de tudo, ter um gancho, estar atenta ao que está acontecendo. Como funciona? Funciona, geralmente, quando a demanda solicita, vamos dizer. Não é toda semana que a gente tem. Geralmente, para grandes eventos. E aqui consideramos um clássico, por exemplo, como um grande evento. Então, a reunião acontece quando a gente sente a necessidade de reforçar a cobertura de um determinado assunto.

2) Notei que várias reportagens ‘mais sérias’ e investigativas foram incluídas nas edições, buscando fomentar a discussão sobre a realização da Copa do Mundo. Isso ocorreu porque a Copa foi realizada por aqui? Ou é a postura do jornal em Megaeventos Esportivos?

R: A abordagem é a mesma. A gente sempre procura analisar qualquer assunto a fundo. E, muitas vezes, dá esse tom de crítica. Relatar não só apenas o que é passado pelas assessorias, ir além da notícia. Buscar o que está escondido, o que não está chamando a atenção das outras pessoas, dos outros veículos. A idéia é essa: buscar o diferencial.

3) Nas crônicas de jogo, como se pensa a cobertura? Foco dos textos, individualidades, linguagem adotada...

R: Ela é feita partida a partida. Varia muito de acordo com os assuntos que antecederam... Alguns personagens sempre merecem atenção especial. O critério de tamanho vai muito de quem está jogando. Eu lembro que, durante a Copa, teve jogo que chegamos a dar meia página e jogo que mereceu até mais de duas páginas que, nos padrões atuais, é um excelente espaço.

4) Como você classifica a linguagem utilizada pelo Lance!?

R: A mais informal possível. Ela procura falar a voz do torcedor, como o torcedor pensaria. Obviamente, se preservando às vezes de não usar palavrão, pois palavrão é muito usado por torcedor. Mas, a gente só usa mesmo quando não tem como... A gente usou muitas vezes, até como manchete do jornal. Mas, com critério. Não é um uso banal. Mas a gente procura sempre ser o mais informal possível; falar para os jovens, mais para o torcedor mesmo.

5) Você falou sobre os palavrões... A minha próxima pergunta é justamente sobre isso. O diário argentino Olé, vez ou outra, publica palavrões em suas páginas, sem qualquer tipo de censura. Você está me dizendo, então, que o Lance! já publicou palavrões. Teve algum tipo de censura? Qual sua opinião sobre esse tema?

R: Acho que isso daí vai muito da sociedade. Eu acho que a sociedade argentina é muito mais liberal que a brasileira. A brasileira está muito careta. Está muito chato viver no Brasil com essa patrulha: tudo não pode, tudo vira uma bola de neve. Qualquer 'coisinha' e aparece alguém para defender. Então, pelo pouco que conheço, acho que eles são mais liberais do que nós, sendo que nós, em outras décadas, já fomos um pouco mais liberais. Mas, com o passar dos anos, em vez de progredir, nossa sociedade regrediu. Então, a gente não usa, ou usa muito pouco, para não chocar a sociedade. Para não ultrapassar o sinal vermelho, vamos dizer.

6) No livro do Maurício Stycer sobre a história do Lance!, ele afirma que o jornal adota uma filosofia de “jornal para cima”. Isso realmente acontece?

R: Como eu te falei anteriormente, a gente procura falar para o torcedor. Muito se fala na imprensa que notícia negativa vende mais do que positiva. Mas, no caso do esporte, a gente procura sempre buscar o ângulo positivo da coisa, sempre jogando pra cima mesmo. Na hora de decidir o principal assunto do dia, geralmente a notícia ‘pra cima’ se sobressai perante a negativa.

7) Você falou sobre o fato de ter um limite no diálogo com o torcedor. No caso do Olé, o diário centra suas atenções na emoção do fato, o que às vezes é visto como sensacionalista, já que nosso jeito de fazer jornalismo esportivo é mais similar ao norte-americano, baseando-se mais em dados, estatísticas... O que se fala a respeito do uso de um discurso emotivo nas páginas do Lance!? Há alguma recomendação, alguma norma com relação a isso? O que você pensa a respeito?

R: Acho que o ideal seria fazer as duas coisas: ter o lado emotivo, o cara que falasse o mais perto do torcedor possível, que o torcedor que lesse se sentisse representado por aquele texto; e acho que também tem espaço para a questão tática. O Lance! já teve momentos que já foi mais emotivo do que hoje em dia. Mas acho que parte muito da linha editorial do momento. Não descarto a possibilidade de, daqui a alguns anos, a gente ir mais para o lado emotivo e ‘abandonar’ o lado de tática. É uma questão de momento mesmo.

8) Como surgem os títulos do Lance!? O que vocês priorizam na formação deles?

R: Geralmente, o editor que está centralizando a capa no dia, e aí são duas pessoas que fazem isso, e esses dois intercalam a função, geralmente a sugestão de pauta vem desse que está responsável. Muitas vezes, a gente chega a trocar idéia com quem está do lado. Mas, o martelo é batido pelo diretor de redação. Qualquer idéia que eu tenha de capa, então, eu submeto ao diretor de redação. Daí fica a critério dele, de aprovar, fazer alguma alteração ou reprovar.

9) Como se sabe, o Olé serviu de inspiração para a formulação do Lance!. Mas, de acordo com Antonio Serpa, editor do Olé, parece que o Lance! não cumpre 100% do que é proposto. Você concorda?

R: Concordo. Eu acho que o Olé é muito melhor do que o Lance!. E aí, cara, isso passa por uma série de motivos, sabe? Não sei nem se vale entrar nos motivos... O Lance!, por exemplo, já foi um jornal muito melhor do que é hoje em dia, sobretudo nos primeiros anos dele. Acho que é uma queda de qualidade... a gente não entrega o que poderia entregar ou já entregou um dia. Mas assim, eu acho que passa muito pelo mercado editorial brasileiro, passa muito pelo material humano que a gente recebe, digamos, a cada seis meses... que é o pessoal que sai de faculdade, sabe? Eu posso te dizer que, a cada ano que passa, a qualidade dos estudantes cai. E acho que isso também influencia na linha editorial do jornal. Mas não sei se esse é o principal motivo. Acho que o principal é o mercado editorial brasileiro mesmo. Não vejo mais muita gente lendo jornal hoje em dia. Hoje está tudo na palma da mão, no celular, no tablet... Está cada vez mais difícil de ver uma pessoa na rua lendo um jornal. Então, acho que também passa um pouco por isso.

10) Você falou sobre os motivos que poderiam ter levado a esse decréscimo na qualidade do Lance!... Eu te citaria três: primeiro, o fato de o Olé ter um grande grupo multimídia como respaldo, o grupo Clarín, e isso faz diferença; e os outros dois passam pelo que o PVC [o jornalista Paulo Vinícius Coelho] fala no livro dele

[(COELHO, 2004)]: baixa remuneração e falta de experiência e especialização por parte dos profissionais... Seria mais ou menos por aí?

R: Ah, sem dúvida. A baixa remuneração é algo que desestimula muita gente. São poucos os que militam nessa área que tem bom salário. E a queda é gritante mesmo, a cada ano que passa. Se você comparar uma equipe e outra [equipe do Olé e do Lance!], a equipe do Olé é muito mais sênior, são caras que estão lá há dez anos, caras que têm uma média de idade muito maior do que, por exemplo, a equipe daqui. Aqui tem muita gente jovem, muita rotatividade... coisa que, no Olé, é mais difícil de acontecer. Você vê que lá existem alguns nomes há anos. E, nisso aí, há vantagem no que um entrega e o outro deixa de entregar, né?

11) Noto que, frequentemente, o Lance! utiliza interrogações, exclamações e reticências nos títulos. Mas, ao contrário do Olé, os referidos sinais de pontuação pouco aparecem nos textos. Por quê?

R: Não existe uma recomendação de fazer perguntas. Mas eu, por exemplo, não gosto de um texto que faça muitas perguntas. Eu acho que o texto tem que trazer respostas. Isso é questão de estilo de texto, vai do estilo de cada um. Se for o estilo do repórter e o texto for bom, se o texto não se perder por conta do uso de interrogação, ou até exclamação, reticências, ele vai ser publicado. Quanto à capa, há sim uma recomendação de usar exclamação. É a marca do jornal, então cerca de 90% das manchetes do jornal têm exclamação.

12) Muitos jornalistas, seja do meio acadêmico ou do mercado, defendem aquela ideia que o jornalista deve ser imparcial e objetivo. Tu concorda com essa visão para o jornalismo esportivo? Os profissionais do Lance! declaram abertamente para qual time torce? O fato de o jornalista declarar qual o clube do coração interfere no exercício da função?

R: Eu mesmo já declarei. Eu já fiz uma coluna na qual eu me declarei Flamengo. O cara que me lê há muito tempo sabe. Mas não que seja algo aberto para os leitores. Alguns setoristas torcem para o time que cobre e outros não. Na hora de montar a equipe, isso não vem em questão. Quanto à imparcialidade, em termos de notícia, tem que ser imparcial. Não pode pender para um lado ou para o outro. Como manda o bom jornalismo, você precisa ouvir os dois lados. E a gente se preocupa muito com isso. Mas, no caso do jornalismo esportivo, eu acho que também há espaço para o cara que quer ser um pouco, digamos, parcial. E onde é esse espaço? Numa crônica de jogo, por exemplo... Ali o jornalista está escrevendo com o olhar do torcedor. Ou, no que a gente chama aqui de “visão do time”, no qual o cara analisa só um lado mesmo, um clube. E acho que nos textos opinativos há o espaço. E na visão do jogo, na visão do time, não deixa de ser uma opinião de quem está escrevendo. Então, nesses espaços o profissional pode ser um pouco parcial. Mas, no dia-a-dia, a parcialidade deve nortear a cobertura.

13) Que classe social e que faixa etária mais consome o Lance!?

R: Não sei te responder exatamente. Recentemente, fizeram uma pesquisa, mas eu não tenho os dados para te passar. Sei que, com relação à faixa etária, é desde o público jovem, ou aquelas crianças que gostam de futebol e já tem o hábito da leitura, até senhores de mais idade. Eu já recebi e-mail de vários senhores, pessoas que liam diariamente o Jornal dos Sports, que era muito forte aqui no Rio nas décadas de 1950 e 1960, e ficaram órfãos do diário e viram no Lance! um substituto. A gente faz o jornal para quem gosta de futebol mesmo, e isso amplia muito a questão da faixa etária. Quanto à classe social, também estava na última pesquisa que foi feita, mas classe A com certeza não é o nosso principal alvo. Diria que seria da classe B para baixo, que é o povão. E tem o cara que frequenta estádio, né? Que gosta de futebol...

APÊNDICE E – Roteiro de perguntas para os entrevistados do Olé

Editor:

- 1) Como funciona a reunião de pauta do *Olé*? Que critérios são definidos como prioritários nas coberturas diárias?
- 2) Quando há a necessidade de cobrir uma partida específica, como se pensa a cobertura? Foco dos textos, individualidades, linguagem adotada...
- 3) Como você classifica a linguagem utilizada pelo Olé?
- 4) Que classe social e que faixa etária mais consome o Olé?
- 5) O Lance!, diário brasileiro inspirado no Olé, adota uma filosofia de "jornal para cima". O Olé se posiciona na mesma forma?
- 6) Já presenciei, por diversas vezes, o uso de palavrões no jornal. Não há nem uma restrição com relação a isso?
- 7) Durante a Copa do Mundo 2010, notei que a emoção tomou conta das páginas do diário. Há alguma restrição com relação ao uso da emoção nas matérias jornalísticas?
- 8) Como surgem os títulos das matérias do Olé? Os jogos de palavras são sempre exigidos?
- 9) Alguns jornalistas brasileiros veem o Jornalismo Esportivo argentino e espanhol como modelos a não serem seguidos, pois são parciais demais. Você concorda com isso?
- 10) Você conhece algo sobre o Jornalismo Esportivo brasileiro?
- 11) A impressão que alguns de nós brasileiros temos é que os argentinos, quando se trata de seus clubes, são muito mais apaixonados do que nós. Até que ponto a paixão do argentino é resultado de um Jornalismo Esportivo que presa pela emoção?

12) Aqui no Olé - e em geral - os profissionais declaram abertamente para qual clube torcem? E sofrem algum tipo de retaliação por isso?

13) Noto que, durante os textos do Olé, há muitas perguntas, exclamações, reticências. Isso é uma tática para prender o leitor ou é apenas coincidência?

14) Você acredita que as matérias dos diários esportivos que enaltecem as grandes individualidades ajudam a consolidar a imagem de ídolo de um determinado jogador/atleta? No caso do Olé, só os goleadores tem prestígio? Isso ajuda nas vendas do diário?

15) Depois de toda a crise que a Argentina passou - e ainda passa -, o que representaria uma conquista da Copa do Mundo no Brasil para o povo argentino? Você imagina como seria o título da capa do Olé?

16) Muitos jornalistas brasileiros acreditam que o Jornalismo Esportivo deve ser investigador, denunciar possíveis irregularidades nas Confederações, esquemas de fraude em resultados de jogos, etc. Você acha que este é realmente o único modelo a ser adotado? Ou há espaço para um Jornalismo Esportivo que retrate os jogos, deixando a objetividade e os critérios jornalísticos um pouco menos evidentes?

17) Certa feita, o jornalista Diego Macias me disse que o Olé era um diário que não tinha o objetivo só de informar. Você concorda? Qual é o objetivo principal do diário?

Setorista:

1) Enquanto o Jornalismo Esportivo brasileiro prioriza estatísticas e uma análise tática do jogo, vocês argentinos destacam as atuações dos jogadores; suas virtudes e suas características individuais. Você acredita que o modelo utilizado por vocês seja mais correto? Ou são apenas escolas diferentes?

- 2) Quando há a necessidade de cobrir uma partida específica, como se pensa a cobertura? Foco dos textos, individualidades, linguagem adotada...
- 3) Há um jornalista brasileiro – Heródoto Barbeiro – que afirmou em um dos seus livros: um jornalista esportivo não pode se levar pela emoção nem uma título de Copa sobre a Argentina. O que tens a dizer a respeito de tal afirmação?
- 4) Para você que faz a cobertura diária de uma equipe, como é a estrutura dos estádios argentinos, com relação à internet e demais condições de trabalho? Caso deixe a desejar, de que modo isso interfere no produto final?
- 5) Diferente de um repórter que cobre La Selección, que, por exemplo, tem uma Copa do Mundo para cobrir e fazer um produto mais irreverente, chamativo... o setorista de um clube deve exercitar sua criatividade todos os dias. Como manter a qualidade apresentada por Olé diariamente?
- 6) Um jornalista respeitadíssimo no Brasil – Paulo Vinícius Coelho – afirma que um dos grandes problemas do Jornalismo Esportivo brasileiro é a baixa remuneração e a falta de experiência dos profissionais. Como é a situação aqui no Olé e nos demais veículos esportivos da Argentina?
- 8) Como surgem os títulos das matérias do Olé? Os jogos de palavras são sempre exigidos?
- 9) Alguns jornalistas brasileiros veem o Jornalismo Esportivo argentino e espanhol como modelos a não serem seguidos, pois são parciais demais. Você concorda com isso?
- 10) Você conhece algo sobre o Jornalismo Esportivo brasileiro?
- 11) A impressão que alguns de nós brasileiros temos é que os argentinos, quando se trata de seus clubes, são muito mais apaixonados do que nós. Até que ponto a paixão do argentino é resultado de um Jornalismo Esportivo que presa pela emoção?

12) Aqui no Olé - e em geral - os profissionais declaram abertamente para qual clube torcem? E sofrem algum tipo de retaliação por isso?

13) Noto que, durante os textos do Olé, há muitas perguntas, exclamações, reticências. Isso é uma tática para prender o leitor ou é apenas coincidência?

14) Geralmente, os jogadores argentinos têm apelidos; Messi é La Pulga, Verón também atende por La Brujita... estes apelidos vêm da imprensa?

15) Nos últimos anos, jogadores argentinos com grande êxito na Europa retornaram um pouco antes para defender seus clubes do coração: Maxi, Henze, Gabriel Milito, Verón... sem falar da presença de Riquelme, um dos maiores ídolos da história do Boca, se não o maior. Você acha que estes ídolos engrandecem as matérias jornalísticas?

16) Nota-se que, em alguns momentos, o Olé exalta os feitos de um determinado time, posicionando-se como uma espécie de torcedor, até mesmo nos espaços destinados às matérias. Como você vê esta postura?

17) Os clubes argentinos, se comparados aos brasileiros, estão em um patamar financeiro abaixo. Muitos deles vivem crises administrativas/políticas delicadas, como, por exemplo, o Independiente. De que forma você acredita que o Olé – e o Jornalismo Esportivo argentino em

de informar. Você concorda? Qual é o objetivo principal do diário?

APÊNDICE F – Entrevista com o setorista do Club Atlético Boca Juniors, Leandro Contento

1) Enquanto os jornais brasileiros buscam uma análise mais tática, vocês focam mais no sentimental, no que cada jogador sentiu durante o jogo... Como vocês planejam a cobertura de uma partida específica?

R: Bueno. En Boca, por ejemplo, sabemos que hay once jugadores, pero un en especial que es Riquelme. Obviamente, cuando hay un partido se analiza de distintas maneras. Hay un redactor que hace una mirada global del partido, que nosotros llamamos de 'analista del partido'. Él habla de cómo se desarrolló el juego, las características no tan individuales sino colectivas: por donde se atacó, por donde se defendió; donde estuvieron las falencias y las virtudes de cada equipo. Y después individualmente, distintos cronistas vamos haciendo el segmento personal a distintos jugadores. Por ejemplo, en el juego de Boca y Godoy Cruz que se jugó ayer, a vuelta de Riquelme y Gigliotti que salió goleador, hizo dos goles. Qué pasa es que nosotros intentamos contar lo que la gente no puede ver por televisión tampoco en la cancha. Quien está en la cancha puede ver quien jugó bien, quien jugó mal... pero no sabe cómo el jugador se sentía, si estaba lesionado o qué dije después del partido. Por lo menos en Olé, tenemos esa tendencia. Ir más allá de lo que se puede ver. La manera como se escribe los textos también depende del jugador que se escribe. Riquelme, por ejemplo, se vende por sí solo. Contamos todo lo que él hace. Los otros no tienen esa atención.

2) Há um jornalista brasileiro – Heródoto Barbeiro – que assinalou que um jornalista esportivo não pode se deixar levar pela emoção nem em uma final Brasil e Argentina, na qual os brasileiros ganham com um gol no fim do jogo. Você concorda com essa afirmação?

R: A mí me parece que todas las personas son hinchas de algun club, pero en el trabajo pocos pueden tanpoco ser parcial. En mi caso yo soy hincha de un club y cubro otro. De cualquier modo, cuando uno deja de ser hincha para ser periodista, va dejando la pasón de lado. Yo no siento ningun fanatismo por mi equipo que sentia hace cinco, seis, diez años. En cuanto la selección, creo que se cambia la situación. Si mañana jugar Argentina-Brasil seguramente nuestro diario al menos hará una tapa... cuando Argentina se clasificó para el Mundial, la leyenda de la tapa era “Que se preparen las garotas”, creo. Entonces, siempre se está en este juego Argentina-Brasil. Eso no significa que, si en una final Brasil le gana 3-0 a Argentina, la análisis del partido sea tendencioso o se diga que Brasil jugó peor o que fue injusto. Hay un limite entre los juegos de palabras, con imágenes y títulos Buenos, y la verdad y el análisis. De todas maneras, Olé es un diario muy distinto de lo que hay aça. Tal vez los otros diarios, como Clarín y La Nación hagan textos diferentes. Nosostros buscamos juegos de palabras, algo más picante.

3) Você falou sobre o fato de um jornalista ser torcedor de um clube. Aqui na Argentina os jornalistas declaram para qual time torcem? Há algum tipo de crítica por parte dos leitores?

R: Bueno, Argentina es un país futbolero y todos los argentinos son hinchas de un club. Lo que se dice, por ejemplo, es que cuando un periodista es de algun club grande, como es Boca, River, San Lorenzo, Independiente o Racing, dice que es hincha de un club menor, porque se trae menos problemas. Un periodista que es hincha de Boca y simpatiza por Old Boys quizás diga que es hincha de Old Boys para que no tenga problemas cuando va a la cancha. De todas maneras acá en Olé, como te decía, tenemos un toque de distinción. Cada club tiene un columnista que es periodista y sobretodo hincha. Por ejemplo, Un compañero mío que cubre San Lorenzo, que puede cubrirlo o no, hace una columna que se llama “De Frente”, en que él habla de su costado de hincha. Obviamente, nadie lo obliga: es un periodista que no tiene problema en decir que es hincha de un club y cubre otro club. Ahora, cuando se juega San Lorenzo-Estudiantes de La Plata y hay que hacer el análisis del partido, se prefiere que ese columnista de opinión no haga el análisis.

No porque no se confía en él, sino porque no es muy ético o no queda muy bien para el lector.

4) Mas esse colunista que demonstra seu lado torcedor pode fazer análises de outras partidas, de outros clubes?

R: En otro partido si. Por ejemplo, si hay uno que hace la columna de San Lorenzo, es muy raro de lo manden a cubrir el partido de Huracán, que es la contra.

5) Durante a Copa do Mundo, como funciona a cobertura dos setoristas?

R: La cobertura de Boca tiene tres o cuatro páginas. Cuando hay el Mundial, obviamente que hay dos factores que alteran la cobertura: uno es que la gente quiere leer lo que pasa con La Selección. A su vez, en el Mundial, de las seis personas que cubren Boca, dos queden cubriendo a Boca y las demás cubren algunos partidos del Mundial. Entonces, si el diario tiene 36 páginas, 20 son para el Mundial, haciendo que las otras noticias se queden comprimidas. Pero el compromiso con la verdad es el mismo.

6) E como manter a qualidade?

R: Eso es algo que cuando uno entra acá, ya se va moldando. Y de hecho lo que nosotros hicimos acá para no perder la práctica, es en una situación cotidiana – tomando mate, mirando la televisión – si se pasa algo, miramos y pensamos “si eso acontecer, el título será esse”. O muchas veces estamos viendo partidos extranjeros, un jugador hace un gol y usamos eso em títulos futuros. Y muchas veces se pasa eso.

7) Outro jornalista esportivo brasileiro – Paulo Vinícius Coelho – afirma que a baixa qualidade atual na imprensa especializada no Brasil ocorre graças à baixa remuneração e a pouca experiência dos jornalistas. Qual o cenário aqui na Argentina?

R: Acá em Olé hay muchos compañeros que estan acá desde el primer día del diario. Estos son editores o secretários de redacción. Tenemos outra camada de 25 a 30 años, que son redactores. Hay tambien los pasantes que son estudiantes de periodismo. En general, vivimos bien. No somos millonarios, ni mucho menos. Lo que se paga acá está parejo con lo que se paga a los trabajadores argentinos.

8) Como surgen as capas e os títulos do Olé?

R: Hay un gran mito en las tapas de Olé. El diario empezó como un suplemento del diario Clarín. Pero Clarín ya tiene su propio suplemento deportivo. Entonces, Olé empezó a diferenciarse con un lenguaje más coloquial y, más que nada, con los títulos. Fue una apuesta. Acá no hay una persona que se encarga de los títulos, sino que todos piensan. Lo que pasa es que, cuando se escribe un texto y tenemos una Idea de título, llamamos dos o tres compañeros dle sector y, por ejemplo... yo tengo un texto que habla sobre la selección de Riquelme. Pregunto que puedo hacer, ellos dicen qué lês parece. Hay muchos textos que son reconocidos más por el título o por quien firma la nota. Entonces, hay muchas veces que las personas dicen “eh, vos sos el que hiciste esa nota”...Pero si, lo que más se busca en el título son juegos de palabras con una cumplicidad con el lector, como puede ser el nombre de una película o uma frase de uma canción... Por ahí andan las cosas.

9) E há uma obrigação de os títulos serem construídos por meio de jogos de palavras ou anedotas?

R: Nosotros no podemos titular un partido como “Boca gan y se gana el campeonato”, que tal vez sea un título que puede salir en otro diario. No es que hay una obligación, pero uno ya sabe que necesita buscar algo así.

10) Alguns jornalistas esportivos brasileiros vêem o jornalismo esportivo argentino – e talvez o espanhol – como um exemplo a não ser seguido, pois praticam, a priori, um jornalismo ‘torcedor’. O que tem a dizer sobre isso?

R: No sé si es un ejemplo a no seguir. Lo que si sabemos es que acá hacemos un periodismo sobretodo distinto. No sé si peor o mejor, pero es distinto. Lo que se busca, más que nada, es marcar una diferencia con el resto. No dar al lector lo mismo que puede leer en otros cinco o seis diarios. Es ya una marca registrada del diario. Olé es un diario muy cercano al hincha. Y el que cubre un club, es hincha de este club o se termina siendo. Pero ninguno de los diarios que cubren deportes en Argentina tiene una sección fuja que hable de violencia. Hay un especialista acá, Gustavo Grabia, que todos los días escribe media o una página sobre violencia. Hay muchas personas que critican eso por que dicen que está dando fama a los barras y que es mejor no hablar. De hecho, muchos barras terminaron presos por notas que hacen nuestro compañero.

11) A impressão que tenho é que vocês são mais apaixonados pelos seus clubes do que nós pelos nossos. E, nos últimos anos, tivemos graves crises administrativas em grandes clubes como, por exemplo, River e Independiente. De que maneira o jornalismo esportivo argentino pode ajudar os clubes a viverem dias melhores? No caso do Olé, parece-me que não há amplo enfoque nesses aspectos...

R: Esta crítica existe, pero yo creo que está infundada. Uno trata de cubrir todo: cubrir lo bueno y cubrir lo malo. No sé porque tiene esa visión de Olé, de que Olé no investiga. Y muchas veces me parece que el periodista tiene un deber crítico, que es seguir cerca de los temas de las dirigencias. También hay una cosa que es cierta: la intimidad de un plantel, de un jugador, de una hinchada, es más fácil de acceder que de una dirigencia de fútbol, que es algo muy cerrado, que se maneja muchas veces entre dos o tres dirigentes, que a su vez son empresarios y tienen sus intereses.

12) Percebi que palavrões são publicados no Olé, até mesmo na capa, como foi na classificação do Boca para as semifinais da Libertadores 2012, após eliminar o Fluminense. Há restrições sobre palavrões?

R: Aquí en la Argentina, no sé como es en Brasil, la enorme mayoría de los cantos de los hinchas siempre tienen algún insulto. Y por ejemplo... cuando vamos a la cancha y la hinchada grita a los jugadores “jugadores hijos de puta” ¿Qué otro termo lo va a poner? O ponemos “la gente insultó los jugadores” o “la gente dijo ‘hijos de puta’”. Lo que no ponemos es “la gente dijo hijos de p...”. Bueno, hay palabras o expresiones que tienen su fuerza necesaria y no tiene un sinónimo que uno puede poner. Y con el tema ‘carajo’, por ejemplo, es un grito muy argentino... ‘vamos carajo’. Carajo es una mala palabra, pero es como un modismo argentino. Entonces, lo que dice sobre acercarnos al lector con un título, es que se puede sentirse más identificado con él con un ‘vamos carajo’.

13) Existem matérias no Olé que são construídas em torno de uma grande individualidade. Você acha que essas matérias ajudam a construir a imagem do jogador?

R: Si. Totalmente. Como decíamos, Boca tiene a Riquelme como máximo exponente. Pase lo que pase, hay que escribir un texto sobre ellos. Si Riquelme o Bianchi está tranquilo, si han hecho algo... Siempre va a tener eso. Pero, si no hay un referente en un equipo, se busca. Y si, tranquilamente se puede cambiar la imagen de un jugador con una nota o serie de notas.

APÊNDICE G – Entrevista com o setorista do Club Atlético River Plate, Federico del Río

1) Como são as condições de trabalho nos estádios para quem cobre equipes diariamente?

R: Haber... Yo puedo hablar de los estadios de la Primera División, porque los de Ascenso no estoy viendo. En estadios de la Primera hay, digamos, conexión WiFi , pero por lo general no siempre funciona bien. No sé si es por una cuestión técnica de los clubes o la prestadora de servicio, pero digamos... por darte ejemplo: mi celular en estadio de River, cuando hay mucha gente, no funciona. A veces la señal no es buena. Si yo voy a un entrenamiento o día de semana funciona perfecto. Voy domingo a un partido y tal vez me llamas y no te puedo atender pues no entra el llamado. No sé si es un problema de los clubes, si es un problemas de las empresas que prestan el servicio, pero a veces en cuanto a cuestiones técnicas es difícil. También hay una cuestión de seguridad, te diría. No es fácil en Argentina estar en el estadio con un iPad, Notebook... el estadio de River está preparado, el estadio de Boca está preparado, de otros clubes grandes... de San Lorenzo también. Pero, por ejemplo, de Racing la prensa va a un sector que es una platea y no hay una mesa ... a veces no hay las mejores condiciones, de ese punto de vista, para trabajar.

2) E de que maneira estes problemas interferem no teu trabalho?

R: Haber... Yo creo que, para nosotros que somos un diario, que por ahí no tiene tanta urgencia cuanto a tiempos, uno va al estadio, mira el partido y tal vez vuelve y trabaja acá en la redacción no es tanto problema. Pero quien va trabajar para la web, digamos, que hay que cargar en el momento, a veces es un problema. No sé. Tienes que grabar un video y quieres pasar, no puede pasar. Entonces el trabajo minuto a minuto es prácticamente imposible de practicarlo porque no tienes las

condiciones. Yo te estoy hablando todo lo que es la parte gráfica, porque las radios, la televisión tal vez este mejor preparada, no te puedo decir con fidelidad porque no es mi ámbito de trabajo. Pero están las cabinas de radio, están los sectores para televisión que tienen los derechos... En este sentido, me parece que la tecnología necesaria está más aplicada para ellos que para los medios gráficos o la web, que van a trabajar.

3) Nós brasileiros temos acompanhado os desacordos entre Grupo Clarín e o governo. Contudo, não se encontra no Olé textos que falem de tal impasse. Por quê?

R: Creo que responden más a un tema editorial, digamos. Tería que preguntar a uno de los jefes del diario. Pero Olé no participó... haber... no los afecta cuanto al deporte la pelea, esta no estuve aplicada ahí. Pero, por ejemplo, cuando el gobierno se llevó los derechos de televisión, si es un tema que Olé podría haber publicado, y lo publicó. Pero sin la profundidad y sin el tratamiento que Clarín ha hecho, digamos. Me parece que si responde a una cuestión editorial, como grupo, como una empresa del grupo, te digo que habría que consultarlos. Es más una cuestión gerencial de directores...

4) Como classifica a linguagem adotada pelo Olé?

R: El lenguaje de Olé siempre se trató un lenguaje más coloquial, más cercano al lector, al público de Olé. El público de Olé es un público de cancha, joven... Entonces se busca siempre tener un lenguaje lo más cercano al lector, y no tal vez una manera que sea poco amena al público que tiene Olé.

5) Mas você acredita que esta linguagem seja pior ou melhor que a linguagem utilizada, digamos, para um público de classe social mais alta?

R: No, creo que son estilos diferentes. Me parece que es muy importante respetar el idioma, la forma, reglas gramaticales y además son cuestiones de estilo. Ni todos que están en Olé escriben de la misma manera. Cada uno en Olé tiene su propio estilo y alguno aplica más formas y otros menos. Y hoy, la deformidad que está teniendo hoy el idioma en las redes sociales, en los chats... la comunicación diaria que se abrevian palabras, que se escriben con letras que no corresponden... eso sí es deformar el idioma. Lo que hace Olé es escribir de una cierta manera, ni mejor ni peor. Hay gente que puede gustar, hay gente que no tanto...

6) Os apelidos dos jogadores (Messi “La Pulga”, por exemplo) são criados pela imprensa ou pela torcida?

R: La mayoría en general son apodos familiares o de amigos que conocen al jugador o cuando debuta va a preguntar: donde naciste, peso, altura, hace qué año está en el club y apodo. Uno le pregunta y por ahí te dicen... Me dicen “cabezón”, me dicen esto porque le decían a mi papa de la misma manera, o mismo los compañeros.... En lo general, vienen ya de la persona. A veces la prensa bautiza a los jugadores que no tienen un apodo... entonces, le buscan bautizarlo. Nace más de los redactores en general y lo empieza a traspasar el relato a los hinchas y lo empieza a repetir... Hay algunos que gustan, haya algunos que no. Al Cavenaghi no le gusta que digan “gordo”, y es como llamaban a sus compañeros en las inferiores. Después llegó a la prensa y, en los días de hoy, a veces un redactor no quiere repetir un nombre y se pone, pero no de mala intención, sino porque es el apodo que tiene.

APÊNDICE H – Entrevista com o setorista da seleção argentina, Hernan Claus

1) Enquanto o jornalismo brasileiro busca construir uma análise mais tática, com posição de cada jogador durante a partida... vocês optam por relatar como os jogadores se sentiram, às vezes com um olhar mais torcedor mesmo. Crê que são apenas estilos diferentes? Ou um é melhor ou pior que o outro?

R: No creo que hay tantas diferencias. Olé es sobretudo un poco más pasional, pero que tambien tiene grandes coberturas, por ejemplo un Mundial. En una partida, teneis las cuestiones tácticas, las cuestiones de hinchas y las cuestiones más pasionales. Hay un momento en que el periódico es muy completo, que es em grandes eventos.

2) Principalmente durante o Mundial, as Capas e os títulos das matérias do Olé são repercutidos nos veículos brasileiros. Vocês têm conhecimento de tal notoriedade do Olé no Brasil?

R: Lo sabemos. Sabemos que la tapa de Olé tiene un peso específico muy grande y que es esperada por muchos sitios del mundo para saber cual es la mirada del público argentino a diferentes actuaciones de La Selección o de los equipos. Sí, sabemos que es así.

3) Há um jornalista brasileiro – Heródoto Barbeiro – que diz o seguinte: não se pode se deixar levar pela emoção nem uma final Brasil e Argentina, na qual os brasileiros vencem com um gol no fim da partida. Você concorda com isso?

R: Me parece que hay espacio para diferentes crónicas. Puede haber una crónica bien sentida, puede haber una muy táctica... Me parece que no hay que alejarse de que lo hincha siente. Hay espacio para todos. Se puede hablar de táctica, se puede hablar de sentimiento, de pasión, se puede. Nadie tiene la verdad en el periodismo. Entonces, debe se encontrar la mejor manera de llegar al lector.

4) Como você classifica a linguagem adotada pelo Olé?

R: No es un lenguaje formal. Cuando se nació en el año 96, Olé vino a romper esta barrera. No es un diario formal. Es un diario que habla no con el idioma del hincha, pero si en un escalón más abajo de un diario tradicional.

5) Já que você cobre La Selección, imagino que deva ter feito muitas matérias sobre um jogador específico. Você crê que essas matérias ajudam a construir um ídolo? Ajudam construir, por exemplo, um Riquelme, um Messi?

R: De construirla no. Pero ayuda a la construcción de un imagen del jugador. La carera que construya el propio jugador. Está claro. Pero lo que los medios opinan de él ayuda en cierta forma. Riquelme es un personaje muy controvertido, una persona que quizás no tiene una buena relación con la prensa... Pero para los hinchas es intocable. O sea, cada uno construye lo suyo. Despues el periodista qué hace es relatar o opinar, pero siempre con imparcialidad.

6) Nos últimos anos, percebe-se que grande jogadores argentinos estão voltando para a Argentina para jogar por seus times do coração. Podemos citar como exemplo Maxi e Heinze no Newell's, Riquelme no Boca... De que maneira isso interfere nas vendas do jornal?

R: Cuando los equipos tienen jugadores importantes, no sé si ayuda en las ventas, sí hace que sea más interesantes. O por lo menos que tiene más trascendencia. No es que hay jugadores que ayudan a vender más diarios. Por ejemplo, tenemos Bianchi como técnico de Boca y Ramón Díaz como técnico de River. Son tres apellidos muy pesados en la historia de esos clubes. Hace más interesante todo lo que hacen a si fuera un técnico más joven. Y eso no significa que el técnico más joven no tiene más capacidad que ellos.

7) Todos têm acompanhado a grave crise econômica pela qual a Argentina vem passando nos últimos anos. Qual seria o impacto de um título Mundial para os argentinos na próxima Copa?

R: Sería muy importante, pero no va a cambiar la situación del país. Puede entregar alegría a la gente que no la tiene, o que la desea, No va a cambiar la situación económica del país. Por supuesto que un triunfo en Brasil haría que durante mucho tiempo se hable solamente de eso. Es así en los países futboleros.

8) E como seria a capa desse suposto título?

R: (Risos) Eso es un buen ejercicio. Depende mucho contra quien será la final... Quien será el autor del gol... Se imagina a Messi con la Copa. Sería la consagración final porque le falta, si es que falta algo a Messi. O la imagen de toda la gente llorando...

9) Você conhece algo sobre o jornalismo esportivo brasileiro?

R: Basicamente Lance! y Globoesporte.com. Son los sitios que usamos y nos nutrimos. Me parece un periodismo interesante, que apunta más para el futbolístico do que lo pasional. Pero cada uno sabe cómo llegar mejor al lector.

10) Na sua opinião, qual é o grande diferencial do Olé? A capa, os títulos, os textos, a linguagem...

R: Como te dije anteriormente... la tapa de Olé tiene un peso específico en los hinchas y en la mente futbolística. Los textos hacen parte de la edición. En un mundo donde las imágenes estan accesibles a todos, por las páginas de la web o por Twitter y Facebook, el diario trata de buscar alguna opinión que satisfaga al lector. Lo que se busca es el impacto. Nosostros buscamos una tapa con impacto o quizá el diferente.

11) Alguns teóricos e jornalistas do mercado defendem que a imprensa esportiva deve ser mais investigativa. Você concorda com isso? De que maneira os diários podem ajudar a fazer com que os campeonatos sejam mais fortes, que os clubes sejam mais fortes?

R: Yo creo que lo más importantes es la verdad. Olé ha hecho bastantes investigaciones. Tenemos, por ejemplo, una persona especialista en violencia que es un tema bastante difícil. Hay que tener todas las piezas en la meza y estar seguro para publicarlo. Es algo que genera repercusión mundial, entonces hay que estar seguro para llevar a cabo. A veces si consigue algo, a veces no...